

## Comunità teatrali mediatizzate. Forme della partecipazione e spettatorialità nel progetto BAT-Bottega Amletica Testoriana \*

Laura Gemini\*\*

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

Lorenzo Giannini\*\*\*

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

Francesca Giuliani\*\*\*\*

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

This paper analyses the intersection between theories of participative art (Bourriaud 1998; Kester 2004; Bishop 2012; Harvie 2013) and mediatization from the perspective of the participatory cultures (Jenkins 2006, 2008; Boccia Artieri 2012). To do this the paper presents the case study of BAT - Bottega Amletica Testoriana, an innovative performative project conceived by the director Antonio Latella in collaboration with the multidisciplinary circuit of the Marche Region (Amat) that stands out as a formative pathway and co-creation workshop for eight young performers. BAT must be seen as an experimental and innovative performative project based on the performers training and the audience engagement despite the lack of a final show. At the same time, it has engaged a select group of eight spectators who have followed the project closely and actively, forming a distinctive community of practice sustained by continuous interaction through a WhatsApp group. The paper presents the results of a research conducted both through interviews with the organizers, performers and a sample of the audience, and the analysis of the WhatsApp conversations among the eight spectators involved in the project and among them and the organizers. The presented findings allow to observe an emerging theatrical community based on the mediatization of dramaturgy, presence and communication roles.

**Keywords:** mediatization; participation; liveness; participatory cultures

---

\* Articolo proposto il 10/09/2024. Articolo accettato il 12/12/2024.

\*\* [laura.gemini@uniurb.it](mailto:laura.gemini@uniurb.it)

\*\*\* [lorenzo.giannini@uniurb.it](mailto:lorenzo.giannini@uniurb.it)

\*\*\*\* [francesca.giuliani@uniurb.it](mailto:francesca.giuliani@uniurb.it)

## Introduzione

Questo contributo nasce dall'esigenza di esplorare nuove forme di partecipazione teatrale, concentrandosi su BAT – Bottega Amletica Testoriana, un progetto performativo innovativo ideato dal regista Antonio Latella in collaborazione con il circuito multidisciplinare della Regione Marche (d'ora in poi Amat), e inserito nel contesto di Pesaro Capitale della Cultura 2024. In un panorama in cui l'arte partecipativa sfida i confini tradizionali tra creatore e fruitore, BAT si distingue come un percorso formativo e laboratorio di co-creazione rivolto a giovani attrici e attori, incentrato sulla ricerca e sul processo creativo senza prevedere un esito spettacolare finale.

Il progetto si collega alle teorie della mediatizzazione (Krotz 2007; Hjarvard 2008; Boccia Artieri 2015; Hepp, Couldry 2017) e a un quadro di riferimento che unisce l'estetica relazionale di Bourriaud e l'arte dialogica di Kester, per studiare i processi di democratizzazione dell'arte e la riduzione delle asimmetrie tra creatore e pubblico. Parallelamente, BAT ha coinvolto un gruppo ristretto di spettatori in un esperimento di audience engagement, creando una "comunità di pratica" alimentata dall'interazione continua tramite un gruppo WhatsApp, dove la comunicazione digitale rafforza il senso di appartenenza e costruisce una comunità teatrale coesa.

Muovendosi tra le teorie partecipative (Bourriaud 1998; Kester 2004; Bishop 2012; Harvie 2013) e i processi di mediatizzazione che animano le culture partecipative (Jenkins 2006, 2008; Boccia Artieri 2012), questo studio indaga come BAT realizzi un modello di spettatore "ibrido". Attraverso l'analisi delle chat di WhatsApp e interviste ai partecipanti, agli organizzatori e al pubblico presente al laboratorio, si esplorano due principali domande di ricerca: 1. come si differenzia l'impatto di una partecipazione intensiva in una comunità ristretta rispetto a una fruizione spettatoriale tradizionale? 2. che tipo di "gradiente di liveness" (Gemini, Brilli 2023) si manifesta quando l'esperienza si concentra sul processo creativo anziché sul prodotto?

BAT, con la sua enfasi sull'interazione e l'intensità partecipativa, si colloca tra le condizioni partecipative delle culture digitali – dal coinvolgimento creativo alla centralità dei vissuti –, ma si distingue per sfuggire agli imperativi di scalabilità e "contentificazione" tipici dell'odierna economia culturale, proponendo invece un modello di coinvolgimento che valorizza l'esperienza individuale e collettiva.

## Performance partecipative. La comunicazione come interazione e la politica della spettatorialità

Nell'ambito delle arti performative contemporanee il tema della partecipazione ha assunto un ruolo sempre più centrale. Può essere infatti considerato come un'acquisizione specifica della comunicazione artistica che dal Novecento in poi ha incorporato nelle sue operazioni il coinvolgimento attivo del pubblico, la qualità autoriale delle e degli interpreti e ha rivisto la

centralità dell'opera conclusa in favore del processo creativo (De Marinis 1987; Valentini 2020). Questa revisione dell'autoreferenzialità del sistema sociale dell'arte (Luhmann 1995) ha permesso non solo di rivederne il codice di funzionamento – visto che non si può più dire se un'opera sia bella o brutta – ma ha reso più evidente il suo accoppiamento strutturale con l'ambiente ovvero la sensibilità dell'osservazione artistica verso le istanze storiche, sociali e politiche (Gemini 2003).

Nonostante il termine ormai diffuso in letteratura di “arte partecipativa” sia abbastanza generico esso comprende però un'ampia gamma di pratiche che vanno dall'arte interattiva alla *dialogue-based public art*, dall'attivismo<sup>1</sup> all'arte cooperativa basata sulla comunità (Giannachi 2021). Non è un caso, dunque, che teorizzazioni come quelle di “estetica relazionale” (Bourriaud 1998) o “arte dialogica” (Kester 2004) abbiano cercato di sistematizzare questi tentativi nell'ottica della traiettoria che, come si diceva poco sopra, passa dall'opera al processo comunicativo e dall'asimmetria artista/fruitori a uno scambio, idealmente, più paritario.

Dal punto di vista mediologico, che tratta il teatro prima di tutto come un medium (Del Gaudio 2021), il fulcro dei progetti di *Community Based Art* va rintracciato nella costruzione di un dispositivo comunicativo di tipo interazionale cioè di un contesto discorsivo temporaneo che consente ai partecipanti di condividere intuizioni e riflessioni legate a un certo evento performativo. Tanto che anche dall'analisi del critico statunitense Grant H. Kester emerge come il modello dell'oralità incentrato sullo scambio dialogico, naturalmente anche in forma scritta e con diverse forme di collaborazione, sia alla base dei progetti analizzati nel suo lavoro del 2004 *Conversation Pieces: Community and Communication in Modern Art* (2004).

Su questa linea si pone anche la ricerca di Nicolas Bourriaud (1998) sull'estetica relazionale che si riferisce a quel tipo di opere d'arte che valorizzano la comunicazione e lo scambio di significati, interpretazioni e punti di vista fra il pubblico. In questo senso l'estetica relazionale riguarda la diffusione di creazioni artistiche che, a partire dagli anni Novanta, agiscono in risposta allo sviluppo di quella che Bourriaud definisce cultura dell'interattività, trasformando lo spettatore in un interlocutore diretto, quasi un vicino. Queste opere mettono in discussione e ridefiniscono le dinamiche di scambio sociale, incorporando l'interazione con l'osservatore come parte integrante dell'esperienza estetica e della comunicazione artistica. Ciò che queste pratiche producono «sono spazi-tempo relazionali, esperienze interpersonali che tentano di liberarsi dalle costrizioni dell'ideologia delle comunicazioni di massa; in qualche modo, producono luoghi in cui si elaborano modelli di partecipazione sociale alternativi» (Bourriaud 1998, p. 50).

Questi passaggi rendono abbastanza evidente una posizione epistemologica che si pone sul versante ontologico della comunicazione (teatrale) dal vivo e che coglie nella compresenza dei partecipanti il senso ultimo della qualità relazionale. Una prospettiva che di fatto, come vedremo meglio più avanti, non riconosce in chiave di agentività le trasformazioni comunicative, relazionali e sociali nei contesti mediatizzati e, di fatto, le sottovaluta (Gemini, Brilli 2023).

