

COMPUTER 

---

**GRAPHICS**  

---

& PUBLISHING

**A**vere l'idea è sempre la parte più impegnativa, anche se naturale. Figurarla comporta fatica e sacrifici, ma fa parte del gioco. Esternarla nel modo giusto è un salasso.

Ma andiamo per gradi. Ai bei tempi, il passaggio alla materia era immediato: un'ispirazione, e si passava subito ai bozzetti. Talvolta addirittura più significativi del lavoro finale, erano spesso realizzati su quello che capitava, dal tovagliolo del ristorante alla *Gazzetta dello Sport*.

essere potente, creiamo solo illusioni: non-cose la cui ombra ci viene mostrata attraverso i fosfori del monitor, fantasmi che variano a seconda delle dimensioni, delle regolazioni e del profilo colore di questa scatola magica, che si è ormai conquistata la pole position davanti ai nostri occhi. La fase creativa viene spesso ridotta a una sorta di pre-produzione, in cui si studia e si compone l'immagine su un piano irreali, riservando al momento espositivo la vera essenza morfologica dell'opera. Per quanto

# Problemi di esposizione

**Una mostra di opere digitali comporta diverse problematiche, spesso legate ai costi di realizzazione delle opere e alla reperibilità degli spazi. Ma si può arrivare a buoni risultati anche con investimenti minimi**

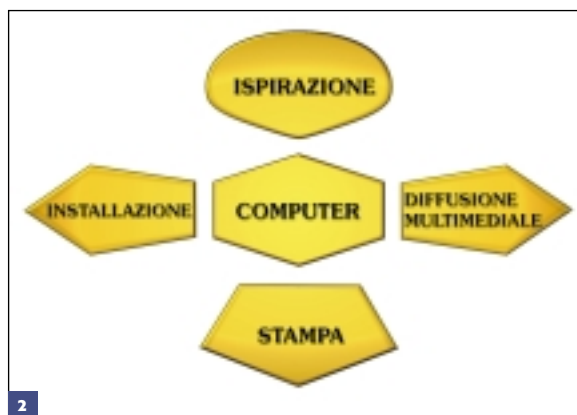


Il processo creativo cominciava a prendere forma nell'istante stesso dell'illuminazione. In seguito, raffinata la ricerca e identificata l'immagine, appurati gli equilibri e decisa la dimensione ideale, si impugnava il pennello e si partoriva l'opera (**Figura 1**). Alcuni artisti saltavano addirittura il passaggio intermedio, lanciandosi direttamente sulla tela. A quel punto, gli impegni maggiori diventavano la scelta della cornice o l'altezza del chiodo, opzioni spesso affidate a galleristi o allestitori.

Questa analisi della storia di un normale quadro è sicuramente minimizzata, ma il punto è che all'artista toccavano, nell'ambito pratico, solo la scelta dei materiali e dei supporti che, per usare una terminologia digital-contemporanea, venivano assemblati "in tempo reale".

Attraverso il nostro computer, per quanto questo possa

curata, questa operazione implica una distinzione dualistica: possiamo creare per il gusto, la necessità, la passione di farlo, nella più pura libertà artistica; oppure lavoriamo al fine di un'esposizione precisa, imponendoci formati, colori, forme accuratamente studiate. Entrambe le situazioni possono comunque riscontrarsi anche nell'arte classica: la prima per i più virtuosi non ancora (o non più) legati alle leggi di mercato, la seconda soprattutto in precisi campi dell'espressione come la performance o l'installazione, anche se non resta certo esclusa



dagli altri settori, nei quali rimane dominante la necessità di "fare vetrina".

L'opera digitale, proprio per questa sua particolare gestazione a più stadi, comporta quasi sempre una scelta di stile in relazione alla destinazione finale. Nello schema qui sopra (**Figura 2**), ho cercato di semplificare i vari passaggi: partendo dall'idea (o ispirazione, illuminazione, quello che sia), si passa al computer, che si pone come nucleo centrale di tutto il lavoro: la realizzazione o meno di bozzetti, layout, i passaggi intermedi con la materia (scansioni, fotografie, disegni a mano libera) è in

