

La ScalaWeb: il teatro interattivo

Nel sito Internet del Teatro alla Scala di Milano è di scena l'interattività. Ogni opera può essere vista come una composizione plurisensoriale nella quale concorrono le immagini delle scenografie, i balletti, le gestualità degli attori, la musica, le luci, i costumi.



di Francesco Zurlo

Una battuta, una pausa, l'attesa di un applauso o di una risata, e la recita continua: il teatro fa subito pensare a questo continuo gioco di rimandi tra palcoscenico e platea tanto da diventare il senso più compiuto di questa forma secolare d'intrattenimento. L'interazione avviene secondo codici comunicativi naturali - gesti, movimenti, approvazioni - che sviluppano l'azione teatrale secondo uno schema simmetrico, dal palco alla platea e viceversa.

Il teatro e i nuovi media

Sostenere l'assenza di questo scambio (per cui il teatro diventa simile ad altre forme di intrattenimento e quindi al limite fruibile in TV o attraverso un computer) contrasta con il senso comune di tutti noi per il quale forte è l'esigenza e il piacere

di essere dentro il teatro, luogo primario d'interazione tra realtà (del pubblico) e finzione (degli attori). In questo scenario allora, che impatto possono avere i nuovi media? Una risposta articolata la troviamo nel sito Internet del Teatro alla Scala di Milano. Qui vi sono contenute informazioni relative alle opere teatrali rappresentate. Ogni opera può essere vista come una composizione plurisensoriale nella quale concorrono, orizzontalmente, le immagini delle scenografie, i balletti, le gestualità degli attori, la musica, le luci, i costumi.

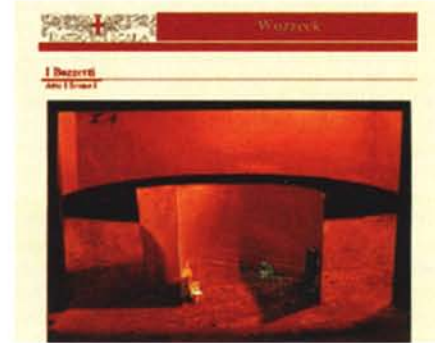
Elementi che si integrano, a loro volta e verticalmente, in segmenti dell'opera come scene, atti e quadri. L'architettura del sito è costruita a partire dall'esplosione di ogni opera in tutti i suoi segmenti, osservabili tramite l'interfaccia, luogo anch'esso d'interazione, ma di un tipo differente, tra la fruizione sinestesica dell'utente e l'offerta multimediale del sito: più di 3000 immagini, filmati, musica, spartiti, biografie dei singoli cantanti e dei direttori d'orchestra ed altro ancora. Diverse sono le potenzialità: è possibile comparare ad esempio documenti storici pescando nell'importantissimo archivio ufficiale della Scala che raccoglie tutte le rappresentazioni dal 1956 ad oggi oppure avere informazioni di carattere più tecnico, come poter prenotare i biglietti tramite telefono o leggere il programma di sala sin dalla mattina della prima.

L'interfaccia nasce nel 1995 vincolata alla grafica tradizionale della Scala (colori,

simboli, caratteri) per evolvere, attraverso piccoli miglioramenti successivi, fino all'aspetto odierno (a cura degli architetti Paola Trapani ed Emanuele Genuizzi) che presenta, tra le altre cose, un codice/colore per ognuna delle sezioni del sito, l'uso di alcuni indicatori di posizione per evitare fenomeni di disorientamento nell'utente e l'assenza dello scrolling laterale già presente nelle precedenti versioni (statisticamente usato solo da un utente su quattro): l'obiettivo è quello di aumentare le potenzialità di comunicazione tra il teatro e il suo pubblico.

Il gioco dell'interazione

Al gioco dell'interazione nel luogo fisico se ne affianca, quindi, uno simulato: il pubblico infatti può osservare il teatro (oltre 3 milioni e mezzo di visite in tre an-





ni di attività) e da questo essere osservato (per mezzo di statistiche, mailbox, filo diretto con gli uffici, ecc.).

Il progetto ha dato fin dall'inizio importanza a tale aspetto e ciò diventa ancora più evidente nella prossima attivazione di visite virtuali, dove l'interazione va oltre il rapporto con il contenuto (l'opera), per coinvolgere anche ciò che contiene l'attività scenica: il teatro. Con due obiettivi: uno di carattere probabilmente seduttivo, di attrazione verso un'istituzione culturale che è anche un monumento architettonico di prestigio, l'altro per recuperare una possibilità esplorativa del teatro altrimenti non possibile nel sito fisico: poter guardare dietro le quinte, muo-

secondo due tecniche. La prima si svolgerà all'interno di un modello tridimensionale del teatro realizzato con tecnologie VRML; in questa visita (attiva dal luglio '98) sarà possibile partecipare alla simulazione dell'azione teatrale: essa verrà riprodotta attraverso alcuni momenti topici come l'apertura del sipario, lo spegnersi delle luci, lo scorrere delle quinte, oppure ad esempio osservando la scena di uno stilizzato balletto virtuale coordinato alla musica.