Vale la pena evidenziare come, a cominciare da Claire Bishop (2012), la mitologia partecipativa si sia costruita sia nella mancanza di criteri chiari per valutare la “qualità” delle relazioni generate dalle pratiche relazionali promosse da Bourriaud, sia nella mancanza di una reale forza antagonista nelle pratiche dell’arte dialogica descritta da Kester. Una linea sulla quale si pone anche Jacques Rancière (2004) secondo cui l’arte non è semplicemente uno strumento di socializzazione o aggregazione, ma un mezzo per espandere e riformulare i confini della realtà percepita, aprendo nuove prospettive e modi di pensare il mondo. Nel loro insieme queste prospettive tendono ad evidenziare il paradosso di quell’arte partecipativa che in Occidente sembra rispondere alle politiche neoliberali in maniera più accondiscendente che critica. I processi artistici partecipativi non sarebbero infatti in grado di destabilizzare, creare disagio e porre interrogativi problematici allo spettatore laddove non sia mantenuta una certa tensione tra la sfera artistica e quella sociale. D’altro canto, anche Nico Carpentier in *Media and Participation* (2012) evidenzia come la partecipazione sia un processo ben più complesso del coinvolgimento attivo perché riguarda la politica e risponde alle dinamiche di potere in atto. Su questa importante consapevolezza va colta, ad esempio, la tendenza della politica a promuovere e a finanziare progetti culturali – osservabile in Italia da circa un decennio nell’insieme di azioni Welfare Culturale<sup>2</sup> tese a promuovere coesione sociale e benessere individuale e collettivo – che vanno dall’attivazione di iniziative per l’accesso alla cultura (partecipazione minimalista nell’ottica di Carpentier) a forme di co-creazione e coinvolgimento anche a livello decisionale dei destinatari (partecipazione massimalista). In questo range l’intervento delle organizzazioni culturali e delle controparti artistiche (artiste e artisti singoli, compagnie, ecc.) necessita sia del supporto politico e finanziario per realizzare progetti di Welfare Culturale efficace, sia dell’autonomia creativa e sperimentale volta a raggiungere i soggetti destinatari e a garantire un’adeguata esperienza ai partecipanti.

Se da una parte i pubblici sono quindi portati a cercare esperienze culturali basate su co-creazione e prosumerismo (Australia Council for the Arts 2021), spinti anche da un desiderio di partecipazione più democratica e inclusiva, queste potenzialità si scontrano con sfide complesse quali la crescente penetrazione di responsabilità “lavorative” nel tempo libero (Harvie 2013) e la mercificazione dell’interazione come strategia di *engagement* dei pubblici.

Basti pensare a come, sempre nell’ultimo decennio, la diffusione delle performance immersive *one-to-one*, quali propaggini dell’arte relazionale e dialogica, abbia fatto emergere un contrasto tra l’esigenza di un coinvolgimento profondo e l’effettivo raggiungimento di questo obiettivo che si risolve spesso solo in «a spectre of participation than a substantial opportunity to interact and to determine the performance or art» (Ibidem, p. 42). Questa tensione tra la promessa di partecipazione e il rischio di una sua non piena realizzazione si collega a una più ampia riflessione sull’impatto delle dinamiche di lavoro connesse alle *delegated performance* (Ibidem). Se da una parte delegare parte del meccanismo creativo e comunicativo di un lavoro artistico al pubblico può sembrare un’innovazione egualitaria e partecipativa, dall’altra c’è il rischio di sfruttamento del lavoro non retribuito replicando così le tendenze dei mercati del lavoro contemporanei (Bishop 2012; Harvie 2013). Questo fenomeno evidenzia quindi come la mercificazione

dell'interazione possa da una parte mascherare la disuguaglianza, spingendo i partecipanti a svolgere ruoli che potrebbero sembrare liberatori, rafforzando in realtà le dinamiche di potere già esistenti. D'altra, però, ancora Harvie, evidenzia anche che alcune opere di questo tipo aiutano il pubblico non solo a identificare e criticare le relazioni sociali problematiche, ma anche a resistervi e a cercare di formare relazioni sociali alternative partecipando a modelli non tanto di delega, quanto di responsabilità condivisa e dipendenza reciproca.

Si tratta sempre di osservare dentro quali meccanismi artistici, sociali e politici le differenti forme di arte partecipativa e di Welfare Culturale sono ormai da considerare parte di una vera e propria "participatory condition" dove «(...) participation (...) has become both environmental (a state of affairs) and normative (a binding principle of right action)» (Barney *et al.* 2016, p. 1).

A ben vedere tale condizione risuona nell'analisi dei contesti socio-comunicativi emersi dalla cultura convergente e nell'ambito dei media studies e nell'osservazione delle culture partecipative strutturate prima intorno ai linguaggi mediali e alle loro pratiche (Jenkins 2006; 2008) e poi caratterizzate dalla diffusione delle piattaforme online (van Dijck, Poell, De Waal 2018; Poell, Nieborg, Duffy 2022). Per quello che ci interessa qui, le culture partecipative sono interessanti in quanto forme culturali orientate a costituire una comunità riflessiva, frutto della combinazione fra ciò che fanno le comunità di pratica osservate da Etienne Wenger (1988) e le comunità interpretative descritte dagli audience studies (Boccia Artieri 2012).

Le comunità di pratica sono formate da persone che partecipano a un processo di apprendimento condiviso, tipico delle forme comunitarie delle società segmentarie e dei gruppi che condividono interessi e passioni interagendo regolarmente, e che di base agiscono sulla base di una semantica condivisa, attraverso pratiche comuni. Le comunità interpretative sono quelle delle audience diffuse generate dal consumo mediale e dalla performatività (Abercrombie, Longhurst 1998). In questo senso, come vedremo di seguito, le culture partecipative, che mettono insieme la dimensione comunitaria delle audience diffuse e delle comunità di pratica (Boccia Artieri 2012), esplicitano il senso di quella dimensione partecipativa mediatizzata che non si realizza solo nei e con i media ma che riguarda una gamma di pratiche, di cui le arti performative sono una delle espressioni più compiute.

## **Performance e partecipazione nei contesti mediatizzati**

Sebbene gli studi sull'arte relazionale abbiano considerato l'interazione e la presenza fisica dei partecipanti come punto di partenza delle pratiche partecipative e del coinvolgimento del pubblico – processi che avvengono prevalentemente al di fuori dei media – l'approccio mediologico alle arti performative propone un quadro teorico che evidenzia i caratteri comunicazionali di queste pratiche, in sintonia con le trasformazioni derivanti dal più ampio

processo di mediatizzazione. In sintesi, si tratta di considerare come i processi partecipativi e relazionali, che nell'arte assumono una valenza ambivalente, un senso e un'efficacia elaborati artisticamente, si sviluppano in parallelo alle trasformazioni socio-comunicative e alla crescente affermazione del sistema dei media. Così come la "liveness" non può essere trattata ontologicamente ma deve essere analizzata alla luce del rapporto fra registrazione e diretta nei media di massa (Auslander 1999; 2008), così anche la partecipazione e il coinvolgimento del pubblico sono azioni che nascono e si sviluppano in un contesto in cui il pubblico si è familiarizzato a queste dinamiche proprio grazie ai media, a partire dalla radio e dalla televisione per poi accentuarsi con il digitale.

Se infatti, da una parte, gli studi che si sono concentrati sulla correlazione tra partecipazione e media digitali (Jenkins 1992; Carpentier 2011; Barney *et al.* 2016) riconoscono il ruolo centrale del digitale nella messa a punto delle culture partecipative, dall'altra sottolineano il mutamento tecnologico e culturale alla base di quel radicale cambiamento del senso della posizione nella comunicazione da parte degli individui che caratterizza la cultura di internet. Pensarsi come pubblico e contemporaneamente soggetto attivo della comunicazione mediale accresce la riflessività sia nella connessione, cioè nell'osservarsi come spettatori, che sulla connessione interrogandosi, cioè, sul senso della relazione con gli altri (Boccia Artieri 2012). Questa condizione ormai assimilata dei pubblici connessi (Ito 2008) non riguarda solo il rapporto fra produzione e consumo culturale online, sebbene in quel contesto sia particolarmente visibile, ma la condizione della spettatorialità contemporanea, l'assimilazione di comportamenti e abitudini di fruizione che si formano in virtù della mediatizzazione. Dalla cultura partecipativa ai contenuti generati dalle audience, dalla pervasività dei media alla condizione di connessione permanente (Boccia Artieri 2021), dalla continuità tra online e offline e dalla coalescenza tra pubblico e privato, vicino e lontano (Boccia Artieri *et al.*, 2017). Tutte condizioni che implicano un profondo cambiamento nella costruzione della vita collettiva che va ad incidere anche sui processi partecipativi.

