

Ocula²¹

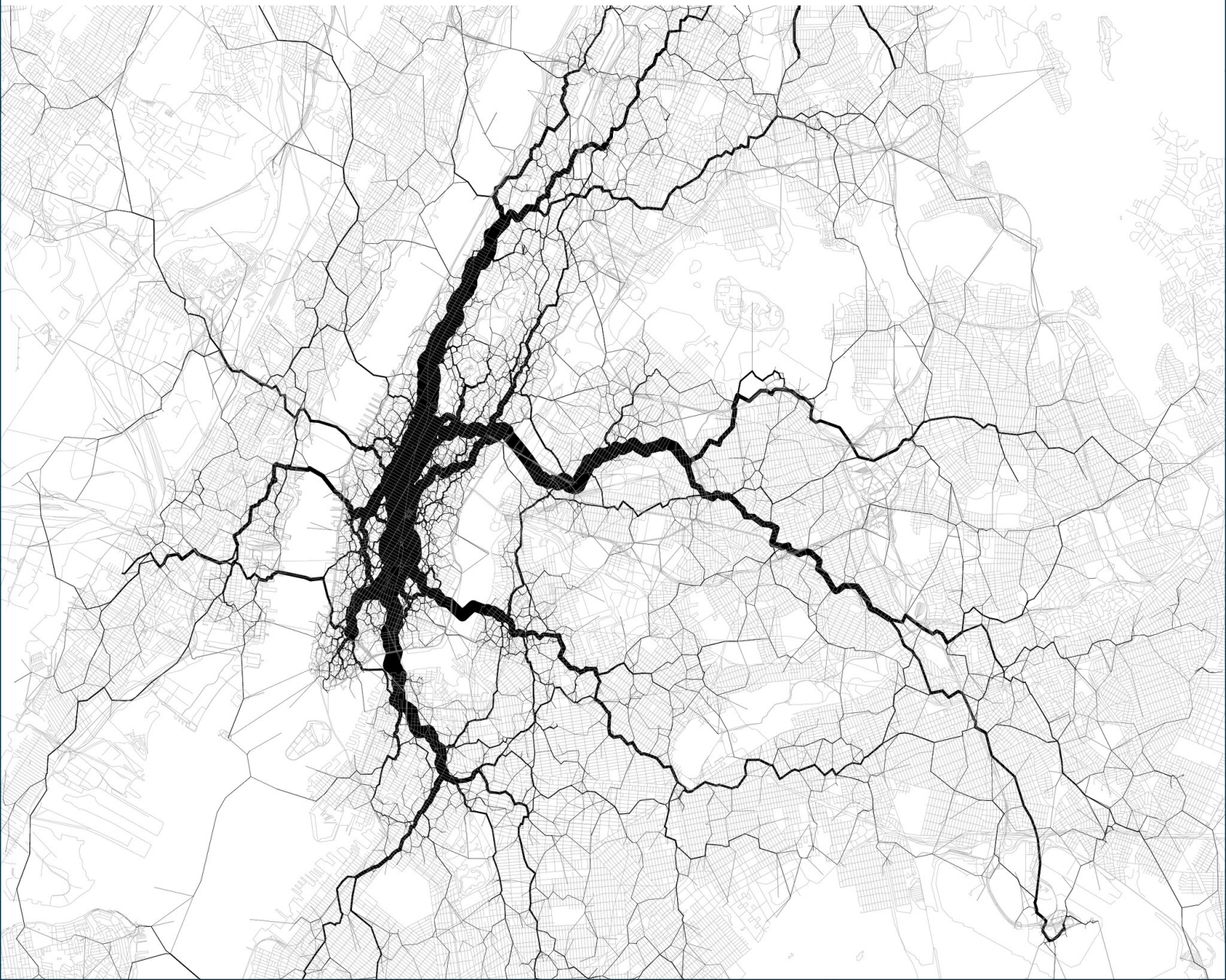
Occhio semiotico sui media | Semiotic eye on media | Numero 21, Dicembre 2019 | ISSN 1724-7810 | DOI: 10.12977/ocula2019-17
www.ocula.it

Geosemiotica

Dai locative media, alle immagini diffuse, ai big e small data

A cura di Federico Montanari, Nicola Dusi e Guido Ferraro

Saggi di Giorgio Avezù | Giovanni Curtis | Enzo D'Armenio | Guido Ferraro |
Marta Milia | Antonio Opromolla | Bruno Surace |



ISSN 1724-7810

Publisher: Associazione Ocula, via Lodovico Berti, 2 40131 - Bologna

www.ocula.it

email: redazione@ocula.it

Comitato scientifico / Editorial Committee

Giovanni Baule (Politecnico di Milano, Dipartimento di Design)
Anne Beyaert-Geslin (Université Bordeaux- Montaigne, France)
Giovanni Boccia Artieri (Libera Università di Urbino Carlo Bo)
Vanni Codeluppi (Università Iulm, Milano)
Marcel Danesi (University of Toronto, Canada) president from 2014
Bernard Darras (Université Paris 1, Panthéon-Sorbonne, France)
Alessandro Duranti (University of California Los Angeles, USA)
Ruggero Eugeni (Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano)
Guido Ferraro (Università di Torino)
Roberto Grandi (Università di Bologna)
Gianfranco Marrone (Università di Palermo)
Pino Paioni (1920-2013) (Università di Urbino) president from 2009 to 2013
Guglielmo Pescatore (Università di Bologna)
Susan Petrilli (Università di Bari)
Isabella Pezzini (Università La Sapienza di Roma)
Maria Pia Pozzato (Università di Bologna)
Andrea Semprini (Université de Lille, France; Iulm, Milano)
Junji Tsuchiya (Waseda University, Tokio, Japan)
Alessandro Zinna (Université de Toulouse 2, France)

Redazione / Editorial Board

Andrea Bernardelli (Università di Perugia)
Cinzia Bianchi (Università di Modena e Reggio Emilia)
Michela Deni (PROJEKT Università di Nîmes, France)
Nicola Dusi (Università di Modena e Reggio Emilia)
Francesco Galofaro (Università di Torino; CUBE Bologna)
Davide Gasperi (Alba Pratalia)
Valentina Manchia (Politecnico di Milano; Università di Bologna; Isia Urbino)
Antonella Mascio (Università di Bologna)
Federico Montanari (Università di Modena e Reggio Emilia)
Valentina Pisanty (Università di Bergamo)
Giampaolo Proni (Università di Bologna)
Ruggero Ragonese (Università di Modena e Reggio Emilia)
Stefano Traini (Università di Teramo)
Salvatore Zingale (Politecnico di Milano)

Coordinator (Editor in Chief)

Cinzia Bianchi (cinzia.bianchi@unimore.it)

Ocula.it pubblica saggi di ricerca semiotica, in particolare applicata alla comunicazione e alla cultura, è aperta al dialogo con altri campi di ricerca e accoglie contributi che provengono da ogni ambito delle scienze umane e sociali.