L'uso della Realtà Virtuale

La seconda visita è stata realizzata con QuickTime VR, grazie al sostegno di Apple, e sarà attiva da dicembre del '97. In essa vi sono 8 nodi corrispondenti ai principali ambienti del teatro: sarà possibile visualizzare in pianta la posizione di questi ed attivarli per veder comparire le immagini delle zone corrispondenti. L'idea è quella di riprodurre con fedeltà fotografica il percorso ideale svolto da uno

Nella pagina a fianco, in alto, vista esterna in VRML del Teatro La Scala. A sinistra in basso, schermata con il bozzetto di una scena de "Le nozze di Figaro". In basso a destra, bozzetto per il "Wozzeck".

In questa pagina, in alto una foto di scena de "Le nozze di Figaro". Sotto, vista del modello QuickTime della sala.

stico (la buca dell'orchestra), al bocca-scena (dove è possibile vedere sia la sala che il retropalco), al palco stesso; la visita sarà inoltre possibile passando da un nodo all'altro direttamente senza bisogno di ricorrere alla pianta di riferimento.

Ma perché un teatro prestigioso come La Scala insiste su queste esigenze di interazione e comunicazione? È ormai noto che le strategie di prodotto tradizionali - vendere un prodotto di qualità e a buon prezzo - tendono a trasformarsi, oggi, in strategie di sistemi globali di offerta - vendere un buon prodotto ma anche un servizio ed una comunicazione che lo sostengano.

Un progetto di comunicazione globale

Ciò vale anche per un prodotto come una stagione teatrale (La Scala, tra l'altro, si sta trasformando da Ente pubblico in Fondazione privata): ogni prodotto è un'offerta culturale, comprensibile per la prestazione ma anche per il significato che assume e ciò è vero anche per un prodotto con caratteristiche più culturali degli altri come un'opera teatrale; allora è con strategie unificanti di prodotto, servizio, comunicazione e, nel nostro caso, interazione, che l'offerta dell'azienda diventa visibile: in tale ambito il design assume ruoli diversi occupandosi del progetto dei servizi, delle proposte di comunicazione, dell'uso di nuovi strumenti mediatici ed espressivi, fino allo studio dei luoghi e degli ambienti, fisici e virtuali, dell'interazione domanda/offerta. In tal senso La ScalaWeb è una possibile risposta, molto efficace, all'esigenza di identità e visibilità di un'impresa culturale di grande prestigio.

Indirizzo web
<http://lascala.milano.it>

Credits

Il progetto del sito è di Maria Alberta Alberti e Daniele Marini del Dipartimento di Scienze dell'Informazione dell'Università degli Studi di Milano. È stato sovvenzionato dalla Camera di Commercio di Milano e nasce da un accordo tra il Teatro e il Gruppo per le Tecnologie della Scala. Il servizio è offerto dall'ufficio stampa del Teatro.



versi nel boccascena, guardare la sala dall'alto, scegliere il posto migliore e teleprenotarlo per godersi poi dal vero, sicuri del punto di vista, lo spettacolo. Il tipo di interazione si avvicina a quello di carattere immersivo della realtà virtuale attraverso la manipolazione diretta nell'ambiente simulato dal computer: a questo punto essere nel teatro potrà assumere significati più articolati rispetto a quella che è la nostra comune esperienza poiché, una volta giunti nel luogo, si potrà avere una consapevolezza amplificata sia delle caratteristiche dell'opera sia del luogo in cui quella è rappresentata.

Le visite virtuali sono state realizzate

spettatore dall'esterno verso l'interno del teatro: la visita, ovviamente vincolata alle caratteristiche del programma (ogni nodo è formato da 12 fotogrammi scattati ad angolazioni diverse e mappati su un cilindro virtuale al cui centro è l'ipotetico osservatore) è arricchita dalla presenza di aree sensibili - hot spot - che in corrispondenza di oggetti danno informazioni, ad esempio, sul personaggio rappresentato in un quadro o sulla scultura posta a lato di un varco. I nodi permettono una visione a 360° dell'area visitata, talvolta, quando la lente lo permetta, anche del soffitto: si passa dalla piazza all'atrio d'ingresso, al foyer, al ridotto delle gallerie, alla sala, al golfo mi-