Diviene imprescindibile quindi, per comprendere le implicazioni che tali processi producono anche nel campo dell'arte e della partecipazione, adottare la lente della mediatizzazione (Krotz 2007; Hjarvard 2008; Boccia Artieri 2015; Hepp, Couldry 2017) intesa come quel «concetto guida utile per l'esplorazione empirica delle trasformazioni sociali che tenga conto di come si sia oggi intensificato il livello di saturazione mediale dell'interazione sociale» (Boccia Artieri 2015, p. 66). La fase in cui siamo, quella della mediatizzazione profonda, indica una pervasività dei media e dei processi di piattaforma in tutti i sistemi della società che comporta una serie di implicazioni ben evidenziate in letteratura e che riguardano i processi macro-sociali e istituzionali come pure le pratiche del lavoro e della creatività (van Dijck, Poell, De Waal 2018; Poell, Nieborg, Duffy 2022). Se da un lato le condizioni tecnologiche dipendenti dalle piattaforme online «consentono agli operatori culturali di trovare nuove strade per ottenere visibilità e pubblico» (Poell, Nieborg, Duffy 2022, p. 33), dall'altro lato il loro uso a livello dell'organizzazione culturale e artistica, oltre che nella sperimentazione artistica, influisce sulla revisione delle

tradizionali dinamiche di incontro e di gestione del rapporto fra performer e pubblico (Baym 2018).

L'impatto dei media sulla performance teatrale non si esaurisce nella semplice adozione di strumenti e tecnologie in scena, ma si estende all'insieme dei formati, delle pratiche e dei protocolli interazionali modellati dai media. Tutti processi che oltre a incidere drammaturgicamente, pensiamo ad esempio alla serialità teatrale (Gemini 2024), riguardano le dimensioni della presenza e dei ruoli comunicativi in seno alle dinamiche performative.

L'articolazione di forme di presenza a distanza e di gestione dei ruoli comunicativi introduce una trasformazione fondamentale nelle dinamiche tra performer e pubblico, influenzando in modo significativo i canali e le aspettative che regolano le interazioni tra questi due poli. In altre parole, i media digitali ridisegnano i confini tra chi crea e chi fruisce, modificando il modo in cui si sviluppano le relazioni e i processi di comunicazione. Un esempio evidente, oltre alla questione appena affrontata dell'arte partecipativa e delle sue implicazioni, è il crescente impegno relazionale che gli artisti devono affrontare per mantenere un legame costante con il proprio pubblico attraverso i social media, gestendo così le dinamiche di interazione e le aspettative dei follower (Baym 2018).

La mediatizzazione della presenza riguarda, inoltre, l'impatto dei media su come viene tracciato il confine tra presenza e assenza degli agenti della performance. Essa si manifesta nella loro estensione nel tempo e nello spazio, tramite le tecnologie mediali, nella creazione di nuovi tipi di agenti performativi, ma anche nel cambiamento della fenomenologia a cui i media partecipano, ossia come spettatrici e spettatori si pensano in presenza all'evento. La mobilità del concetto di liveness fornisce sempre nuove occasioni per esaminare come il senso della presenza venga articolato a seconda dei contesti e delle specificità delle esperienze. La liveness, infatti, non è solo un'esperienza individuale, ma anche un costrutto sociale e comunicativo. Si basa sulla percezione di una continuità spazio-temporale tra lo spettatore e l'evento performativo, e sulla valutazione delle qualità associate di volta in volta a questa continuità (Gemini, Brilli 2023).

Nello scenario complesso che la dicitura generica di arte partecipativa comprende e che procede da specifiche poetiche artistiche ai progetti rubricabili sotto l'etichetta del Welfare Culturale, quindi dall'autonomia creativa alla promozione di iniziative sostenute dalle politiche culturali, può valere la pena analizzare un "caso particolare" come il progetto BAT-Bottega Amletica Testoriana di Antonio Latella che, nell'ottica della prospettiva di analisi qui adottata, rappresenta un esempio particolarmente interessante di partecipazione. Come cercheremo di dimostrare siamo di fronte a un caso che, mettendo insieme il senso della comunità di pratica con quello di comunità interpretativa, è riuscito a realizzare una forma pertinente le forme delle culture partecipative e capace di sfuggire alle logiche di "commodification" del lavoro relazionale (Baym 2018), aprendo anche a prospettive innovative sul tema della partecipazione mediatizzata e dei processi organizzativi della cultura<sup>3</sup>.

## Il progetto BAT: caso di studio e disegno della ricerca

Il progetto BAT-Bottega Amletica Testoriana è stato realizzato tra febbraio 2023 e febbraio 2024, tra Milano e Pesaro e ha visto coinvolti anche il Piccolo Teatro di Milano - Teatro d'Europa e l'Associazione Giovanni Testori.

BAT si è caratterizzato come un percorso di formazione retribuito rivolto a otto giovani attrici e attori, selezionati attraverso una call pubblica<sup>4</sup> incentrato sulla poetica del drammaturgo milanese Giovanni Testori (1923-1993), con un particolare focus sulle sue tre rivisitazioni dell'Amleto shakespeariano: *Amleto una storia per il cinema* (1970), sceneggiatura di un film che non verrà mai girato scritta; *l'Ambleto* (1973), opera in dialetto lombardo e il *Post-Hamlet* (1983), opera incentrata sul tema della perdita del padre da parte dell'uomo contemporaneo (Giovannelli 2024).

Dal punto di vista dell'ideazione il progetto adotta la semantica della "bottega" d'arte per chiarire l'intento artigianale e la tradizione delle scuole teatrali tradizionali, basate sul capocomicato, sui legami forti di tipo familiare, sulla condivisione fisica di spazio e tempo nell'apprendimento dei saperi trasmessi dal "maestro-demiurgo" agli allievi. Negli effetti BAT è stato pensato e realizzato come un lavoro di formazione e studio per otto fra giovani attrici e attori, selezionati su seicento domande pervenute, che ha previsto anche momenti laboratoriali sul disegno, allenamenti fisici e di pugilato, sport di cui lo stesso Testori era appassionato, senza prevedere la realizzazione di uno spettacolo. Al suo posto le aperture al pubblico in due momenti specifici del percorso – *Esercizi per gli attori* (a Milano) e *Esercizi con il pubblico* (a Pesaro) – hanno consentito agli spettatori di assistere alle sessioni di lavoro, di prova, di compiti eseguiti sui testi come monologhi o dialoghi, ecc. Il pubblico, che poteva entrare e uscire dal teatro, si trovava perciò a condividere, in maniera partecipe quando veniva interpellato direttamente o reagendo a quello che vedeva, in maniera non così dissimile dai format dei talent televisivi basati sul modello "scuola". A dimostrazione di come osservando in prospettiva, la mediatizzazione interviene nel riconoscimento di un modello comunicativo al quale il pubblico contemporaneo è ampiamente familiarizzato.

Secondo aspetto peculiare del progetto, su iniziativa di Amat e in particolare del direttore Gilberto Santini, riguarda il coinvolgimento diretto di otto giovani spettatori e spettatrici (under 35), selezionati a loro volta attraverso una call pubblica<sup>5</sup> con il compito di "affiancare" un'attrice o un attore in un rapporto esclusivo, one-to-one, che ha avuto lo scopo, assolutamente sperimentale, di ridefinire i confini tra artisti, pubblico e processo di lavoro<sup>6</sup>.

Terzo e ultimo elemento di rilevanza per la ricerca è la dimensione comunicativa del progetto caratterizzata dall'utilizzo di un gruppo WhatsApp (d'ora in poi BAT spettatori/trici) costituito dalle spettatrici e dagli spettatori, dalle organizzatrici di Amat Daniela Rimei e Carlotta Tringali insieme al direttore Santini. L'utilizzo di questo particolare ambiente socio-tecnico, come vedremo, si è rivelato centrale per l'andamento del progetto a partire dalla possibilità di gestire le relazioni a distanza fra partecipanti e per costruire quel particolare tipo di comunità riflessiva che un'esperienza così particolare aveva bisogno di far emergere per essere efficace. In questo senso il gruppo WhatsApp esemplifica quella condizione

partecipativa delle culture digitali che, come esplicitato poco sopra, riguarda prima di tutto il coinvolgimento nella creazione, la relazione e la presenza mediatizzate, la possibilità di rendere comunicativi i vissuti. Parallelamente, questo tipo di ambiente sostiene una forma partecipativa estensiva e intensiva che rifugge gli imperativi di scalabilità (capitalizzazione, estrattivismo) e “contentificazione” tipici dell’economia culturale di oggi. La sostanziale invisibilità pubblica degli scambi fra partecipanti al gruppo chiuso e privato rende infatti quel lavoro spettatoriale e organizzativo difficilmente sfruttabile (Boccia Artieri, Brilli, Zurovac 2021). Allo stesso modo i contenuti prodotti – intesi come user-generated – non diventano materiale interessante nella misura in cui viene reso circolante ma nell’essere parte di quella specifica esperienza spettatoriale (Eichhorn 2022).