La gestione editoriale di Ocula è svolta dalla Redazione, che nomina un Coordinatore con funzioni di direzione. La Redazione sceglie i curatori dei numeri tematici tra i propri membri e tra gli esperti dei temi di volta in volta proposti (*guest editors*). Il Comitato scientifico internazionale è garante della qualità scientifica della testata. Se non diversamente specificato, i saggi pubblicati nei numeri tematici sono sottoposti a *double blind peer review*, seguendo le norme scientifiche internazionali.

L'ANVUR (Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca) ha riconosciuto a Ocula lo status di Rivista Scientifica per le seguenti aree scientifico-disciplinari:

Area 08 - Ingegneria civile ed Architettura;
Area 10 - Scienze dell'antichità, filologico-letterarie e storico-artistiche;
Area 11 - Scienze storiche, filosofiche, pedagogiche e psicologiche;
Area 13 - Scienze economiche e statistiche;
Area 14 - Scienze politiche e sociali.

Per ulteriori informazioni si può consultare il sito della rivista (www.ocula.it)

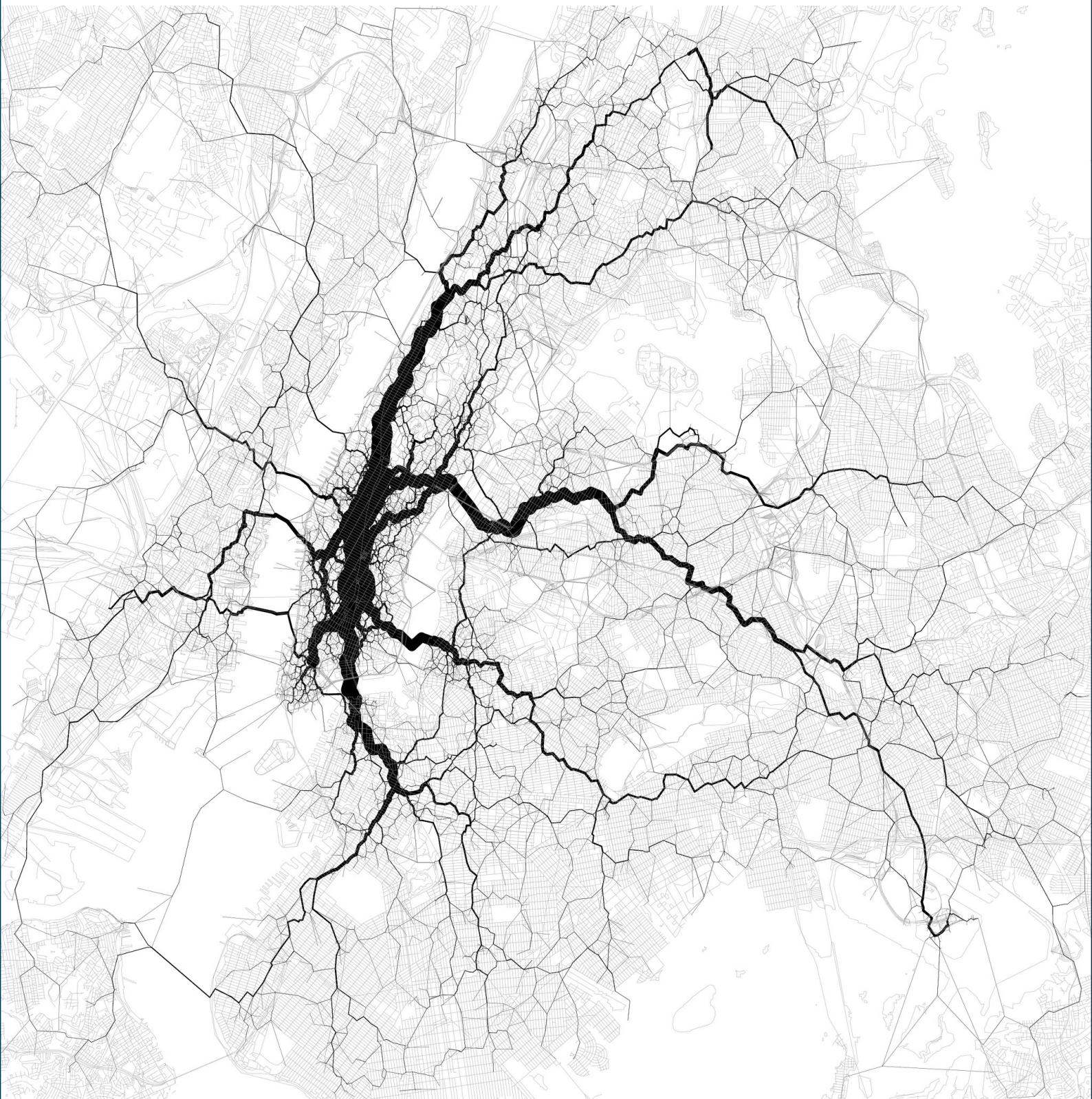
Geosemiotica

Dai locative media, alle immagini diffuse, ai big e small data

a cura di *Federico Montanari, Nicola Dusi e Guido Ferraro*

Sommario/Contents

Introduzione <i>Federico Montanari</i>	1
Mappare la distruzione Locative media e narrazione del sisma ad Amatrice <i>Marta Milia</i>	7
Dai sensi ai dati Le protesi audiovisive tra percezione ed enunciazione <i>Enzo D'Armenio</i>	21
Spazi urbani ibridi Dall'introduzione del digitale ai processi sociali nella città <i>Giovanni Curtis e Antonio Opromolla</i>	38
Visori e galline nel Web of Beings Second Livestock fra goliardia, semiologia e filosofia <i>Bruno Surace</i>	56
Interferenza omotopica e locational imaging noir Una riflessione geocritica sugli spazi disturbanti nel cinema a partire da <i>Black Dahlia</i> <i>Giorgio Avezzi</i>	71
I luoghi, il senso Costruzione e decostruzione dell'effetto del luogo nelle fotografie di Instagram <i>Guido Ferraro</i>	89



Introduzione

Federico Montanari

Università di Modena e Reggio Emilia

federico.mont@gmail.com

Introduction – The present issue of *Ocula*, edited by Federico Montanari, Nicola Dusi and Guido Ferraro, intends to investigate a new and yet topical issue, one which is in constant transformation: the vast field of locative media and their intertwining with data and their definition. The diverse approaches have moved from semiotics to socio-semiotics and contemporary media studies. Such a multifarious approach to the issue at hand has been largely due to the fact that the booming of locative media has taken place thanks to the widespread use of technological instruments (i.e., smartphones, tablets, wearable devices and so on) that have allowed for the crossing of social media, territorial locationing and geo-localized information as well as the shared ability to make instant use of the very sources of all types of images, including territorial maps.

