

AMO IL *Travel on Art* *teatro* **PERCHÉ**

LA RISPOSTA AL *brain rot* TRA PALCOSCENICO FISICO E VIRTUALE

Molti ricordi della nostra infanzia si legano ai grandi schermi.

Il telegiornale condiviso in silenzio insieme alla famiglia durante l'ora di cena, lo spettacolo di teatro che attendi con emozione per dividerlo insieme alle compagne e ai compagni di classe, il film cult dell'anno che ti dà appuntamento al cinema durante il pomeriggio del 26 dicembre e così a ripetizione.

Uno status quo destinato a non comprendere mai la parola fine si è scontrato con due rivoluzioni dalla portata mastodontica: l'avvento dello smartphone prima e delle piattaforme social poi.

Come la fatidica goccia che riesce nell'intento di scavare la pietra, così lo smartphone e i social media si sono messi comodi e hanno inaugurato un nuovo regno.

Questo regno, dati alla mano, si alimenta di rinnovati comportamenti e abitudini.

Molte persone per esempio usano i social media come televisione in streaming e l'informazione e l'intrattenimento ora passano per la quasi totalità dallo schermo verticale di uno smartphone di poco più di 2000 pixel.

Qual è la tendenza?

Consumare contenuti leggeri, spesso creati con lo stampino, adeguandosi a quello che le piattaforme chiedono e che il pubblico

fruisce.

E così arriviamo alla parola dell'anno 2024 scelta dalla Oxford University Press, che tutti avremo incontrato almeno una volta durante le pause social: "BRAIN ROT".

La definizione, tradotta in italiano, corrisponde a "marciume cerebrale" e sta ad indicare il processo di presunto degrado cognitivo che è causato da un eccessivo consumo di contenuti online ritenuti piatti, banali, poco stimolanti.

Ma la storia del Brain Rot non risale al 2023-2024, quando il New York Times ha dichiarato che l'uso di questo termine ha registrato un aumento del 230%, spinto dalla sua diffusione su piattaforme come TikTok e X.

Per ritrovarlo dobbiamo fare un passo indietro e tornare al 1854 quando lo scrittore Henry David Thoreau lo inserì nel suo libro Walden, per criticare la tendenza della società a svalutare le idee complesse a favore di quelle più banali.

"Mentre l'Inghilterra si sforza di curare il marciume delle patate, nessuno si sforzerà di curare il marciume del cervello, che prevale in modo molto più diffuso e fatale?"



Teatro Regio di Parma,
veduta dall'alto

© Travel on Art

Nella connotazione contemporanea il Brain Rot non è solo qualcosa che si subisce passivamente, ma qualcosa che viene cercato come strumento per evadere e svuotare la mente.

Lo usiamo come anestetico, ma forse senza la consapevolezza che in questo modo avviamo un circolo vizioso difficile da spezzare.

Uno degli studi scientifici su questo tema che è stato pubblicato su [National Library of Medicine](#), ha dimostrato come il web possa produrre delle alterazioni

permanenti e impattanti nella cognizione relativa sia alla sfera dell'attenzione che a quella della memoria.

In sostanza lo scrolling compulsivo in cui ci rifugiamo può avere conseguenze negative sulle nostre facoltà mentali.

Ma se questi nuovi schermi ci tengono incollati attraverso una mole infinita di contenuti, preconfezionati e privi di livelli di lettura, che cosa può fare chi si occupa di cultura?

Ci siamo confrontate su questo tema qualche settimana fa quando, davanti a un caffè, ci è stato chiesto:

“Un teatro come può sottostare alle regole delle piattaforme social senza diventare a sua volta artefice di un totale appiattimento di proposte creative, idee, riflessioni?”

Esiste un'altra strada?”

**Teatro Due, Parma
allestimento scenografia**

© Travel on Art



La strada esiste e deve partire da un'inversione del nostro punto di vista: il nostro cervello vuole rimanere sveglio, quindi come possiamo mantenerne intatta l'elasticità?

Lavorando ad una strategia di potenziamento dell'offerta di contenuti stimolanti e partecipativi, che parte dal palcoscenico fisico e si estende al palcoscenico virtuale!

Le piattaforme social non sono altro che palcoscenici di storie e il teatro può raccontarne di autentiche, di completamente inventate, di divertenti, di scomode, di struggenti...

E un'altra cosa che può fare, soprattutto se vuole rivolgersi a pubblici nuovi, è iniziare a raccontare se stesso, le persone che lo rendono vivo, i suoi

meccanismi, le sfide più ardue, l'impatto che ha sulla quotidianità di chi lo attraversa e sui luoghi che abita.



QUESTO PALCOSCENICO *virtuale*
SI STA POPOLANDO DI CONTENUTI
CHE CI *prendono per mano*
E CI REGALANO IMMAGINAZIONE E *curiosità*

Da esperte di comunicazione, che studiano processi e algoritmi, abbiamo visto che questo palcoscenico virtuale si sta popolando con maggior frequenza di contenuti che ci prendono per mano e ci regalano immaginazione e curiosità e questa è la cura migliore per limitare il Brain Rot e costruire il Mind Bloom che è una nuova fioritura delle mente.

Questo è quello che sta facendo da anni il Reggio Parma Festival, avviando una fioritura fisica nelle nostre città, Reggio Emilia e Parma, che hanno accolto nuovi progetti, spettacoli, artiste e artisti. E questo ha permesso a noi cittadine e cittadini di ritrovare uno slancio più animato ed entusiasta nel vivere i nostri teatri che sono presidi culturali in cui riconoscersi.

Ma non ci si è fermati al fisico: il Reggio Parma Festival ha occupato anche il palcoscenico digitale, dando voce alle professioniste e ai professionisti del teatro, raccontando quello che succede dietro al sipario e dando forma e sostanza a storie antiche e recenti che animano questi luoghi.



Teatro Valli, Reggio Emilia
con sipario Omar Galliani

© Travel on Art

Ed è proprio questa la risposta alle sfide della società contemporanea per un'istituzione culturale: usare i propri spazi fisici e virtuali per creare fili invisibili, ma indelebili che uniscono ciò che va in scena sul palcoscenico e ciò che va in scena nella vita.

Vuoi saperne di più? Ti consigliamo di leggere l'articolo *The "Online Brain": How the Internet May Be Changing Our Cognition*, pubblicato dalla **National Library of Medicine**. Puoi trovarlo [qui](#).



Travel
on Art

Anna Fornaciari e Anastasia Fontanesi lavorano come digital strategist, content creator e autrici. Nel 2016 hanno creato il loro progetto editoriale **Travel on Art**, dedicato al turismo culturale contemporaneo, e il loro studio di comunicazione **ReFactory Communication**.

AMO IL TEATRO PERCHÉ → La newsletter di RPF firmata da Travel on Art

Visita il nostro sito e seguici sui social

REGGIO PARMA FESTIVAL



Copyright 2021 © Reggio Parma Festival, All rights reserved.

Scrivici al nostro indirizzo email:

segreteria@reggioparmafestival.it

Non vuoi più ricevere le nostre notizie?
Puoi aggiornare le preferenze o disiscriverti.