Nel complesso il progetto BAT presenta una serie di specificità che lo rendono un caso unico nel campo della creazione e comunicazione artistica perché sfida le logiche del consumismo culturale nella misura in cui, a differenza di molti progetti artistici, non si concentra sulla produzione di un prodotto finito ma invita il pubblico a partecipare attivamente al processo formativo, valorizzando l’esperienza di apprendimento e di scoperta creativa del gruppo di interpreti.

Al fine di indagare l’esperienza BAT come caso esemplificativo di partecipazione artistica nei contesti mediatizzati e alla luce delle dinamiche culturali su cui è stato impostato, il lavoro presentato di seguito cerca di rispondere alle domande di ricerca che nel loro insieme permettono di osservare le caratteristiche di un progetto complesso dal punto di vista delle sue implicazioni: 1. come si differenzia l’impatto di una partecipazione intensiva in una comunità ristretta rispetto a una fruizione spettatoriale tradizionale? 2. che tipo di “gradiente di liveness” (Gemini, Brilli 2023) si manifesta quando l’esperienza si concentra sul processo creativo anziché sul prodotto?

Più precisamente le domande hanno avuto lo scopo di osservare i differenti piani di articolazione del progetto, interessanti ai nostri scopi e reciprocamente implicati. Il primo riguarda la dimensione partecipativa e il ruolo spettatoriale. Lo scopo è quello di comprendere in che modo un progetto come BAT permetta di distinguere gli impatti della partecipazione intensiva di una comunità ristretta di pubblico rispetto a quelli dell’esperienza spettatoriale più generale; il secondo introduce la questione della liveness relativamente alla peculiarità di un processo che non porta a uno spettacolo finito pur richiedendo la presenza del pubblico nei suoi momenti di restituzione; il terzo, riguarda i livelli di osservazione della presenza mediatizzata e delle interazioni fra i partecipanti garantite dall’ambiente socio-tecnico del gruppo WhatsApp BAT Spettatori/trici e delle interazioni a distanza fra singoli attori e spettatori.

Per la realizzazione della ricerca sono state realizzate otto interviste: tre con lo staff di Amat (il direttore Gilberto Santini insieme alle organizzatrici Daniela Rimei e Carlotta Tringali) e cinque con i partecipanti agli *Esercizi con il pubblico* a Pesaro; un focus group con le attrici e gli attori, un focus group con gli otto BAT spettatori e spettatrici e una conversazione con il regista Antonio Latella<sup>7</sup>. A questi si sono aggiunti due focus group realizzati con due gruppi di studenti reclutati nel contesto dell’attività di Amat Scuola di Platea. Nel complesso si è raggiunto un totale di 51 intervistati che costituiscono un

campione formato da spettatori e spettatrici che a diversi livelli frequentano abitualmente il teatro. Si tratta pertanto di quel tipo di audience competente già emersa in altre ricerche sull'*audience engagement* (Walmsley 2018) e sui pubblici del teatro contemporaneo (Gemini, Brilli 2018).

Nel loro insieme le interviste hanno avuto lo scopo di far emergere l'esperienza spettatoriale e i livelli di partecipazione concessi dal progetto, anche dal punto di vista delle attrici e degli attori e dell'organizzazione che hanno condiviso la relazione esclusiva con gli otto spettatori speciali<sup>8</sup>. Parallelamente è stata condotta l'analisi del gruppo WhatsApp BAT Spettatori/trici e delle conversazioni testuali fra i membri, al fine di osservare il funzionamento dell'ambiente digitale nella costruzione del gruppo come comunità di pratica, interpretativa e connessa in linea con i principi delle culture partecipative contemporanee.

## Osservare la mediatizzazione. Il progetto BAT fra testo, presenza e ruoli

Nel suo insieme l'esperienza della Bottega Amletica Testoriana presenta diversi elementi utili all'applicazione della prospettiva di analisi della mediatizzazione teatrale. Da un lato il progetto di Latella non sembra avere un corrispettivo preciso in altri esempi, sebbene la dimensione laboratoriale abbia una tradizione importantissima nell'elaborazione delle pratiche teatrali Novecentesche - basti pensare al teatro laboratorio di Grotowski e alla rinuncia nella fase finale della sua vita artistica alla rappresentazione in pubblico dei suoi lavori (Attisani, Biagini 2007; De Marinis 2014) - e sia ad oggi, soprattutto nel contesto delle arti performative contemporanee, la situazione più adeguata alla formazione delle nuove generazioni di performer, anche in alternativa alle Accademie Teatrali. Ciò che rende peculiare l'intuizione comunicazionale di Antonio Latella è però proprio l'idea di aprire al pubblico il processo formativo, di dare al pubblico l'occasione di seguire e vedere quello che di solito è parte del backstage goffmaniano, là dove un'équipe si prepara privatamente all'esecuzione di una performance. In questo senso Latella corrisponde pienamente alla logica processuale dell'arte relazionale e alla sua resa liveness. Tuttavia, come accennato poco sopra, questo tipo di operazione si presta ad essere osservata parallelamente in chiave mediologica e ad essere osservata come un "formato" che il pubblico, con tutta probabilità, non ha mai incontrato a teatro ma che può aver visto in televisione<sup>9</sup>. Il format scuola, a cominciare dal più famoso *Amici*<sup>10</sup>, basato sull'apprendimento delle tecniche artistiche, sul rapporto con il corpo docente, prove e compiti, sul coinvolgimento del pubblico, ecc., rende un caso come BAT un esempio interessante del processo di mediatizzazione del testo (drammaturgica) che solitamente si osserva in relazione al teatro-cinema (Balzola, Monteverdi 2004) o alla serialità teatrale (Gemini 2023).

Sebbene dunque il nostro caso di studio presenti elementi analizzabili su tutti e tre i fronti della mediatizzazione teatrale, la nostra indagine è incentrata sulle dimensioni che permettono di meglio osservare la dimensione spettatoriale nell'ottica della mediazione socio-tecnica che incide sulle modalità di gestione della presenza e dei ruoli comunicativi.

In particolare, la scelta di focalizzare una parte dell'analisi sull'utilizzo del gruppo WhatsApp è dipesa dal confronto con le organizzatrici di Amat, Daniela Rimei e Carlotta Tringali e con il direttore Santini che in intervista, come anticipato, hanno fatto emergere la centralità di questo strumento, inizialmente utilizzato per organizzare il gruppo e coordinare le interazioni a distanza, sia a livello asincrono, sia a livello sincrono motivo per il quale definiscono il gruppo "BAT-chat":

Quello che mi ha colpito di più è che più importante delle tematiche per i ragazzi è stato importante il gruppo, la comunità che si è creata.

Il salto è stato così anche per la BAT chat di spettatori, è stata la comunità teatrale che si è formata a rafforzare il rapporto.

Da queste brevi verbalizzazioni appare chiaro come in poco tempo WhatsApp sia diventato l'ambiente ideale ed affettivo per scambiarsi contenuti, impressioni, emozioni legate all'esperienza specifica e via via più personali e intime, connesse alla passione per il teatro e per la pratica spettatoriale più generale che questo gruppo di persone condivide come comunità di pratica e interpretativa.

A partire da questi presupposti presentiamo di seguito l'analisi dei risultati emersi dalle interazioni tra spettatrici, spettatori e performer, focalizzandoci in particolare sugli scambi WhatsApp avvenuti nel gruppo BAT Spettatori/trici, che ha permesso una partecipazione costante e interattiva, consentendo perciò di osservare da vicino i processi di dialogo e riflessione che hanno influenzato la dinamica partecipativa del progetto. Vedremo quindi come dall'analisi dei messaggi e delle conversazioni emergono le diverse traiettorie connesse con la mediatizzazione della presenza e dei ruoli e come questa abbia influenzato il rapporto tra pubblico e performer.