Lo scopo di questo numero di *Ocula* – a cura di Federico Montanari, Nicola Dusi e Guido Ferraro – è stato quello di indagare un campo che è diventato al tempo stesso di grande attualità e in continua e profonda trasformazione: il vasto ambito dei locative media e del loro intreccio con la questione dei dati, del loro statuto e della loro definizione; e questo in chiave non solo semiotica e sociosemiotica, ma aperta ai contributi dei Media Studies contemporanei. Come ricorda una delle autrici, Marta Milia, la definizione stessa di “locative media” è abbastanza recente e ha subito diverse trasformazioni e dilatazioni, proprio a causa dell’uso concreto di strumenti, di *devices* così come un certo tipo di piattaforme e di applicazioni (da Foursquare a Google Maps o Instagram, fino ai casi più recenti di utilizzo delle geolocalizzazioni), sino all’uso degli smartphones: e a un suo divenire sempre più potente e generalizzato.

Da diversi anni l’esplosione dei locative media, sotto gli occhi di tutti, è avvenuta, appunto, anche grazie all’uso di strumenti tecnologici ormai universalmente diffusi (come appunto smartphones, tablet, per arrivare ai più recenti dispositivi wearable) che hanno consentito l’incrocio fra social media, localizzazione territoriale, informazioni geolocalizzate: fino alla possibilità di fruire in modo istantaneo di fonti di immagini, notizie incrociate come le stesse mappe territoriali. I Media Studies hanno insistito in modo multidisciplinare sull’importanza di questo incrocio e stratificazione: fra materiale e immateriale, fra corporeo e localizzato. Il presente numero di *Ocula* cerca un dialogo necessario, vista la complessità del problema, tra questi diversi approcci e quello più socio-semiotico.

Da un punto di vista semiotico, questo campo non è facilmente delimitabile ed identificabile: esso si estende, appunto, dalla questione tecno-sociale delle interfacce e dei dispositivi tecnologici dotati di caratteristiche di geo-localizzazione, dagli smartphones fino ai device più recenti, i cosiddetti apparati “wearable”, a strumenti per la realtà virtuale ed esperienze 3d e immersive; fino ad oggetti ancora tutto sommato non universalmente diffusi in termini di

successo e di utilizzo, come gli occhiali appunto per le esperienze immersive o di realtà virtuale: dai più semplici, come quelli a cui è possibile applicare lo schermo dei telefoni, spesso di tipo molto economico e fatti di materiali piuttosto poveri; veri e propri gadgets, come i Google cards; fino agli Smart glasses, più o meno recenti, come Snapchat glasses; oppure a devices come Oculus; o, ancora, Horus di Nvidia (nvidia.com): un visual device dedicato al deep learning e alla realtà aumentata. Si tratta, però, anche di tener conto del fallimento di oggetti più complessi come i Google glasses, mentre si lanciano diversi tipi di dispositivi indossabili come gli iWatches o i diversi device da polso. Tutto questo per dire che tale vasto campo, relativo al rapporto fra dati e informazioni – all'interno delle forme intrecciate di materialità e di testualità e dei loro supporti tecnologici –, va a costituire un mondo di esperienze assai variabile, sfrangiato e in continua sovrapposizione con la dimensione spaziale e territoriale.

Proviamo allora a precisare alcuni punti. Se una possibile definizione di “geomedia” (Thielmann, 2010) è quella relativa al loro carattere “spaziale”, “georeferenziato” o “locative”, la questione della geolocalizzazione incrocia diverse altre e diverse problematiche: come quelle dell'ibridazione dei sistemi mediali, da un lato, o quelle dello statuto dei loro contenuti, con problemi non solo di affidabilità e usabilità (pensiamo alle diverse applicazioni e strumenti di geonavigazione, di tracing o di tracking, attraverso la produzione di percorsi o di mappe); ma anche di veridicità, attendibilità (pensiamo al tema molto attuale delle fake news o dei regimi di cosiddetta “post verità”).

Inoltre, la questione della localizzazione, oggi, non riguarda più soltanto il fatto che le informazioni o le immagini vengano taggate e dunque, appunto, geolocalizzate su mappe territoriali, ma anche che la georeferenziazione stessa diventa un mezzo: una nuova sostanza dell'espressione, in grado di produrre nuove articolazioni e nuovi linguaggi e contenuti.

Pensiamo, ad esempio, alle recenti forme di cosiddetto “cinema diffuso”, con i suoi diversi usi e consumi: estetici, di comunicazione e marketing territoriale, ecc.; fino agli sviluppi del live streaming; o alla questione del rapporto fra generi mediali diversi; e, in questo caso, all'uso della localizzazione in rapporto alle diverse forme mediali, ad esempio nella serialità televisiva. A tutto ciò si collega un altro tema, di grande attualità: la gestione, l'analisi e la valutazione, e manipolazione, dei dati. Si apre allora la questione dei big data in rapporto alle immagini, con problemi connessi al loro stoccaggio, distribuzione, valorizzazione e mantenimento e alla loro rappresentazione (sia in senso di “rappresentazione visiva” che di loro procedure di “teatralizzazione” vale a dire, messa in narrazione dei dati e loro “drammatizzazione” come forma spettacolare dei dati stessi). A tale riguardo è di grande rilevanza la creazione di oggetti complessi e multistratificati, attraverso i numerosi nuovi esempi di visualizzazioni: a partire dalle nuove forme di audiovisivo, per arrivare ai visual data, alla realtà aumentata, ai video a 360 gradi, ecc. Dati e geomedia si intrecciano così nell'uso dei nuovi locative media, sino al lavoro di produzione e gestione delle nuove forme di archivi audiovisivi e ipermediali, spostando l'attenzione dal luogo dell'azione all'agency e alle azioni dei soggetti, inserendo una dimensione temporale e dinamica in queste stesse azioni.