▲ **Figure 1 e 2:** negli schemi qui rappresentati, possiamo notare la differenza sostanziale nel **percorso gestazionale di un'opera**, dall'idea all'esposizione. Nella **Figura 1**, prendiamo come esempio un quadro: dall'ispirazione si passa direttamente alla pratica, magari attraversando fasi intermedie come bozzetti e schizzi (e spesso cancellando o realizzando più versioni), ma arrivando direttamente alla produzione finale. Una volta terminato questo stadio, il quadro è pronto per essere esposto, salvo forse l'impegno dedicato alla scelta di una cornice. Nella **Figura 2**, invece, abbiamo il momento di realizzazione come punto di scelta: terminata l'immagine, possiamo esibirla attraverso il computer stesso, ma con l'obbligo di creare una postazione adeguata e una presentazione. Le alternative sono la messa in rete (creazione di un sito *Internet*) o la pubblicazione su CD-ROM (produzione dello stesso); altrimenti, ci resta la stampa, con tutti i problemi di conversione e i costi che comporta

questo caso irrilevante, poiché l'impronta finale sarà data dalle possibilità grafiche della macchina. Da qui possiamo presentare il lavoro in diverse forme, che per comodità ho condensato in tre gruppi: con un'installazione, organizziamo uno spazio utilizzando direttamente l'immagine del monitor (o una sua proiezione); è la visione più fedele alla nostra, priva di conversioni o filtri cromatici. Questo comporta però dei limiti, come la dimen-



▲ **Figura 3: Prison Breaker Industries** ([www.cgocable.net/~jmaher/main.html](http://www.cgocable.net/~jmaher/main.html)). Ecco come si presenta normalmente un sito d'arte: un album di francobolli, attraverso i quali visualizzare francobolli più grandi, raramente condito dalle raffinatezze interattive del Web editing avanzato. Purtroppo, lo stesso discorso vale anche per molti CD-ROM, soprattutto quelli realizzati in HTML. I motivi? Leggerezza e compatibilità, ma anche mancanza di tempo, abilità e conoscenza da parte dell'autore

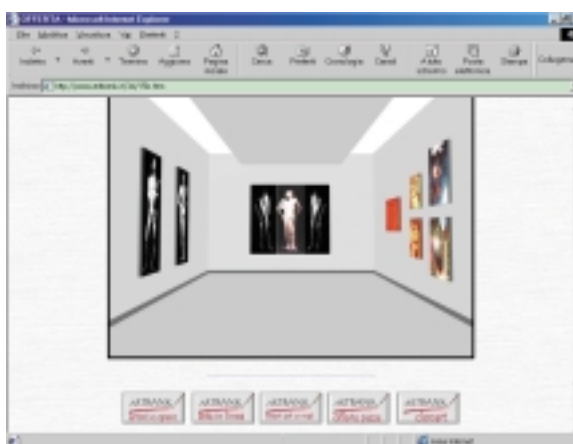
sione massima, vincolata dalla grandezza dei monitor, o la distorsione o frammentazione dell'immagine, in caso di proiezioni o utilizzo di schermi speciali. Bisogna comunque tenere conto di alcune esigenze basilari, come l'alimentazione (leggi corrente elettrica) e un'adeguata illuminazione (o oscurità, a seconda del mezzo prescelto); non è sempre facile avere a disposizione queste peculiarità, per esempio in particolari esposizioni tanto alla moda negli ultimi anni, come quelle allestite in fabbriche dismesse. Questa formula viene normalmente considerata per il buon rapporto tra fedeltà di riproduzione e costi organizzativi, ovviamente influenzato da un eventuale noleggio di proiettori o altro materiale tecnologico.

In effetti, il metodo di diffusione più economico resta ancora il multimediale, più o meno ripartito tra siti Internet e CD-ROM. Il primo caso è sicuramente il più frequente: lo spazio Web gratuito ormai si spreca, i visual editor HTML sono alla portata di tutti, e la rete è la showroom più grande del mondo. D'altro canto, la risoluzione è bassissima e non c'è modo di assicurarsi che il fruitore veda esattamente ciò che noi vogliamo; anche con tutte le indicazioni poste in bella vista sulla home page, sono pochi coloro che cambiano risoluzione, o browser, o accettano di scaricare particolari plug-in "per una giusta visualizzazione"... Inoltre, l'arte del Website è ancora in netta minoranza rispetto alla grande quantità di semplici cataloghi presenti sulla rete, che spesso hanno la funzione (e l'aspetto) di un taccuino d'appunti (**Figura 3**).