Le tracce della mediatizzazione della presenza e del testo sono strettamente intrecciate con quelle della mediatizzazione dei ruoli. Gli scambi online tra spettatori e artisti e nel gruppo BAT Spettatori/trici mostrano come queste diverse forme di mediatizzazione operino insieme, influenzando la percezione della presenza e, soprattutto, del ruolo comunicativo. Analizzare separatamente questi aspetti è dunque soprattutto un un esercizio di analisi e sistematizzazione.

WhatsApp ha permesso una partecipazione che va oltre la presenza fisica, estendendo il significato dell'esperienza performativa tramite interazioni continue e condivisione di contenuti transmediali come vocali ovviamente ma anche piccoli video, immagini, link, ecc. che, dal punto di vista della teoria della liveness, vanno visti perciò come esempi di mediatizzazione del testo e dei suoi confini (Gemini, Brilli 2023).

In particolare, il racconto delle e degli intervistati mostra come, data la mancanza dello spettacolo, la dimensione processuale abbia implicato diverse forme dell'articolazione spazio-temporale che definisce la liveness mediatizzata. Lo spettatore occupa una posizione ubiqua rispetto alla performance, percependo di essere contemporaneamente coinvolto attivamente ("dentro"), distaccato ("fuori") e in attesa ("prima"). La presenza dello spettatore è frammentata, non vincolata a uno spazio o a un momento preciso, ma distribuita

in molteplici forme. Sempre alla luce della liveness si tratta perciò di osservare come il progetto BAT, non solo abbia previsto una dislocazione spazio-temporale che ha portato il lavoro a spostarsi fra Pesaro e Milano, ad esempio, ma che ha costruito un evento performativo espanso attraverso l'invenzione di uno specifico gruppo spettatoriale in relazione diretta con le e i performer, dilatando il senso della presenza e la prossimità con la performance (Ibidem).

Essere una spettatrice di BAT è far parte di un esperimento in divenire. È essere spettatrice-dentro, spettatrice-fuori, spettatrice-prima. Dentro - il farsi di un progetto di bottega che fa di attori artisti. Fuori - dai luoghi solitamente destinati agli spettatori. Prima - che qualcosa accada (forse) sul palco. È farsi pubblico di volta in volta in modi un po' diversi, rispondendo a sollecitazioni sempre nuove e inaspettate. È provare a ripensare il rapporto attore-spettatore, ma anche spettatore-spettatore, in un'ottica inesplorata di reciprocità e di cura [A.P., BAT spettatrice (Gruppo WhatsApp)]

La mediatizzazione consente a chi è esterno al processo di partecipare indirettamente, rendendo la distanza fisica meno rilevante. Attraverso le interazioni online con il "proprio" attore e sul gruppo WhatsApp vengono fatte esperienze in tempo reale, creando quel tipo di prossimità che caratterizza i pubblici connessi e le dinamiche comunitarie che, come ribadito, riguardano le logiche e le prassi delle culture partecipative.

Il gruppo WhatsApp esemplifica i caratteri della liveness digitale data prima di tutto dalla condizione always-on: i partecipanti sono sempre nel processo, sono parte attiva della sua realizzazione - anche indipendentemente dal rapporto con gli attori, con Latella, ecc. La liveness è data dunque dalla condivisione di un "presente" condiviso - cioè con l'attualità - che dilata l'articolazione qui e ora della comunicazione dal vivo e tiene insieme BAT spettatrici e spettatori al di là dell'evento a teatro.

Questa presenza di gruppo, facilitata dalla piattaforma digitale, si declina in diverse forme, tra cui il senso di compagnia virtuale che continua anche quando i membri non sono fisicamente insieme. La consapevolezza che ci sarà un momento successivo di condivisione trasforma l'esperienza individuale in un'esperienza collettiva:

Io ho visto più di qualcosa che mi è stata consigliata dal gruppo, per cui da che sono sempre io che mi impegno, cerco, poi cerco qualcuno che venga con me, poi mi arrabbio perché nessuno viene con me e ci vado da sola a teatro. Ora invece anche nel caso in cui fossi seduta da sola nel teatro, so che avrei qualcuno con me con cui parlarne dopo, per cui è sicuramente la cosa più importante che mi è rimasta [G.C., BAT spettatrice].

Dovrebbe essere abbastanza evidente, come anticipato, che i livelli della mediatizzazione presenti nel nostro caso di studio sono elementi connessi e sovrapponibili in certi casi, sfaccettature dello stesso fenomeno. La peculiarità comunicazionale del progetto, la dilatazione dei confini testuali e le diverse forme di presenza che caratterizzano la dimensione relazionale di BAT, porta a rendere particolarmente centrali le dinamiche che hanno influenzato il confine tra performance/performer, l'organizzazione di Amat e il pubblico formato dai BAT Spettatori/trici a diversi livelli.

## *Spettatori in avamposto vs spettatori ibridi*

L'ambiente WhatsApp consente a spettatrici e spettatori di assumere ruoli diversi, configurandosi come primi spettatori, interlocutori, partecipanti attivi e intermediari teatrali. Attraverso la chat, la loro partecipazione non si limita alla semplice fruizione, ma si estende alla costruzione del senso e del processo creativo, favorendo un dialogo che ridefinisce i confini tra chi osserva e chi crea, introducendo nuove dinamiche di condivisione e negoziazione delle esperienze artistiche.

Questo aspetto, in linea con le caratteristiche delle forme di arte partecipativa community based e di tipo dialogico richiamate sopra, dimostra anche una possibile declinazione empirica della comunità di pratica e interpretativa laddove si mette a punto una modalità condivisa di partecipazione al progetto.

Interessante notare come il primo aspetto che emerge dall'analisi del contenuto delle interviste e dal materiale testuale su WhatsApp sia proprio l'auto definizione delle spettatrici e degli spettatori come "spettatori ibridi", superando la visione di "spettatori in avamposto" proposta dalla stessa Amat. In questo senso viene riconosciuto il proprio ruolo attivo nel processo creativo e partecipativo della bottega, definendosi testimoni, alter ego, specchi e diari degli artisti. Questo aspetto rafforza il loro legame emotivo e li rende partecipi a tutte le fasi della creazione, non solo nel risultato finale.

Ci è stata data la grande possibilità di condividere il percorso che porta verso l'andare in scena: siamo testimoni, siamo diari, siamo immagini e riflessi. Siamo vettori la cui intensità è risultante dal rapporto 1:1 con il nostro attore ma anche da quello comune di noi spettatori, la direzione è quella della sperimentazione di nuove forme di fare teatro e il verso è l'approfondimento testoriano. Chi è di scena? Forse in parte ci siamo anche noi, potremmo essere lo spettro! [N. E., BAT spettatrice]

La mediatizzazione del ruolo e della relazione emerge nella misura in cui grazie allo spazio creato su WhatsApp e ai tempi dilatati della relazione che questo strumento permette, gli spettatori si pensano come strumenti di memoria, di archiviazione. Gli spettatori non sono osservatori passivi, ma partecipano attivamente all'esperienza creativa dell'artista, diventandone parte integrante. La domanda "Chi è di scena?" riflette la loro consapevolezza di essere protagonisti potenziali, capaci di entrare metaforicamente sulla scena come "spettri". Il loro coinvolgimento va oltre la semplice osservazione, trasformandosi in una partecipazione ubiqua e attiva nel contesto performativo.

Essere una spettatrice di BAT è far parte di un esperimento in divenire. È essere spettatrice-dentro, spettatrice-fuori, spettatrice-prima. Dentro - il farsi di un progetto di bottega che fa di attori artisti. Fuori - dai luoghi solitamente destinati agli spettatori. Prima - che qualcosa accada (forse) sul palco. È farsi pubblico di volta in volta in modi un po' diversi, rispondendo a sollecitazioni sempre nuove e inaspettate. È provare a ripensare il rapporto attore-spettatore, ma anche spettatore-spettatore, in un'ottica inesplorata di reciprocità e di cura [A.P., BAT spettatrice (su WhatsApp)]

Il pubblico si percepisce parte di un esperimento artistico in evoluzione, non in un ruolo fisso ma dinamico. Coinvolto nel processo creativo, influenza e osserva la crescita degli artisti, adattandosi alle esigenze dell'opera in corso. Questa flessibilità trasforma i membri del pubblico in partecipanti attivi che contribuiscono all'evoluzione del progetto. Importante rilevare in questa verbalizzazione la sottolineatura del rapporto di reciprocità e cura fra spettatrici e spettatori che richiama alcune delle pratiche che sono alla base delle culture partecipative come, ad esempio, la mentorship informale fra membri del gruppo che condividono un qualche grado di connessione sociale fra di loro e che sono consapevoli del fatto che i propri contenuti contano (Jenkins 2006; Boccia Artieri 2012).