Le nuove tecnologie di localizzazione, inoltre, situano e ricollocano le nostre interazioni sociali, ma contribuiscono forse anche, al tempo stesso, a creare un loro modo culturale specifico. Come affermano Wilken e Goggin (2015), nei media basati su *location-aware technologies*, infatti, troviamo una tensione tra azioni e luogo in cui queste avvengono spazio-temporalmente, che va pensata come produttiva. In questo senso gli autori che hanno partecipato al presente numero di Ocula si sono mossi articolando le diverse aree tematiche proposte: dai Media Studies e geolocalizzazione, alla Semiotica dei social networks. Fino all'uso specifico degli smartphone e di twitter in situazioni di emergenza: pensiamo al caso del terremoto di Amatrice e della sua narrazione in diretta attraverso i social e locative media, fra tagging e diffusione e condivisione di dati nelle situazioni di pericolo o di evento catastrofico, per come è stato descritto nel saggio di Marta Milia. Un altro caso è quello analizzato nel saggio di Enzo D'Armenio, relativo all'utilizzo di possibili device ancora non realizzati o parte di un prossimo futuro distopico, come quello descritto dalla serie Black Mirror (un micro-device installato dietro le orecchie e in grado di registrare automaticamente le proprie esperienze e poi riproiettarle su qualunque schermo, anche sulle nostre pupille), ma la cui natura di protesi le cui le dinamiche sociali indotte da questi dispositivi non sono affatto lontane da quelle che conosciamo nelle nostre attuali società. Forse, in certe forme di serialità televisiva e nella fantascienza, sono gli stessi meccanismi della delega e dell'automatismo sociale ad essere accentuati ed amplificati, quasi come esperimenti sociali rispetto alla realtà attuale. O pensiamo anche al caso presentato nell'articolo di Bruno Surace, fra provocazione quasi *à la* Baudrillard, e caso estremo: che si tratti di una provocazione, o di un esperimento fittizio (*Second Livestock*), o più o meno reale – relativo all'applicazione di una tecnologia di visori per la realtà virtuale ad un allevamento di galline, ma, appunto, come si trattasse di una sorta di *Second life* per animali; e con l'aggiunta di dispositivi e interfacce materiali – fino a farne un possibile progetto artistico, e che comunque è stato narrato dai media; esso nella sua dimensione provocatoria ed estrema, ci segnala ancora una volta il nesso fra dimensione finzionale, dimensione “reale” e uso delle tecnologie e delle interfacce localizzate.

Altro ambito tematico (discusso nel saggio di Curtis e Opromolla), di grandissima attualità e già da tempo ricco di sviluppi e di ulteriori possibili articolazioni, riguarda la questione degli spazi urbani e della loro ibridazione e mappatura, rappresentazione e interazione con le interfacce e gli strumenti di geolocalizzazione. Questo campo è divenuto, oggi, un vero e proprio ambito di produzione e di diffusione di saperi relativi sia all'uso delle tecnologie che agli stessi spazi e territori: ad esempio attraverso la produzione di mappe (come noto, oggi questo è anche un fiorente settore socio-economico, pensiamo alla realizzazione di applicazioni, cui sempre di più corrispondono anche il successo di aziende multinazionali e globali, pensiamo al caso Uber); sia in rapporto alle nuove forme di relazionalità sociale in rete (dal turismo, allo sport, alla storia, sino ai settori più specialistici). Altri saggi come quello di Guido Ferraro sottolineano la specificità di piattaforme di social media come Instagram: in cui la tensione fra presunta immediatezza delle immagini e loro “artificiosità”, rappresentata ad esempio dall'uso dei filtri, si rapporta con un

“luogo”, fino a rimettere in gioco in modo complesso l’idea stessa di referenzialità, connessa appunto all’idea di “località”. Mentre un altro saggio, quello di Avezzù, insiste sul rapporto fra spazi “*locational*” all’interno del cinema, con il caso di *Black Dahlia*, mostrando comunque come questi spazi (spesso si tratta di spazi oscuri o perturbanti o propri ad una dimensione onirica, ad esempio, le città o le strade del noir) siano in grado di generare legami, che potremmo definire, in termini semiotici, di tipo enunciazione, e che possono fungere da matrice e da modello per gli stessi processi che ritroviamo poi anche nei locative e social media in rapporto alle stesse dimensioni urbane e territoriali.

Insomma, che si tratti di spazi “immaginati” o di spazi “reali”, oggi il vasto ambito dei locative e geomeia sembra riproporci, sotto nuovi sguardi e prospettive, la questione non già di uno stupido “ritorno del reale”, ma, piuttosto, delle relazioni e costruzioni di referenzialità, di localizzazione e delocalizzazione, di concatenamento fra spazi e tempi; e degli incubi, visioni, o sogni che, in senso ampio, ne possono derivare.

Alcuni riferimenti bibliografici

Akrich, Madeleine

1992 “The De-Description of Technical Objects”, in: W. E. Bijker, J. Law (a cura di), *Shaping Technology/Building Society*, Cambridge, MA, MIT Press (trad. it. in Mattozzi, 2006).

Avezzù, Giorgio; Fidotta, Giuseppe

2016 “Introduzione. Il mondo in forma disciplinata. Cinema, geografia e cultura visuale”, *Cinergie*, 10.

Barreneche, Carlos

2015 “Platform specificity and the politics of location data extraction”, *European Journal of Cultural Studies*, 1, London, Sage.

Bratton, B.H.

2008 “iPhone City”, *Digital Urbanism*, AD: Architectural Design.

Crary, Jonathan

2013 *Le tecniche dell’osservatore*, (trad. it. a cura di L. Acquarelli), Torino, Einaudi.

de Souza e Silva, Adriana; Sheller, Mimi (eds.)

2015 *Mobility and Locative Media*, London and New York, Routledge.

de Souza e Silva, Adriana; Frith, Jordan

2012 *Mobile interfaces in Public Spaces: Locational privacy, control, Urban sociability*, London and New York, Routledge.

Dusi, Nicola

2014 *Dal cinema ai media digitali*, Milano-Udine, Mimesis.

Eugeni, Ruggero

2010 *Semiotica dei media*, Roma, Carocci.

2016 *La condizione postmediale*, Brescia, La Scuola.

- Farman, John
2012 *Mobile Interface Theory*, London and New York, Routledge.
- Fontanille, Jacques
2015 *Formes de vie*, Liège, Presses universitaires de Liège.
- Frith, Jordan
2015 *Smartphones as Locative Media*, Hoboken, Wiley-Blackwell.
- Krauss, Rosalind E.
2000 *A Voyage on the North Sea: Art in the Age of the Post-MediumCondition*, London, Thames & Hudson.
- Landowski, Eric
2005 “Les interactions risquées”, *Nouveaux actes sémiotiques*, n. 101-103 (trad. it. *Rischiare nelle interazioni*, Milano, Franco Angeli, 2010).
- Latour, Bruno
1992 “Where are the Missing Masses?”, in Bijker, W.E. and Law, J., (eds.), *Shaping Technology/Building Society*, Cambridge, MA, MIT Press (trad. it. in Mattozzi, 2006).
- Latour, Bruno; November, Valérie; Camacho-Hubner, Eduardo
2010 “Entering a risky territory: space in the age of Digital navigation”, *Environment and Planning*, 28 (4), pp. 581-591.
- Manovich, Lev
2013 “Media Visualization: Visual Techniques for Exploring Large Media Collections”, *The International Encyclopedia of Media Studies: Media Studies Futures*, ed. Kelly Gates, Hoboken, Blackwell.
- Mattozzi, Alvise (a cura di)
2006 *Il senso degli oggetti tecnici*, Roma, Meltemi.
- Montanari, Federico
2014 “Mapping Cities: The Bologna Self-Mapping Project”, in: Liberto, F. (a cura di), *Contours of the City*, Bologna, La Mandragora.
2016 “Ancora un ‘turn’? La svolta Locative nei media e sue possibili implicazioni socio-semiotiche. Casi, esempi, e questioni.”, in: Ferraro, G., Lorusso A. M. (a cura di), *Nuove forme di interazione. Dal Web al Mobile*, Lecce, Libellula.
- Montani, Pietro
2014 *Tecnologie della sensibilità. Estetica e immaginazione interattiva*, Milano, Raffaello Cortina.
2017 *Tre forme di creatività: tecnica, arte, politica*, Napoli, Cronopio.
- Thielmann, Tristan
2010 “Locative Media and Mediated Localities: An introduction to Media Geography”, *Aether. The journal or media geography*, Vol. V.A. 1-17, March, Northridge, California State University.
- Wilken, Rowan, Goggin, Edward (eds.)
2015 *Locative Media*, London and New York, Routledge.