Arriviamo quindi alla mediazione più classica, la stampa. Sono ben poche le persone che si preoccupano di come potrebbe risultare il loro lavoro sulla carta. Una for-

te disinformazione, unita a pubblicità illusorie e service gestiti da incompetenti, causano frequenti delusioni che spesso portano l'artista all'abbandono di questo genere di scelta. Ma il problema principale resta la necessità di stabilire a priori quale tecnica di stampa utilizzare, e in quale formato creare il file originale. L'errore più comune è pretendere una stampa di un paio di metri da un'immagine digitale di poche centinaia di pixel, ma spesso non vengono considerati né i profili colore del sistema utilizzato, né la conversione in quadricromia. Comunque, una stampa è sicuramente il mezzo più commerciale per presentarsi: il richiamo al quadro (o al poster, in molti casi) è sì un facile invito all'acquisto, ma anche la formula espositiva più semplice, sia dal punto di vista dell'osservatore, sia da quello dell'allestimento. I problemi citati, uniti all'ancor eccessivo costo di postproduzione, ne ostacolano notevolmente la diffusione: basti pensare che una buona stampa costa in media 120 mila lire al metro quadro, a cui dobbiamo aggiungere la plastificazione (20-50 mila lire) e il supporto (20-70 mila lire, a seconda dei materiali utilizzati). Senza naturalmente considerare il costo aggiuntivo di carte o tele speciali...

Concludendo, i problemi sono fondamentalmente due: in primis, la conoscenza, cioè la capacità di gestire interamente il nostro progetto nella maniera migliore, indipendentemente, allargando il più possibile il nostro criterio di scelta; o comunque affidandoci a persone competenti, ma anche in grado di rispettare il nostro lavoro (ricordate che un secondo punto di vista è sempre utile). Purtroppo, il mondo digitale è così vasto che raramente si riesce a dar vita a un intero progetto da soli, prima o poi sarete costretti a trovare un collaboratore. In questo



▲ **Figura 4: ArtBank** ([www.artbank.it](http://www.artbank.it)). Questa galleria virtuale propone artisti italiani famosi e meno famosi, fornendo spazio gratuito in cambio di una percentuale sull'eventuale vendita

caso, cercate di comunicare il più possibile con lui, fate molte domande e, se le risposte non vi convincono, cercatene un altro.

In secondo luogo, c'è il vil denaro, sempre lui. La soluzione è ovviamente la ricerca di sponsor, purtroppo sempre più problematica... A seconda del vostro stile, potete cercare di coinvolgere i produttori (ma anche distributori e rivenditori) dei materiali da voi utilizzati per le opere,

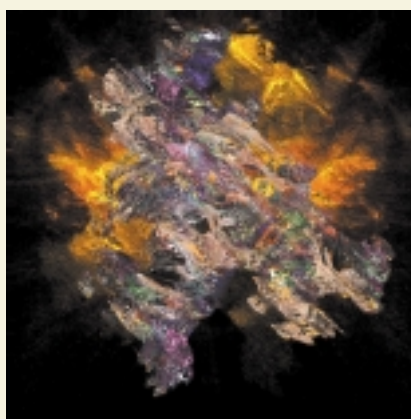
ovviamente tenendo conto di una certa proporzione tra le possibilità del cliente, la garanzia pubblicitaria proposta (spazio su volantini, manifesti, o addirittura nel luogo dell'esposizione) e la cifra richiesta, che comunque può essere in gran parte dedotta dalle tasse. È difficile che qualcuno metta mano al suo portafogli, ma potete sempre provare a chiedere parte del materiale necessario come computer, monitor e proiettori, se non servizi di stampa o masterizzazione. Non trascurate comunque le istituzioni: il comune in cui intendete fare la mostra (soprattutto se è lo stesso vostro comune di residenza), spesso nella figura dell'assessore ai beni culturali, può mettere a disposizione degli spazi (gratuitamente o quasi), annullare le tasse di affissione pubblicitaria, ed eventualmente sovvenzionare a livello finanziario il vostro progetto. Alternativamente, potete rivolgervi a circoli artistici e fondazioni, spesso votati alla promozione di artisti emergenti.