### *Spettatorialità one-to-one: la funzione di “primo spettatore”*

La definizione “one-to-one”, tipica delle performing arts per descrivere spettacoli destinati a un solo spettatore, in BAT assume una connotazione particolare data l'assenza di spettacolo. Qui, spettatrici e spettatori instaurano un rapporto esclusivo con una o un performer, caratterizzato da una comunicazione continua mediata anche in questo caso dallo scambio su WhatsApp<sup>11</sup>, piattaforma che svolge un'importante funzione “modellizzante” perché permette, ad esempio, a spettatrice/spettatore e attrice/attore di trovare il proprio senso della relazione. Questa relazione si sviluppa come una diade tra attore e spettatore, senza la presenza di un pubblico esterno.

Non è stato facilissimo ingranare il rapporto con la mia attrice, non sapevo neanche quali regole dovessi seguire nel rapporto con lei, per cui nella costruzione di un legame paradossalmente la chat è stata una facilitatrice [G.C., BAT spettatrice].

Ogni spettatrice e spettatore di BAT assume il ruolo di “primo spettatore”, specchio del performer, con un ruolo che è più emotivo che drammaturgico. Il suo ascolto è empatico e privo delle logiche competitive legate alla performance tradizionale, svincolato dalla concezione dello spettatore come “customer”. Questo ruolo si declina in molteplici funzioni: dall'essere un recipiente dei contenuti creativi al diventare uno strumento di riflessione e auto-comprensione per l'artista, aiutandolo a prendere coscienza di sé.

Per quanto riguarda il rapporto con Chiara, durante la residenza di Pesaro ci siamo sentite parecchio, mi ha mandato audio, messaggi, video del pugilato e disegni che aveva fatto; la cosa che era emersa da Pesaro era stata la sfida del disegnare perché si riteneva incapace di mettere su carta il pensiero che aveva in testa quindi per lei è stata una sfida fortissima che mi ha condiviso passo per passo [A.P., BAT spettatrice].

[Il mio attore] mi ha utilizzato come recipiente nei suoi audio, nei suoi scritti, ma anche nel dialogo, non solo per riportare ciò che ha vissuto, ciò che ha creato, ma anche per prendere coscienza di sé. Questo me l'ha sempre detto che era molto funzionale [J.G., BAT spettatore]

Attraverso strumenti digitali come messaggi vocali, video e disegni, lo scambio diventa costante e immediato. Spettatrici e spettatori forniscono sia un supporto emotivo, in modo che l'artista sia libero di condividere in tempo reale emozioni e difficoltà legate al processo creativo, sia una forma di collaborazione quando riflette attivamente su quanto prodotto dall'artista, contribuendo allo sviluppo della sua performance. In questo senso va dunque rilevata una declinazione possibile e realistica della dimensione partecipativa che la letteratura, soprattutto teatrologica e art based, richiama per mettere al centro le pratiche relazionali. L'occasione di creare un rapporto esclusivo, consensuale fra i partecipanti, non solo attiva lo scambio dialogico di tipo interazionale, anche a distanza, fra le due parti comunicative ma esemplifica e facilita un'inedita negoziazione dei ruoli. Lo spettatore qui non è solo qualcuno che guarda e giudica ma che dice la sua e viene ascoltato. È qualcuno con cui condividere non solo il prodotto finale, ma anche le sfide e le difficoltà che emergono durante il percorso creativo.

G. [Bat-spettatrice] mi ha garantito la forza di procedere con il lavoro. Un giorno dovevo preparare il lavoro per l'ultima fase a Pesaro ed ero disperata, e ho cominciato a inviarle vocali di durata non rispettosa e lei mi ha regalato una quantità di parole, suggestioni che mi hanno fatto sentire da qualche parte e pensare, va bene posso iniziare dalla parola "frammentazione" [M.B., BAT attrice].

A questo proposito vale la pena notare come, diversamente da altri casi in cui il coinvolgimento dello spettatore nel processo di creazione, residenza, ecc. è percepito come una responsabilità (Giuliani 2024), nel caso di BAT spettatrici e spettatori non emergano elementi a sostegno di questo tipo di ingaggio. La presenza autorevole di Latella probabilmente spiega questa particolarità della relazione fra BAT-spettatore e attore.

### *Spettatori hub, quasi famosi*

Un'ulteriore caratterizzazione della mediatizzazione dei ruoli comunicativi emergente dal caso in analisi è rilevabile in una serie di affermazioni che mostrano come BAT spettatrici e spettatori abbiano scoperto di ricoprire una posizione "terza" dovuta ad una maggiore prossimità al progetto rispetto al pubblico "normale". Con il tempo, dunque, hanno iniziato a percepirsi come figure di raccordo tra artisti e pubblico, che li ha riconosciuti come spettatori privilegiati, con un ruolo specifico nel processo.

A me fa strano che ci siano domande su di noi da parte di gente che normalmente è come noi, è seduta accanto a noi, perché ci percepiscono diversi da loro, più sul palco che in platea... mi fa sentire nel limbo: né spettatore né attore, un essere mitologico che sta in mezzo! 🤖 [N.E., BAT spettatrice (su WhatsApp)]

E poi ci è capitato, una volta che ero con A. a vedere un altro spettacolo, di sentire alcune persone, alcuni spettatori, che parlavano di noi e che ci dicevano: ma voi eravate gli spettatori di BAT. Noi eravamo lì a dire "Oh sì, siamo noi, siamo un po' famosi anche noi" [N.E., BAT spettatrice].

I BAT Spettatori/trici usano WhatsApp per commentare e consigliare altri spettacoli visti, svolgendo una funzione di intermediazione teatrale che trascende la dimensione spettatoriale e il loro ruolo iniziale nel progetto e che funziona anche rispetto a nuovi progetti avviati recentemente da Amat<sup>12</sup>. La comunità di pratica spettatoriale fa sì che si crei anche un rapporto di mentorship condivisa, reciproca e, per certi versi, rassicurante:

Mi resta il fatto che mi sento meno sola, mi sento capita, mi sento ascoltata, mi sento consigliata perché noi ci sentiamo e ci confrontiamo sui vari spettacoli e io ho visto più di qualcosa che mi è stata consigliata dal gruppo [G.C., BAT spettatrice].

Il cambiamento del senso della posizione nella comunicazione, concetto che esprime il radicale mutamento socio-comunicativo apportato dai media digitali e online, si rintraccia in uno dei passaggi che meglio corrispondono alle ipotesi alla base di questo lavoro. Il passaggio riguarda il commento di una figura autorevole ed esperta come il direttore di Amat Gilberto Santini che ad un consiglio teatrale da parte di una BAT-spettatrice commenta: “Quindi ora la BATchat assume una nuova funzione: vedere per noi! 🥰 Felicità!!!!” mettendo in luce le possibilità relazionali e partecipative che è il presupposto alla base del concetto di mediatizzazione dei ruoli comunicativi.

## Conclusioni

Alla luce delle variabili che hanno caratterizzato un progetto performativo complesso e anti-economico come Bottega Amletica Testoriana del regista Antonio Latella e Amat, che ricordiamo essere un lavoro senza spettacolo finale, incentrato sulla formazione retribuita di un gruppo di giovani attrici e attori chiamati a confrontarsi con un autore importante ma poco conosciuto e sulla contestuale condivisione in pubblico di alcuni momenti del lavoro laboratoriale condotto da Antonio Latella, il lavoro di ricerca qui presentato riguarda un ulteriore feature del progetto ovvero il coinvolgimento partecipato di un gruppo di otto fra spettatrici e spettatori chiamati da Amat e dal Direttore Santini a seguire direttamente e da vicino una o un performer. Il caso, coerente con le teorie e gli approcci incentrati sulle arti partecipative, ha permesso di concentrarci sull'aspetto comunicazionale del progetto dal punto di vista della mediatizzazione che, applicata alle arti performative, consente di osservare le trasformazioni inerenti alla dimensione drammaturgica, della liveness e dei ruoli comunicativi. Fondamentale in questa direzione si è rivelata la scelta degli organizzatori del progetto di istituire un gruppo WhatsApp dedicato che, insieme all'utilizzo di questo ambiente socio-tecnico a livello privato e diadico fra i diversi partecipanti, ha permesso di cogliere le affordance della piattaforma utilizzata in un campo naturalmente restio alla mediazione tecnologica come quello teatrale. Come parte fondamentale della creazione della comunità di pratica e interpretativa chiamata BAT-spettatrici/spettatori il gruppo WhatsApp si è rivelato un ambiente utile all'auto-osservazione riflessiva delle e dei partecipanti - in particolare spettatrici, spettatori con il Direttore di Amat e le organizzatrici

coinvolte nel progetto - e alla dimostrazione empirica delle dinamiche della mediatizzazione applicata ai contesti performativi.