Federico Montanari, Dottore di ricerca in Semiotica, è Professore associato in Sociologia dei Processi culturale e comunicativi presso l'Università di Modena e Reggio Emilia. È stato visiting scholar presso l'Università della California, San Diego. Si occupa di analisi sociosemiotica applicata alle situazioni di guerra e di conflitto, allo studio degli spazi urbani e delle tecnologie, anche in rapporto agli studi culturali e di media studies. Lavora inoltre sulla filosofia del post-strutturalismo. Su questi temi ha scritto diversi libri e articoli, fra i quali: *Immagini coinvolte* (2016); *Morphogenesis and Individuation* (2014, con A. Sarti e F. Galofaro); *Actants, Actors, and Combat Units. The problem of conflict revisited: a semiocultural viewpoint* (2012).

Nicola Dusi, Dottore di ricerca in Semiotica, è Professore associato in Cinema, fotografia e televisione all'Università di Modena e Reggio Emilia, Dipartimento di Comunicazione ed Economia. È autore dei libri: *Il cinema come traduzione* (Utet, 2003); *Dal cinema ai media digitali* (Mimesis, 2014); *Contromisure. Trasposizioni e intermedialità* (Mimesis, 2015). Ha curato numerosi libri di Media Studies, come: *Remix-Remake. Pratiche di replicabilità* (Meltemi, 2006); *Matthew Barney. Polimorfismo, multimodalità, neobarocco* (Silvana Editoriale, 2012); *L'uomo che vende un occhio. Un soggetto per il film Il braccio di Vittorio De Sica* (con L. Di Francesco, ETS, 2017); *Bellissima tra scrittura e metacinema* (con L. Di Francesco, Diabasis, 2017). Ha inoltre curato alcuni numeri monografici di riviste internazionali: *Versus* (85-87, 2000) dedicato alla "Traduzione intersemiotica;" *Iris* (30, 2004) dedicato a "Adattamento cinematografico: domande metodologiche, domande estetiche;" *Degrés* (141, 2010) su "Dance Research and Transmedia Practices".

Guido Ferraro è dal 2002 Professore associato nel raggruppamento M-FIL/05 presso l'Università di Torino, dove insegna Semiotica generale, Teoria della narrazione, Semiotica dei consumi. Insegna inoltre Linguaggi della comunicazione aziendale presso il Corso di laurea interfacoltà in Management dell'Informazione e della Comunicazione Aziendale dell'Università di Torino, ed è titolare del corso in Semiologia e multimedia presso il Master in Progettazione e management del multimedia per la comunicazione, di cui è attualmente direttore.

Mappare la distruzione

Locative media e narrazione del sisma ad Amatrice

Marta Milia

Università degli Studi di Torino

miliamarta@tiscali.it

@miliamarta1

Abstract

Il contributo intende analizzare il rapporto che intercorre tra la pratica di geolocalizzazione, attraverso dispositivi mobili e social media, e la gestione di avvenimenti particolarmente traumatici per una collettività. Lo studio riguarda il terremoto che ha colpito il centro Italia nell'agosto 2016 e in particolare il centro di Amatrice, con un focus sulla narrazione e la localizzazione delle attività quotidiane degli individui. La riflessione sul rapporto tra Locative Media e narrazione della quotidianità, del vissuto attraverso la collocazione spaziale, della distruzione non solo dei luoghi fisici ma anche metaforici, si articola attraverso lo studio e il monitoraggio di queste "mappature del senso" sui social media, ben individuabili e distinguibili attraverso marcatori propri della loro diffusione, come ad esempio gli *hashtag*. È un processo narrativo individuale che si concretizza e diventa "fruibile" da altri individui proprio attraverso i cosiddetti locative media, i quali permettono la condivisione non solo di una posizione geografica corredata da immagini, frasi, video, ma anche la condivisione di un vissuto che da personale e intimo si evolve diventando narrazione pubblica, visibile, analizzabile e condivisibile da altri utenti.

Parole chiave

Locative Media, Social Media, Terremoto, Narrazioni Social, Geosemiotica

Abstract

Mapping the destruction. Locative Media and the narration of the earthquake in Amatrice – This contribution intends to analyze the relationship between the practice of geolocation, through mobile devices and social media, and the management of events having a particularly traumatic impact on a community. The study concerns the earthquake that struck central Italy on August 2016 and in particular the town of Amatrice, with a focus on the narration and localization of the daily activities of individuals. The reflection on the relationship between locative Media and the narration of everyday life, of the experience through the space-based location and of the destruction not only of physical but also of metaphorical places, is articulated through the study and monitoring of such "sense mappings" on social media. They are well recognizable and distinguishable through markers proper of their diffusion, such as the *hashtags*. Such individual narrative process becomes "usable" by other individuals through the so-called Locative Media, which allow to share not only a geographical position accompanied by images, phrases, videos, but also the personal and intimate experiences which evolve into visible, analyzable and public narratives, that can be shared by other users.

Key Words

Locative Media, Social Media, Earthquake, Social Narrations, Geosemiotics

Sommario

1. Locative media: introduzione
 - 1.2. Tipologie e aspetti discorsivi
 2. Geolocalizzare il vissuto: narrazione geografica di un terremoto
 - 2.1. Gli strumenti della georeferenziazione
 3. Locative media, utenti e la diffusione di senso
- Bibliografia

1. Locative media: introduzione

La riflessione e lo studio sugli aspetti comunicativi e la nascita di nuovi codici relazionali attraverso i social media, diventa sempre più complesso e articolato e si evolve di pari passo con lo sviluppo di nuove tecnologie applicabili ai più diffusi device oggi in nostro possesso: gli smartphone in particolare, risultano essere lo strumento con il quale maggiormente avviene la diffusione del “senso” attraverso i social media più diffusi e le applicazioni più disparate. Condividere immagini, informazioni, musica e luoghi attraverso il proprio smartphone rappresenta una delle azioni più identificative e probanti della nostra esistenza nella realtà digitale, non solo: la presenza dell’individuo sui social media non ha valore soltanto nella realtà digitale ormai, ma è un elemento valoriale riconosciuto anche nella realtà “reale” dove tutto avviene concretamente. La presenza attiva e dinamica di un individuo e la sua agentività nel mondo social è percepibile e valutabile dunque anche al di fuori di esso. Nel mondo degli oggetti concreti.

