



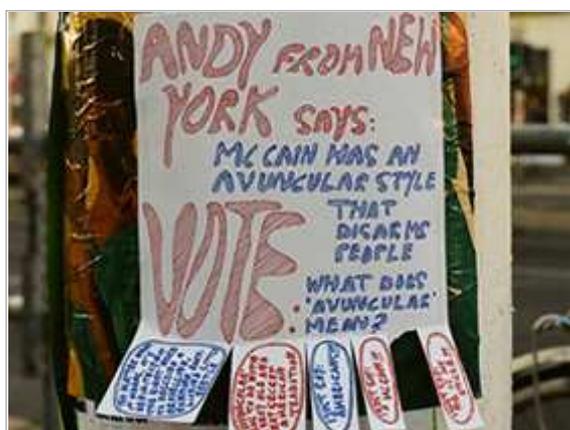
MISSION ACCOMPLISHED: ANDY DECK!

Txt: Monica Ponzini

Che cosa può diventare una campagna presidenziale negli Stati Uniti nell'epoca di Internet e dei new media? Il duello mediatico Obama-McCain è ormai riflesso a livello globale. I siti internet dei candidati sono diventati i canali preferenziali per trasmettere informazioni e video promozionali in tempo reale (per non parlare delle raccolte stellari di fondi).

Fin dalle primarie, YouTube è stata una piattaforma aperta per parodie e attacchi da parte di singoli individui o piccole organizzazioni, che hanno potuto diffondere i propri punti di vista come mai prima d'ora. CNN, uno dei canali dedicati alle News 24 ore al giorno ha chiesto ai propri spettatori di postare su YouTube domande per i candidati durante i dibattiti delle primarie. E Obama ha comunicato la scelta del proprio vice via SMS ai propri sostenitori, in quello che è stato stimato come il più vasto evento di "mobile marketing" nella storia degli Stati Uniti... Ma che tipo di informazione riceve davvero il cittadino medio rispetto alle elezioni del passato? E come si pone nei confronti del processo di creazione delle notizie e in quello decisionale?

Sull'onda di questo circo elettorale ormai diventato un evento di comunicazione mass-mediatica, alla galleria **Location 1 di New York** tre artisti da tre continenti diversi hanno realizzato un progetto web-based dedicato alle elezioni presidenziali americane - postando messaggi solo nello spazio virtuale di un blog.



Il titolo, simbolico del progetto/mostra, è **Mission accomplished**, la frase che troneggiava sulla portaerei Abraham Lincoln nel Maggio del 2003, quando Bush annunciò che le operazioni più importanti in Iraq erano terminate e che si era prossimi alla fine del conflitto. I tre artisti, la giornalista tedesca **Susanne Berkenheger**, il professore universitario giapponese **Hidenori Watanabe** e il net-artist americano **Andy Deck**, non si sono mai incontrati prima e hanno avuto come unica indicazione dalla curatrice delle esibizioni online Heather Wagner quella di occuparsi



delle prossime elezioni...

Susanne Berkenheger ha realizzato "Berlin Ambush Votings", una satira sulla diffusione globale dello scontro elettorale. Una serie di messaggi presi dal blog sono diventati degli annunci affissi sui pali e i muri di Berlin-Mitte, il quartiere creativo di Berlino. Le reazioni/risposte alle frasi degli annunci, riportate nelle cedoline sottostanti, potevano essere strappate via dai passanti... per divertimento, per noia o per puro interesse al progetto. I risultati sono esposti in galleria e postati sul sito della Berkenheger.

Hidenori Watanave, interessante alle architetture del meta-verse, ha creato "**Obamabot vs McCainbot in Metaverse**", una trasposizione di articoli su Obama e McCain, presi dal web e inseriti nei due chatterbot corrispondenti ai due candidati: i chatterbot vengono influenzati dalle reciproche comunicazioni e da quelle dei visitatori di Second Life. Un altro progetto è **OBAMApING**, l'individuazione e mappazione dinamica tramite indirizzo IP dei "luoghi" dove l'immagine di Obama "esiste"



Il lavoro di **Andy Deck**, artista impegnato in Internet media, in particolare nelle estetiche legate all'interattività, alla collaborazione, e ai media indipendenti, si intitola "**Election 2.008**". Gli utenti del sito di Deck sono stati invitati a contribuire alla creazione dello slogan "Mission Accomplished" – in un rovesciamento attivo rispetto alla politica "subita". Abbiamo quindi incontrato Andy Deck a New York e abbiamo parlato con lui del progetto, degli esiti della collaborazione virtuale e di come i nuovi media possono influenzare il processo decisionale in queste e nelle prossime elezioni.