Le analisi future su progetti simili a BAT potrebbero approfondire le dinamiche di potere e i processi distintivi che si sviluppano in contesti partecipativi di questa natura. La posizione centrale dei BAT Spettatori/trici, tra il pubblico più occasionale e gli attori, solleva domande interessanti sulle dinamiche di potere e sui processi distintivi che possono emergere in contesti partecipativi. Tali iniziative, pur animate da intenti di apertura e inclusione, tendono talvolta a coinvolgere principalmente chi è già culturalmente incluso rafforzando le distinzioni tra un pubblico esperto, rappresentato da figure come i BAT Spettatori/trici, e un pubblico occasionale; e contribuendo paradossalmente alla formazione di nuove élite culturali, come suggerito da Walmsley (2018). Guardando al lato della triade che connette pubblico occasionale, BAT Spettatori/trici e attori, possiamo ipotizzare che le dinamiche di potere tra i partecipanti possano essere state attenuate dalla percezione di inclusione e appartenenza che uno strumento come la chat di WhatsApp ha agevolato. Dai dati raccolti, concentrati soprattutto sul ruolo dei processi di mediatizzazione, non sono emersi elementi significativi che evidenziassero particolari tensioni o criticità sotto questi profili.

### **Nota biografica**

Laura Gemini, è Professoressa Ordinaria in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi presso il Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI) dell'Università di Urbino Carlo Bo dove è Presidente della Scuola di Scienze della Comunicazione e insegna Linguaggi mediali e forme della performance e Sociologia dell'immaginario e culture visuali. I suoi interessi di ricerca riguardano la relazione fra performance e mediatizzazione (immaginari, dinamiche creative e spettatoriali, liveness). È principal investigator dell'Osservatorio sui pubblici dal vivo del centro di ricerca LaRiCA della sua Università. È responsabile per l'Unità di Urbino nel progetto di ricerca Prin – PNRR2022 Cultural Welfare Ecosystems for Wellbeing: mapping semantics and practices, co-designing tools and raising awareness (PI R. Paltrinieri, Università di Bologna). Fra le pubblicazioni più recenti: *Gradienti di liveness. Performance e comunicazione dal vivo nei contesti mediatizzati* (con S. Brilli 2023).

Lorenzo Giannini è Professore Associato di Processi Culturali e Comunicativi presso il Dipartimento di Scienze della comunicazione Studi umanistici e Internazionali (DISCUI) dell'Università di Urbino Carlo Bo, dove insegna Sociologia dei Consumi e Socializzazione e Processi Culturali. La sua ricerca si caratterizza per un approccio prevalentemente qualitativo, focalizzandosi, nell'ambito degli studi sul consumo, sull'analisi delle pratiche e in particolare sulle pratiche di consumo sostenibile. Sul versante socio-culturale, i suoi interessi principali riguardano l'analisi dei processi di partecipazione e inclusione sociale. È nell'Unità di ricerca di Urbino per il progetto di ricerca Prin – PNRR2022 Cultural Welfare Ecosystems for Wellbeing: mapping semantics and practices, co-designing tools and raising awareness (PI R. Paltrinieri, Università di Bologna). Tra le sue pubblicazioni: *"You're Just Playing the Victim": Online Grieving and the Non-use of Social Media in Italy*, (con F.

Pasquali e R. Bartoletti 2022); *"Siamo tutti volontari". Etnografia di una Festa de l'Unità, tra retoriche e pratiche* (2020).

Francesca Giuliani, è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI) all'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, nell'ambito del progetto di ricerca Prin – PNRR2022 Cultural Welfare Ecosystems for Wellbeing: mapping semantics and practices, co-designing tools and raising awareness (PI R. Paltrinieri, Università di Bologna). Le sue principali aree di ricerca riguardano lo studio delle performing arts con particolare attenzione ai pubblici, all'audience development e alla liveness. Cura per L'arboreto Teatro Dimora la relazione con le comunità di spettatori ed è responsabile del blog SguarDimora, dove si occupa di documentare i processi creativi degli artisti e delle artiste in residenza. Ha pubblicato: *Theatre without theatres: Investigating access barriers to mediatized theatre and digital liveness during the covid-19 pandemic*, (con S. Brillì, L. Gemini 2023), *The reinvention of theatre space during Covid-19. Analysis of the Italian Case* (con L. Gemini, S. Brillì, G. Boccia Artieri 2023), *Sperimentazioni teatrali nell'ambiente virtuale: le creazioni digitali di Giacomo Lillù/Collettivo Ønar* (2023).

## Bibliografia

- Abercrombie, N., Longhurst, B. J. (1998). *Audiences: A sociological theory of performance and imagination*. Newbury Park: Sage.
- Allegrini, G., Paltrinieri, R. (2022). Audience engagement and cultural diversity. *Comunicazioni sociali*, 1, 121-134.
- Altheide, D., Snow, R., (1979). *Media Logic*. Beverly Hills: Sage.
- Attisani, A., Biagini, M. (2007). *Opere e sentieri: 2: Jerzy Grotowski: testi 1968-1998*. Roma: Bulzoni.
- Australian Council for the Art (2021). *In Real Life: Mapping digital cultural engagement in the first decades of the 21st century*. Canberra: Australian Council for the Art, Released July 2021, testo disponibile in: <https://creative.gov.au/advocacy-and-research/in-real-life/>
- Balzola, A., Monteverdi, A.M. (2004). *Le arti multimediali digitali: storia, tecniche, linguaggi, etiche ed estetiche delle arti del nuovo millennio*. Milano: Garzanti, 2004.
- Barney, D., Coleman, G., Ross, C., Sterne, J., & Tembeck, T. (Eds.). (2016). *The participatory condition in the digital age*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Baym, N. K. (2018). *Playing to the crowd: Musicians, audiences, and the intimate work of connection*. New York: New York University Press.
- Bishop, C. (2012). *Artificial hells: Participatory art and the politics of spectatorship*, Brooklyn, New York: Verso Books; trad. it. (2015) *Inferni artificiali: la politica della spettatorialità nell'arte partecipativa*, Roma: Luca Sossella Editore.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society* (Vol. 1097). Milano: FrancoAngeli.

- Boccia Artieri, G. (2015). Mediatizzazione e Network Society: un programma di ricerca, *Sociologia della Comunicazione*, 50(2), 62-69. doi:10.3280/SC2015-050006
- Boccia Artieri, G., Gemini, L., Pasquali, F., Carlo, S., Farci, M., Pedroni, M. (2017). *Fenomenologia dei social network. Presenza, relazioni e consumi mediali degli italiani online*. Milano: Guerini e Associati.
- Boccia Artieri, G., Gemini, L. (2019). Mass media and the web in the light of Luhmann's media system, *Current Sociology*, 67(4), 563-578. doi:10.1177/0011392119837
- Boccia Artieri, G., Brilli, S., Zurovac, E. (2021). Below the radar: Private groups, locked platforms, and ephemeral content—Introduction to the special issue, *Social Media+ Society*, 7(1), 2056305121988930. doi:10.1177/205630512198893
- Boccia Artieri, G. (2021). Networked participation: selfie protest and ephemeral public spheres, *The Aesthetics and Politics of the Online Self: A Savage Journey into the Heart of Digital Cultures*. In Della Ratta, D., Lovink, G., Numerico, T., Sarram, P. (a cura di), *The Aesthetics and Politics of the Online Self* (pp. 331-356), Cham: Palgrave Macmillan. doi:10.1007/978-3-030-65497-9\_21
- Bourriaud, N. (1998). *Esthétique relationnelle*. Dijon: Les presses du réel; trad. it. (2010). *Estetica Relazionale*. Milano: Postmediabook.
- Cicerchia, A., Rossi Ghiglione, A., Seia, C. (2020). *Welfare Culturale*, Treccani, [online] disponibile in: [www.treccani.it/magazine/atlante/cultura/Welfare](http://www.treccani.it/magazine/atlante/cultura/Welfare)
- Cicerchia, A., Staffieri, S. (2023). Cultural Welfare, *Studies in Critical Social Sciences*, 186. DOI:10.1163/9789004529816\_016
- De Marinis, M. (1987). *Il nuovo teatro: 1947-1970*. Milano: Bompiani.
- De Marinis, M. (2014). Il processo creativo nel teatro contemporaneo: trionfo e trasmutazioni, *Teatro e storia*, 35, 353-379.
- Echthron K. (2022). *Content*. Cambridge-London: MIT.
- Esner, R., Kisters, S. (2018). *The Mediatization of the Artist*. Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan.
- Gemini, L., & Brilli, S. (2018). Il pubblico del teatro contemporaneo: fra auto-osservazione e processi di fruizione. *Comunicazioni sociali: 3, 2018*, 448-462.
- Gemini, L., Brilli, S. (2022). Live/Life Sharing. The Use of Social Media by Contemporary Theatre Companies in Italy, *Theater (s) and Public Sphere in a Global and Digital Society* (Vol. 1), 162-176.
- Gemini, L., Brilli, S. (2023). *Gradienti di liveness. Performance e comunicazione dal vivo nei contesti mediatizzati*. Milano: FrancoAngeli.
- Gemini, L. (2024). Performance (teatrali) seriali. Osservare la liveness come formato e frame mediale. In Boccia Artieri, G., Fiorentini, G. (a cura di), *Storia e teoria della serialità. Vol. III—Le forme della narrazione contemporanea tra arte, consumi e ambienti artificiali* (pp. 179-204), Roma: Meltemi.
- Giannachi, G. (2021). Chi decide chi partecipa? Ripensare l'Epistemologia della Partecipazione, *Connessioni remote. Artivismo\_Teatro\_Tecnologia*, (2).
- Giovannelli, M. (2024). Latella alla bottega di Testori (e di Amleto), *Doppiozero*, 23 febbraio 2024. <https://www.doppiozero.com/latella-alla-bottega-di-testori-e-di-amleto>