I luoghi, la loro valenza simbolica e la loro capacità di raccontare sono al centro di un massiccio sviluppo di pratiche e sistemi di diffusione di tendenze correlate dunque alla dimensione *locative* di numerose attività quotidiane, eventi, fatti di cronaca e persino eventi tragici come il terremoto del Centro Italia. Questo processo è stato già da qualche tempo potenziato dall’utilizzo di dispositivi in grado di localizzare, georeferenziare e inserire in un contesto spaziale l’individuo e le sue attività: il rapporto con il luogo nel quale si trova, le sue attività e le connessioni, magari in condivisione con altri individui presenti nel medesimo spazio, permette di sviluppare una diffusione di narrazioni su scala massiccia e di analizzarne il flusso di dati sui social media attraverso applicativi specifici, in grado di tracciare una vera e propria “mappa del senso” relativa al luogo prescelto.

Il termine *locative media* fa la sua prima apparizione nel 2003, e viene utilizzato dall’artista Karlis Kalnins per definire quei processi di catalogazione degli spazi fisici a livello digitale attraverso l’utilizzo di tecnologie quali il Wi-Fi o il GPS: l’oggetto di valore risiederebbe quindi nel carattere situato e georeferenziato dell’interazione.

Questi sistemi hanno consentito di tracciare una mappa dei movimenti degli utenti all’interno di una dimensione spaziale definita, come ad esempio la città, condividendo informazioni, realizzando uno scambio di contenuti sia nella realtà spaziale che nello spazio virtuale e innescando così un processo di stratificazione ibrido che coinvolge spazi fisici e dati elettronici. Bertone (2013) associa a questo termine, inoltre,

quelle particolari esperienze che utilizzano le tecnologie di posizionamento con scopi marcatamente sociali, culturali e pubblici, per favorire l’emergere di nuove esperienze situate e nuove relazioni tra persone, tecnologie e spazi fisici.

Secondo questa affermazione, quindi, con l'espressione Locative Media non ci si riferisce soltanto a oggetti fisici in grado di svolgere un determinato compito, ma funge da "contenitore" per un insieme eterogeneo di strumenti ed esperienze etichettabili sotto il medesimo significante.

Le interfacce grafiche con le quali si rapporta l'utente hanno quindi il potere di far accedere l'individuo a uno spazio narrativo virtuale e contemporaneamente tradurre le sue esperienze fisiche concrete in narrazioni digitali in perpetua connessione tra loro (Graham, Marvin, 2002).

1.2. Tipologie e aspetti discorsivi

I locative media in quanto tali hanno avuto origine a partire da progetti sviluppati da Google e gli applicativi my Location e Google Latitude, inclusi nella app per dispositivi mobili Google Maps, utili per localizzare ciò che circonda l'utente e la sua collocazione nello spazio ("Casa", "Luoghi vicini a te" e così via) e la posizione di amici e membri della community. Da citare anche Fire Eagle, chiuso nel 2013, il servizio creato da Yahoo! per la geolocalizzazione degli utenti. A segnare una svolta nel sistema locative è stato Foursquare, fondato nel 2009: non solo è possibile segnalare la propria posizione ad altri utenti, attraverso un dispositivo mobile con l'app dedicata, ma gli utenti tramite il *check-in*, possono registrarsi in locali, negozi, musei e numerosi altri esercizi commerciale o di pubblico interesse. Va inoltre considerato l'effetto social marketing di Foursquare, per mezzo del quale le aziende possono promuovere il proprio brand, offrire sconti e agevolazioni agli utenti più assidui. L'aspetto ludico di questo locative media (anche considerato un vero e proprio gioco sociale partecipativo), è individuabile nel traffico dei check e dei tip, ovvero feedback sui luoghi visitati. Più se ne accumulano, più badge, "medaglie" riguardanti la popolarità e l'influenza di un utente si guadagnano. Inoltre, i contenuti dell'applicazione sono sincronizzabili con Twitter e Facebook, aumentando quindi esponenzialmente i contatti e ampliando le connessioni. L'obiettivo degli utenti è quello di diventare "sindaco" del luogo dove maggiormente l'utente ha fatto i check-in in minor tempo. Nel tempo il sistema si è evoluto e Foursquare ha sviluppato una seconda app, Swarm, dedicata esclusivamente al social meeting mentre Foursquare può essere utilizzata esclusivamente per visitare e recensire i luoghi di interesse visitati.

Per quanto riguarda i social media maggiormente utilizzati dagli utenti, Facebook ha sviluppato ormai da qualche anno Nearby Friends (amici nelle vicinanze) che avvisa l'utente se ci sono altri amici nella zona e un particolare servizio di Safety Check (attivabile solo dagli amministratori del social network) in presenza di situazioni di pericolo collettivo come atti terroristici e catastrofi naturali (come nel caso del terremoto in Italia), fino alle funzionalità *location aware* (*localizzazione consapevole*) integrate. Instagram e Twitter, che permettono agli utenti di attivare la posizione sulla barra principale e che poi sarà visibile in tutti i tweet successivi.

La componente georeferenziale risulta certo imprescindibile per la comunicazione sui social media e la creazione di nuove reti sociali, grazie alle quali si creano ulteriori gruppi che rafforzano l'enunciazione intorno a topic specifi-

ci su luoghi di particolare interesse e su avvenimenti in grado di suscitare dal punto di vista emotivo un'attenzione a livello globale.

Il processo che regola la narrazione virtuale e il luogo fisico oggetto della stessa, prevedono un piano di condivisione dei contenuti immessi in rete all'interno del quale l'utente narratore si espone, mette in evidenza la dimensione patemica del vissuto legata alla posizione geografica, ossia lo spazio prescelto per la condivisione in un particolare momento e con un particolare stato d'animo.

Condivisione, immediatezza e coinvolgimento sono quindi alcuni degli aspetti più importanti nell'uso dei Locative Media quali veicoli dinamici di narrazioni attraverso gli spazi e contribuiscono a sviluppare connessioni sociali sempre più basate su un approccio digitale votato alla narrazione delle esperienze su luoghi concreti.