Monica Ponzini: Che differenza c'è tra lavoro di gruppo in persona e quello virtuale? Come avete organizzato il lavoro?

Andy Deck: All'inizio ci siamo messi in contatto via email e abbiamo cominciato a discutere quello che avremmo voluto fare, poi abbiamo cominciato il "**Virtual Residency Blog**", per aprire la discussione anche al pubblico, che in questo modo poteva osservare e commentare quello che stava succedendo, contribuire al processo decisionale. Di solito quando collaboro con qualcuno, per lo meno so chi sono, ma in questo processo c'era un elemento di incertezza. Conoscevo queste persone solo attraverso il loro lavoro, e ad un certo punto Suzanne ha proposto di portare avanti quella che ha chiamato una "collaborazione segreta" – una sorta di "gorilla art" in cui non sapevamo che cosa avrebbe fatto. E dato che non la conoscevo, ha reso le cose ancora più strane per me: di solito non collaboro in progetti in cui non so quello che le altre persone coinvolte intendono fare o se posso fidarmi di loro. C'era un certo livello di incertezza in questo assetto. Era sicuramente stimolante – e alla fine mi è piaciuto quello che ha fatto!

In generale penso sia un po' più difficile interagire online con persone che non conosci e cercare di realizzare qualcosa insieme. C'è un senso di districatezza quando ci si conosce e si collabora di persona, ad un livello più profondo che non solo quello artistico. E penso sia un tipo di collaborazione ancora inusuale per le arti: sicuramente è stato fatto prima dell'avvento dei media digitali, ma avrebbe sicuramente coinvolto un sacco di lettere e telefonate... Alla fine ci siamo basati soprattutto sul blog, anche perché non eravamo sullo stesso fuso orario, era difficile organizzarsi per parlare al telefono o altri tipi di comunicazione sincronizzata. Entravo regolarmente nel blog e vedevo i commenti fatti dagli altri. C'è voluto tempo per sviluppare il progetto, scoprire quello che gli altri volevano fare, ci sono volute settimane dato che non parlavamo direttamente, ma ci lasciavamo messaggi sul blog, li leggevamo, li elaboravamo... Un processo decisamente inusuale...



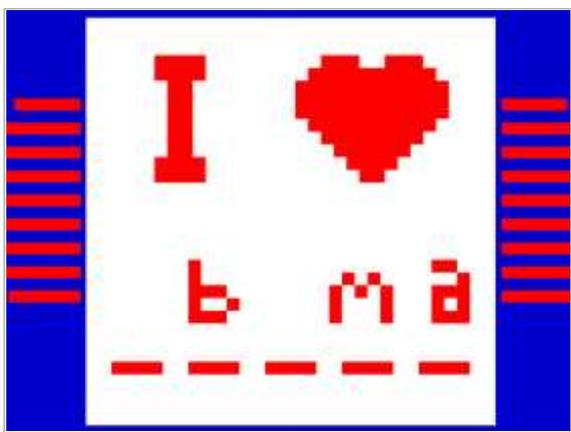
Monica Ponzini: Hai accennato al fatto che il blog era aperto al pubblico...

Andy Deck: Quasi fin dall'inizio era aperto al pubblico. Alcune persone hanno lasciato commenti e consigli, correzioni su quello che avevano letto. Purtroppo l'hard drive su cui era il blog si è rotto pochi giorni fa. Avremmo voluto includere il blog nella mostra, in modo che la gente potesse avere un'idea del processo che c'era dietro... Ma ci piaceva il suono dell'hard disk rotto, così l'abbiamo esposto comunque, accanto a un blog non-virtuale per raccogliere commenti – un blocco notes...

Monica Ponzini: Puoi descrivere il tuo lavoro per questo progetto? Come è nato e come l'hai sviluppato?