- Giuliani, F. (a cura di) (2024). *Il progetto ERetici. Le strade dei teatri: nuovi "prototipi" di residenza tra processi di creazione, accompagnamento e partecipazione*. Mondaino: L'arboreto Edizioni.
- Hepp, A., Couldry, N. (2017). *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity press.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society, *Nordicom review*, 29(2), 102-131. doi:10.1515/nor-2017-0181
- Krotz, F. (2007). The meta-process of mediatization' as a conceptual frame, *Global media and communication*, 3(3), 256-260. doi:10.4324/9781315612942-18
- Kester, G. (2004). *Conversation Pieces: Community and Communication in Modern Art*. Berkeley: University of California Press.
- Manzoli, G., Paltrinieri, R. (a cura di) (2021). *Welfare culturale. La dimensione della cultura nei processi di welfare di comunità*. Milano: FrancoAngeli.
- Rancière, J. (2004), *Malaise dans l'esthétique*. Paris: Editions Galilée; trad. it. (2009) *Il disagio dell'estetica*, Pisa: Edizioni ETS.
- Sacco, P. L. (2017). Health and Cultural welfare: A new policy perspective?, *Economia della cultura*, 27(2), 165-174.
- Valentini, V. (2020). *Teatro contemporaneo 1989-2019*. Roma: Carocci Editore.
- Walmsley, B. (2018). A plea for audiences: from active spectatorship to enactive audience. In Bonet L., Négrier, E. (eds.), *Breaking the Fourth Wall: Proactive audiences in the performing arts*, (pp. 196-209).

## Note

<sup>1</sup> Per un approfondimento sul tema dell'attivismo si rimanda a *L'attivismo: forme, esperienze, pratiche e teorie, Connessioni Remote. Artivismo\_Teatro\_Tecnologia*, n. 2/2021.

<https://riviste.unimi.it/index.php/connessioniremote/issue/view/1643>

<sup>2</sup> Il concetto di Welfare Culturale come categoria concettuale si situa principalmente negli studi italiani (Sacco 2017; Cicerchia, Rossi Ghiglione, Seia 2020; Cicerchia, Staffieri 2022) per individuare un fenomeno osservato a livello internazionale, come l'Arts on Prescription (AoP) sviluppato dall'Art Council of England negli anni Novanta, che esplora l'impatto della partecipazione culturale sul benessere sociale. Spesso viene anche inteso come una declinazione del Welfare di Comunità: un approccio collettivo volto a rigenerare il tessuto sociale attraverso pratiche artistiche inclusive, promuovendo la solidarietà locale e l'integrazione tra servizi culturali e sociali (Manzoli, Paltrinieri 202; Allegrini, Paltrinieri 2022).

<sup>3</sup> Il caso BAT-Bottega Amletica Testoriana rientra come studio di caso nell'analisi dei progetti di Welfare Culturale realizzati nella Regione Marche nell'ambito del Progetto PRIN 2022 - PNRR Cultural Welfare Ecosystems for Wellbeing: Mapping semantics and practices, co-designing tools and raising awareness. Responsabile dell'unità locale Laura Gemini.

<sup>4</sup> La call ha intercettato oltre seicento rispondenti tra i quali, dopo un lungo processo di selezione, sono stati individuati 4 attori e 4 attrici.

<sup>5</sup> La call ha intercettato una sessantina di rispondenti tra i quali sono stati individuati 4 giovani spettatori e 4 giovani spettatrici. Di questi solo sette sette sono giunti alla fine del percorso: uno di loro, infatti, ha abbandonato il suo attore prima della conclusione; il processo di ricerca dell'attore è stato "adottato" e quindi testimoniato dagli altri BAT spettatori e spettatrici.

<sup>6</sup> Questo tipo di sperimentazione si inserisce pienamente nelle attività di audience engagement che Amat attiva da molti anni con progetti mirati ai pubblici. Dalle attività di *Scuola di Platea@* nelle scuole secondarie di

secondo grado del territorio marchigiano ai percorsi di formazione per adulti intorno alla danza e al teatro contemporanei con *Stop! Visioni intorno alla scena* ai progetti come *Dance Well – Movimento e ricerca per il Parkinson* che ricadono nella progettazione inerente all'ambito del Welfare Culturale.

<sup>7</sup> L'incontro online con Antonio Latella si è tenuto il 10 maggio 2023 nell'ambito del corso di Linguaggi mediali, performance e forme dello spettacolo del CdS in Informazione, Media, Pubblicità dell'Università di Urbino Carlo Bo ed è stato condotto da Gilberto Santini con Laura Gemini, titolare dell'insegnamento.

<sup>8</sup> Il livello di "competenza" teatrale del gruppo BAT spettatori/trici si evince dalle lettere motivazionali richieste dalla call e dal loro definirsi come spettatori e spettatrici abituali del teatro e tendenzialmente onnivori dal punto di vista del consumo culturale.

<sup>9</sup> Il riconoscimento di un formato e di un frame mediale nel caso di BAT dipende dalla prospettiva di indagine della mediatizzazione. Questa scelta teorica prescinde, naturalmente, dalle intenzioni di Antonio Latella che nell'incontro e nel dialogo con Gilberto Santini e Laura Gemini non ha fatto riferimento a un formato televisivo, in linea con l'accezione di "bottega" che non a caso dà il titolo al progetto.

<sup>10</sup> Un esempio emblematico di mediatizzazione del testo che cita dichiaratamente il format è lo spettacolo *Discorso Giallo* (2013) di Fanny & Alexander, parte del progetto più ampio *Discorsi*, che esplora le forme di tossicità nella comunicazione contemporanea. Qui, infatti, la compagnia ravennate per affrontare il tema dell'educazione a partire dai programmi televisivi utilizza, tra gli altri, il caso di *Amici* come base per la costruzione drammaturgica.

<sup>11</sup> Non è emerso dalle interviste l'utilizzo di altre piattaforme di messaggistica istantanea per lo scambio uno a uno. Nelle verbalizzazioni abbiamo lasciato il termine "chat" che nel linguaggio non specialistico viene utilizzato normalmente per indicare le dinamiche conversazionali online anche in modalità asincrona.

<sup>12</sup> L'evoluzione del ruolo dei BAT Spettatori/trici in Spettatori Hub emerge chiaramente nel coinvolgimento del gruppo in altri progetti di Amat come nei progetti di residenza *Cantiere Aperto per*. In occasione, ad esempio, del *Cantiere Aperto per Uccellini* di Lisa Ferlazzo Natoli il gruppo è stato invitato durante un'anteprima per l'organizzazione: le loro mini recensioni, che solitamente venivano condivise sul gruppo WhatsApp, sono state pubblicate sui social media di Amat per invitare il pubblico allo spettacolo.