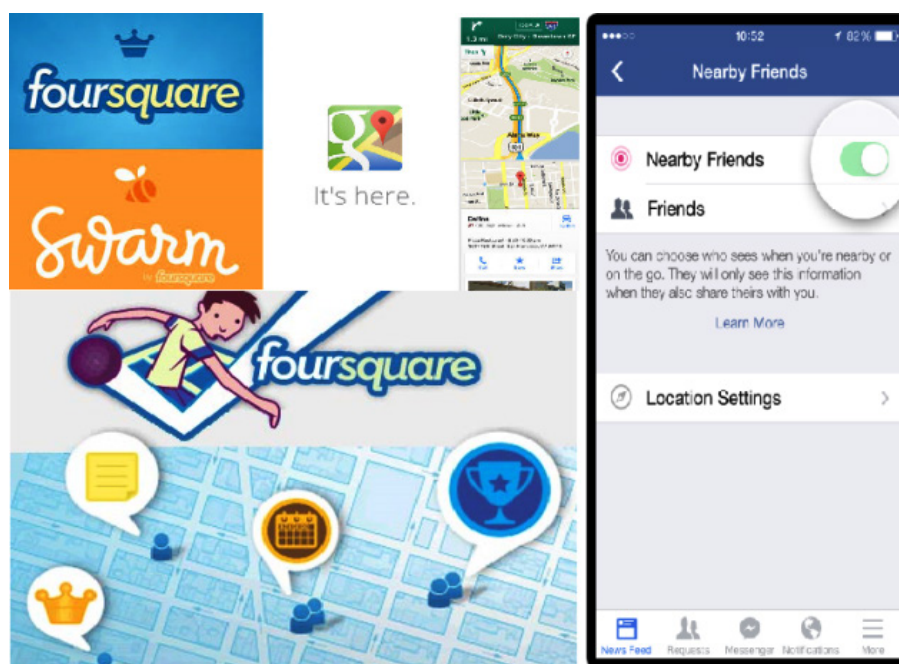


Figura 1. Locative media.

2. Geolocalizzare il vissuto: narrazione geografica di un terremoto

Fondamentale dunque l'individuazione da parte dell'utente di quel luogo geografico deputato alla creazione e diffusione di senso; Vellega (2003) afferma che "La geografia è stata considerata come la descrizione metaforica del territorio", in grado quindi di rappresentare la realtà basandosi su elementi convenzionali, riconosciuti a livello collettivo: dei simboli creati dalla comunità e da essa assimilati.

Da un punto di vista semiotico, dunque, l'individuo come tale o come membro di un gruppo attribuisce ai simboli presenti negli spazi geografici un valore, li dota di un significato ulteriore, oltre a quello riconosciuto collettivamen-



Figura 2. Simboli della distruzione.

te: il simbolo (che, come vedremo, riguarda i luoghi colpiti dal sisma) subisce un'ulteriore trasformazione da parte dell'individuo-utente che attribuisce ad esso una valenza del tutto personale, privata, la quale scaturisce da ricordi, sensazioni e situazioni pregresse. Lo spazio è manipolato ulteriormente da un soggetto agente che si dota delle competenze necessarie per donargli un valore specifico: referenziarlo con un nome e dei confini non necessariamente aderenti a quelli riconosciuti universalmente e che, per mezzo dei locative media, viene interpretato e recepito da altri utenti partecipi del medesimo interesse in quello spazio.

2.1. Gli strumenti della georeferenziazione

Ma quali sono gli strumenti e le competenze delle quali si dota l'individuo-utente nel processo di georeferenziazione delle esperienze, in particolare di avvenimenti traumatici e disastrosi?

Lo smartphone, in prima istanza, è il device maggiormente deputato alle attività di geolocalizzazione: le sue proprietà e l'uso che l'utente fa di questo dispositivo, non rappresenta una semplice estensione delle pregresse pratiche proprie di Internet. Si possono consultare i Social Media e lavorare con la rete come con qualunque computer; tuttavia, molte delle applicazioni presenti sui dispositivi mobile permettono la localizzazione fisica dell'utente nello spazio.

Lo smartphone è infatti dotato degli applicativi necessari alla collocazione dell'individuo nel territorio, alla condivisione di tale posizione e alla narrazione dell'azione nel momento in cui si svolge grazie alle foto che può scattare e ai video che può girare. Lo smartphone è dunque lo strumento attraverso il quale il soggetto "manipola" il luogo predetto, o meglio, lo spazio entro il quale agisce. L'utente, forte delle esperienze e del vissuto che lo lega a quel luogo, se ne appropria, lo rende altro da ciò per il quale era stato creato attraverso una pratica tanto "quotidiana" quanto creativa come quella della geolocalizzazione.

I dispositivi mobile sono fondamentali per la diffusione della narrazione e affinché il processo enunciativo si compia: attraverso la lente della fotocamera e poi sullo schermo dello smartphone, l'utente immortalata e cattura l'immagine del momento e del luogo nel quale si compie l'azione: questo istante cruciale viene poi, sempre attraverso il device, condiviso e reso fruibile. L'immagine sotto lo schermo, malgrado si riferisca a un istante ormai passato e a un luogo lontano e suscettibile di modifiche, dove le persone e le cose mutano, conserva quel valore di "sospensione" temporale grazie al processo di condivisione e percepito come contemporaneo dagli altri utenti che la visualizzano.

Nel caso specifico del sisma che ha colpito il centro Italia il 24 agosto 2016, sono molte le immagini e i luoghi immortalati e poi condivisi sui social media: centinaia di migliaia di tweet hanno contribuito a costruire la narrazione di un disastro naturale e umano fra i più drammatici della storia italiana contemporanea. Georeferenziare gli istanti immediatamente successivi alle scosse, etichettare i luoghi della distruzione attraverso gli strumenti propri dell'enunciazione digitale, ha permesso agli utenti della rete di prendere coscienza in brevissimo tempo della portata dell'evento e delle sue terribili conseguenze: non solo con l'attivazione della geolocalizzazione, ma anche per mezzo della marcatura dei luoghi delle tragedie attraverso hashtag dedicati quali:

#Amatrice
#Accumoli
#PrayforLazio
#PrayforItaly
#TerremotoItalia
#Norcia

Questi esempi fungono infatti da marcatori geografici per l'immediato riconoscimento della dimensione spaziale della tragedia.

Ulteriori tracce dell'enunciazione geografica del terremoto sono individuabili nei post pubblicati da chi ha assistito in prima persona allo spettacolo della distruzione nelle ore successive al sisma: l'enunciazione acquista quel valore di sospensione temporale con i tweet corredati dalle immagini delle macerie, simbolo inequivocabile della violenza delle scosse che hanno sconvolto Amatrice.



Figura 3. Tag Cloud terremoto.



Figura 4. Tweet della distruzioni.

In entrambi i tweet è possibile scorgere sia i marcatori temporali che quelli geografici della narrazione: ora giorno e luogo. Le foto all'interno del tweet, tuttavia, raccontano qualcosa in più. Le immagini immortalano le macerie, cumuli di detriti che fino a poche ore prima erano abitazioni. I tweet decodificano solo in parte il contenuto delle foto, ma definiscono con precisione il luogo dell'accaduto come a re-identificare un simbolo ormai sfigurato e irri-conoscibile.

Stefano Sbrulli @sbrullis

#terremoto Piu' il sole si alza, piu' ci rendiamo conto che #Amatrice e' distrutta!