Per quanto riguarda gli spazi *Web*, il discorso cambia radicalmente. Diffidate dalle cosiddette "gallerie virtuali" a pagamento: raramente sono in grado di mantenere le promesse dichiarate al momento della sottoscrizione, il più delle volte molto costosa. Quelle più professionali si

## Apex Mentis

Lo scorso luglio, ho avuto modo di assistere a una piacevole mostra a Carrara, organizzata al massimo delle possibilità e con la minima spesa. Nonostante la fama di patria del marmo attribuita al capoluogo toscano possa di primo acchito stonare con questo genere di manifestazioni, la collettiva è stata allestita proprio nel Museo del Marmo, sicuramente uno dei luoghi di maggior interesse artistico dell'intera riviera. Appoggiata dal comune, in particolare dall'assessorato alla cultura, l'esposizione proponeva opere digitali di tre giovani artisti, presentate "a video" in un allestimento uteromorfo curato dalla scenografia **Simonetta Baldini** ([simobaldi@mcn.it](mailto:simobaldi@mcn.it)). L'ambientazione presentava stretti cunicoli in drappo rosso dalla pavimentazione pseudo-organica, tunnel contorti volti a richia-



▲ **Figura B: "Cronogenesi"**, 1997, Ernesto Fialdini. Questo esempio di astrazione informale è penalizzato dalla bassissima risoluzione (1000 x 1000 pixel); ottima per la presentazione a video, preclude la possibilità di stampa su grande formato

mare alla mente il percorso alla vita; in questi visceri artificiali, le opere dei tre autori (tutti di Massa) erano proiettate a ciclo continuo su diversi monitor, opportunamente incastonati nell'installazione.

La prima presenza che incontriamo è frutto della mente di **Ernesto Fialdini** ([maldoror@tin.it](mailto:maldoror@tin.it)): numerose immagini suddivise in diverse raccolte (*Obras*, *Sole Nero*, *Cuore Nero*, *Cromofasia*), che spaziano dall'astrazione informale alla ritrattistica surreale, unite a un accompagnamento musicale *industrial* composto da lui stesso. Sua è anche l'immagine utilizzata per

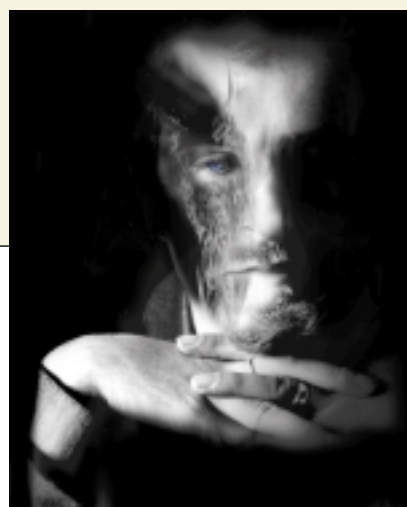
◀ **Figura A: "Apex Mentis"**, 1999, Ernesto Fialdini. È la locandina della mostra. Particolare ritratto di Roberta, vera musa ispiratrice di Ernesto, l'immagine selezionata per pubblicizzare la manifestazione non è forse tra le più originali, ma l'abbondanza di simbologie (freudiane e non) garantisce un forte impatto. La stampa dei volantini, come da copione, è risultata notevolmente differente dall'originale, con forti variazioni cromatiche stranamente assenti nelle prove di stampa. Essendo i tre artisti alla loro prima esperienza (sia di mostre che di stampa), non si può dire che l'abbiano presa proprio bene, nonostante il risultato finale fosse comunque apprezzabile. Se volete saperne di più su Roberta, visitate il sito di Ernesto al [www.pubbliware.com/robertastara/index.htm](http://www.pubbliware.com/robertastara/index.htm)

locandine e inviti (**Figura A**), forse non al massimo dell'originalità, ma dotata di notevole impatto simbolico.

A seguire, troviamo **Matteo Mazzoni** ([matteo@pubbliware.com](mailto:matteo@pubbliware.com)), con astrazioni organiche ed euclidee dal forte richiamo minimalista. In alcuni casi eccessivamente semplici, in altri piacevolmente ermetiche, le opere di Matteo rivelano il suo recente interessamento al digitale, ma promettono comunque bene.