Andy Deck: La mia opera si intitola "Election 2.008", riferimento al Web 2.0, participant-oriented: i visitatori del mio sito creavano le immagini che andavano a costituire una scritta proiettata sul muro della galleria. Il messaggio è "Mission Accomplished" con un punto di domanda finale: è un'allusione alla scritta fatta appendere da Bush a una portaerei nel 2003. Volevo sollevare la questione della guerra, ma anche quella di quale sarebbe stato il risultato delle elezioni pensando a questo. Il punto di domanda per me indica l'incertezza non solo del risultato delle prossime elezioni, ma anche di cosa avremmo ottenuto eleggendo l'uno o l'altro candidato. Anche se sono più propenso a vedere Obama vincere, non credo sia una cosa certa che lasceremo l'Iraq nei quattro anni che seguiranno la sua elezione, se sarà eletto.

Volevo creare un contesto in cui le persone potessero commentare su queste cose in maniera interattiva ed anonima. Ho realizzato progetti simili prima d'ora, in cui le persone potevano creare immagini in maniera anonima attraverso il mio sito, ma questo è diverso, perché ha un contenuto politico a strutturare il tipo di commenti degli utenti.



Monica Ponzini: In queste elezioni i new media hanno avuto un ruolo decisivo. Secondo te hanno cambiato il concetto di democrazia? La gente è realmente più coinvolta e più persone partecipano al processo decisionale?

Andy Deck: Non voglio dire che stiamo raggiungendo un utopistico Nirvana, la verità è che il sistema politico americano è ancora orientato al denaro. Penso però che le cose sono cambiate enormemente negli ultimi 12 anni. Per esempio adesso le elezioni americane sono diventate un evento globale in real time, come non lo erano mai state prima. Questa è una delle cose di cui sono diventato più consapevole nella fase iniziale di pianificazione del progetto: le elezioni americane erano riportate in maniera ravvicinata dai media sia in Giappone che in Germania. Non è chiaro in ultima analisi quale effetto abbia sugli elettori americani, ma sicuramente ci dovranno essere degli effetti, ma non posso quantificare esattamente come questi avranno impatto sulle elezioni.

Monica Ponzini: Come credi che stia cambiando il linguaggio dei nuovi media – Internet, mobile video, telefoni cellulari- rispetto alla comunicazione politica?

Andy Deck: Penso che uno degli aspetti più stupefacenti, soprattutto in questa elezione, sia che la copertura da parte dei media siano temi piuttosto insignificanti. Mi chiedo, quando guardo dispositivi come Ipod e telefoni cellulari, la quantità limitata di testo che hanno, se questo stia contribuendo a questa iper-semplificazione delle questioni e stia portando a strategie "ad effetto" per catturare l'attenzione delle persone e creare cameratismo tra i sostenitori di uno o l'altro partito. Non credo che l'informazione trasmessa attraverso telefoni cellulari abbia quel tipo di spessore che un libro o un trattato possono avere.



Per quanto riguarda Internet, invece, sono rimasto impressionato dai blog, e penso che oggi più che in altre elezioni la qualità dei commenti sui blog politici ha raggiunto il punto in cui possono essere comparati agli articoli sui grossi giornali. E ho l'impressione che addirittura commenti e opinioni pubblicati sul nostro blog contassero anche per le persone che dovevano decidere per chi votare. Se moltiplichi per decine di migliaia di blog allo stesso tempo, la formazione delle idee viene messa sullo stesso livello, la gente non compra più solo giornali e gli editori non sono più gli unici a determinare il tono. Al contrario, ci sono parecchi bloggers influenti che spingono anche la carta stampata a prendere nota di quello che dicono. C'è una sorta di circolarità: la stampa tiene conto quello che dicono i blog e i le pubblicazioni online hanno effetto su quello che viene detto dai Network ufficiali. Penso che Internet stia influenzando in maniera positiva il processo politico sul versante delle informazioni.

www.location1.org

<http://spiegel.de/spam>

www.berkenheger.de/index_english.html

<http://mapping.jp/archi/cat18/>

http://mapping.jp/index_en.html

<http://andydeck.com>

<http://artcontext.org>