Ultimo ma non ultimo, **Alessandro Raffi** ([tamerlan@tirreno.it](mailto:tamerlan@tirreno.it)) ci presenta immagini sia bi che tridimensionali. La serie *Ice* (**Figura F**), che mi ha colpito maggiormente, riguarda solidi di torsione dall'aspetto vagamente umano; l'assoluta mancanza di texture esalta le luci, che scolpiscono la materia proprio come nel più puro stile scultoreo (non per niente siamo al Museo del Marmo). Buone anche le opere realizzate con Bryce, soprattutto quando esula-

► **Figura C: "Autoritratto con occhio azzurro"**, 1998, Ernesto Fialdini. Ernesto, 24 anni, per questa mostra si è occupato anche della colonna sonora, una sorta di musica industrial assortita di lamenti ambientali, che ben si accompagnava alla scenografia intrauterina di Simonetta Baldini. L'artista, oltre che di musica, si cimenta attivamente anche nel cinema, con quattro cortometraggi all'attivo. Ha inoltre pubblicato la raccolta di poesie *Voci Animate*, per la casa editrice Traccedizioni

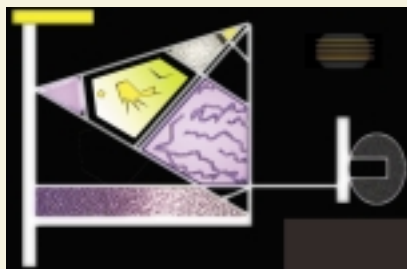


◀ **Figura 5: The Digital Art Ring** ([www.pluginhead.it/us/digring.htm](http://www.pluginhead.it/us/digring.htm)) è uno dei tanti *Webring* (associazioni) dedicati all'arte. Iscrivendovi (gratuitamente), l'indirizzo del vostro sito sarà inserito in una lista, completo di descrizione; funzionando come un passaparola unito a una directory di ricerca, è uno dei metodi più sfruttati per aumentare i visitatori

propongono "a commissione" (una percentuale per ogni opera venduta attraverso il loro sito), ma si riservano il diritto di selezione degli artisti (non per offendere, ma questo significa che: 1) dovete essere dei geni, 2) siete già famosi, 3) avete buone conoscenze). Un buon curriculum, comunque, aiuta sempre (**Figura 4**). L'alternativa è quella di creare e gestire il sito voi stessi; per sostenervi in attesa del successo, esistono molte formule di guadagno attraverso banner e pubblicità, ma non tutti i provider che offrono spazio gratuito accettano queste formule (*Geocities*, al contrario, ha una propria formula di sponsorizzazione, quasi obbligatoria ma ben indirizzata). A voi resta l'impegno di pubblicizzarvi il più possibile, at-

traverso webring (**Figura 5**), mailing list, scambio banner, eccetera.

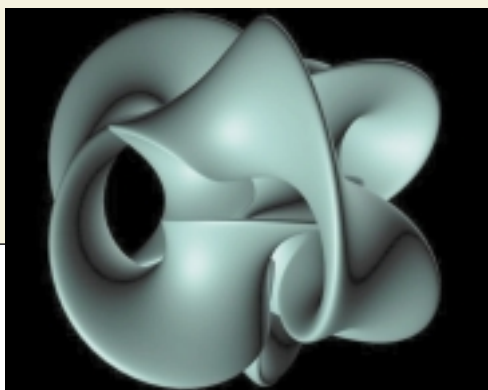
Un'ultima parola la spendo per invitare i grandi burattinai dell'arte (galleristi, mercanti e critici, ma anche tutti i mass media) a dare un po' più di spazio a queste nuove forme di comunicazione. Ci sono molte manifestazioni che muoiono ancor prima di cominciare, e altre che annegano nell'inedia per mancati riscontri (vedi *Sesto.com*), dovuti il più delle volte a una cattiva (o nulla) promozione. Invito le organizzazioni fieristiche di settore (sia artistico che informatico) ad agevolare l'arte digitale con spazi culturali e conferenze, se non con tariffe speciali per gli artisti (soprattutto per i privati, come in Germania). Invito tutti gli assessori alla cultura a concedere più spazio alle piccole iniziative, non solo digitali. Invito tutti alla mia prossima mostra, che non so dove né quando, ma sarà bellissima. E la vostra?



▲ **Figura D: "Trilogia in diesis"**, 1996, Matteo Mazzoni. Opere fresche, quelle di Matteo Mazzoni, di gusto come di esperienza. L'artista venticinquenne si occupa anche di videoarte e musica

pena: spazio gratuito e finanziamento per l'allestimento dell'installazione e per la propaganda (volantini, manifesti e inviti). Unica pecca, l'orario di apertura, legato al museo: dalle 10 alle 12 e dalle 15 alle 17, veramente ristretto per una località d'interesse turistico (soprattutto nel periodo della mostra, che si è svolta dal 26 giugno al 10 luglio scorsi); *dulcis in fundo*, chiusura domenicale.

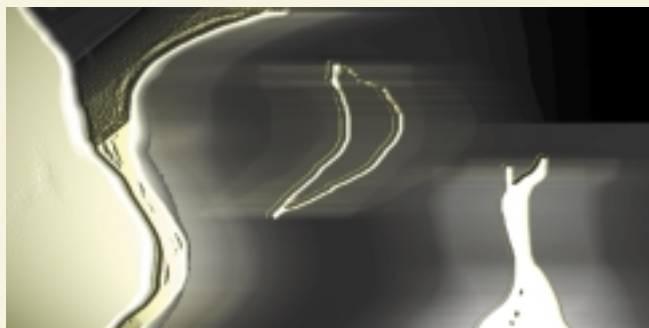
L'installazione di Simonetta, collocata nell'area dedicata all'arte contemporanea, isolava l'avvenimento dal restante panorama museale, ma senza imporsi; una piacevole dicotomia, in un luogo unico al mondo.



► **Figura F: "Senza titolo"**, Alessandro Raffi. "Un'immagine è luce rapresa soglia tra visibile e invisibile percezione gassosa del colore". Pianista e filosofo, Alessandro riprende il principio per il quale sia la luce a scolpire la materia. Da circa cinque anni sta lavorando a un libro sugli influssi della metafisica della luce neoplatonica nella riflessione teorica di Dante Alighieri. Per saperne di più: [www.geocities.com/SoHo/Workshop/8803](http://www.geocities.com/SoHo/Workshop/8803)

no dal contesto paesaggistico (**Figura G**); abbiamo inoltre strane texture dall'aspetto geroglifico, e un po' di frattali, sui quali non mi dilungo più.

Prima esperienza espositiva dei tre giovani artisti, si è rivelata più completa e curata di manifestazioni maggiormente ambiziose. La gestazione è durata quasi un anno, tra decisioni di carattere organizzativo e accordi con l'assessore alla cultura, ma ne è valsa la



▲ **Figura E: "Opalescenze"**, 1999, Matteo Mazzoni. Una delle opere che potete ammirare anche al [www.pubbliware.com/apexmentis](http://www.pubbliware.com/apexmentis)

Le opere si distinguevano notevolmente per autore, pur accompagnandosi vicendevolmente nel percorso obbligato della scenografia, volutamente assillante e ostile, fastidiosa come un parto, ma calda come l'utero materno.

La scelta di esporre su monitor è stata praticamente obbligata, sia per questioni economiche, sia per le piccolissime dimensioni dei file, che raramente superavano il megabyte. Un po' per comodità, talvolta per inaccortezza, spesso per scelta,

la decisione di lavorare su immagini tanto leggere preclude però un futuro verso la stampa di grande formato e, in alcuni casi, la proiezione su monitor di grandi dimensioni. Certo che più lavoriamo su un'immagine grande, più potente dovrà essere la nostra attrezzatura; ma è sempre meglio partire da file di maggiori dimensioni e successivamente crearne una versione ridotta, processo che, come ben sappiamo, non è attuabile in senso contrario senza perdita di qualità. Ernesto mi ha comunque confessato che, quando deciderà di fare un investimento in stampa ad alta qualità, considererà meglio la cosa. Per ora, va bene così.



▲ **Figura G: "Ship"**, Alessandro Raffi. La trasfigurazione dei moduli paesaggistici di Bryce promette nuove visioni, dal carattere misto tra figurativo e astratto. Alla faccia di *Titanic*