9:38 A.M. Aug 24, 2016

Nmeiler7 @Nmeiler7

#terremoto I'm in Amatrice right now @BBCBreaking

9:38 A.M. Aug 24, 2016

Il testo dei Tweet rivela la presenza del narratore, che sta dietro l'obiettivo dello smartphone e che testimonia la sua presenza ad Amatrice dopo il sisma. I marcatori temporali e spaziali, gli elementi fondamentali della narrazione dei luoghi colpiti, ci confermano quello che le foto testimoniano. Distruzione e perdita di ogni punto di riferimento spaziale in grado di connotare quella che una volta era una cittadina turistica conosciuta internazionalmente.

Le marcature spaziali digitali, dunque, diventano in questo frangente gli unici veri simboli in grado di suggerire a chi è lontano da Amatrice che quella è realmente Amatrice. Se nella figura 2 il tweet descrive e immortala uno spazio simbolo ancora decodificabile e riconoscibile come parte integrante del tessuto urbano della città, la figura 4, senza la georeferenziazione, non sarebbe in grado di descrivere e quindi confermare all'utente lontano dal disastro che effettivamente si tratta di foto scattate ad Amatrice.

L'utente presente sul luogo del disastro ricopre il ruolo di portavoce e rappresentante di una comunità che, pur essendo nel mezzo della tragedia, ne prende le distanze e racconta attraverso le coordinate geografiche e dettagli universalmente riconosciuti (nome del luogo, ora e data) la cronaca non solo della città ma del suo vissuto personale: ciò che noi vediamo è ciò che l'utente portavoce ha realmente immortalato, i suoi occhi hanno visto le macerie realmente. L'esperienza si trasforma poi implicitamente in una narrazione corale nel momento in cui l'utente del primo tweet utilizza la deissi implicita /noi/ in luogo dell'implicito /io/ nella presa di coscienza della distruzione. Il lettore utente percepisce quel /noi/ come una presenza nello spazio di più persone oltre il portavoce, un'esperienza, quindi, sebbene individuale nella condivisione in rete per mezzo dello smartphone, collettiva nella dimensione geografica reale. Le sensazioni dell'utente portavoce, presumibilmente, vengono condivise dagli altri superstiti e, con l'azione di condivisione, il tweet che rende l'esperienza del terremoto pubblica, crea dei "superstiti virtuali", ovvero ricrea la situazione di condivisione della visione del paesaggio distrutto nella realtà, sulla piattaforma social (v. fig. 5).



Figura 5. Terremoto Amatrice.

Le pratiche di narrazione delle geografie dei luoghi devastati dal sisma creano un effetto domino nella diffusione del senso, spingendo sempre più utenti a condividere in rete immagini e video, inviati a loro volta da amici e parenti, implicati direttamente e quindi testimoni oculari di ciò che è stato condiviso.

3. Locative media, utenti e diffusione di senso

Nell'affrontare l'analisi del ruolo dei locative media durante il sisma, è stato necessario soffermarsi non solo sulla funzione primaria dello strumento "aiutante" in grado di documentare in tempo reale la tragedia, ma del suo ruolo di trasmettitore di dati e informazioni sugli utenti vittime e sui luoghi colpiti. Il contributo degli utenti della rete, infatti, ha innescato un meccanismo in grado di dare vita ad altre narrazioni collaterali e correlate a quella primaria.

Un veicolo narrativo e strumento locative altamente utile è stato il sistema Safety Check attivato da Facebook pochi istanti dopo la catastrofe. Questo applicativo della piattaforma permette di notificare agli utenti geolocalizzati presenti nell'area del terremoto un messaggio per avere informazioni sul loro stato di salute.

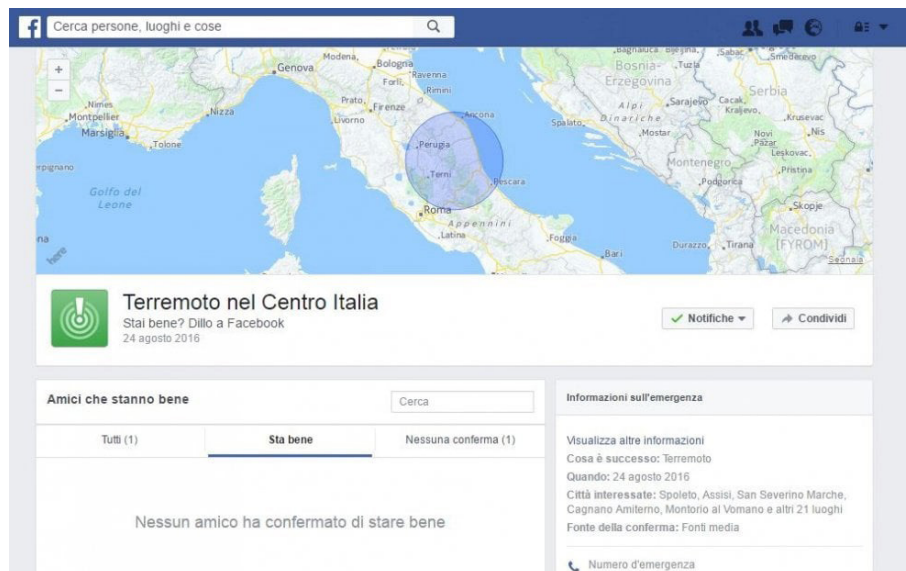


Figura 6. Pagina "Safety Check" di Facebook durante il terremoto.

Il dispositivo diventa un contenitore implicito di micro narrazioni originate dal feedback positivo e negativo degli utenti-vittime che aderiscono al patto comunicativo proposto dall'interfaccia. Le micronarrazioni vengono a loro volta consultate da utenti estranei alla vicenda ma preoccupati per i propri cari, aggiungendo così spettatori all'azione narrativa. Questo servizio, basato sulla posizione ha permesso quindi non solo di tracciare una mappa dei luoghi della tragedia, ma anche una che contenesse le geografie dell'emotività: il sollievo per la conferma di chi è sopravvissuto e lo sconforto per chi non ha aderito al patto del Safety Check. Lo smartphone, dunque, fondamentale strumento per mezzo del quale è possibile monitorare e partecipare alle narrazioni locative, alla luce degli aspetti sopra citati assume una particolare caratteristica, definita da La Cecla (1992 p. 32) con il termine di *oggettualità*, ovvero "la qualità di presenza di un oggetto, la sua capacità efficace di interagire con chi lo usa, il suo essere capace di trasformare l'utente". L'oggettualità dello smar-

phone quindi rappresenta una dimensione all'interno della quale utente e oggetto si fondono delineando un unico orizzonte di senso incentrato sull'uso e la risignificazione e originando un'unica entità difficilmente scomponibile.

Il locative media per mezzo dello Smartphone-aiutante immortalava dunque il qui e ora del vissuto tragico e della distruzione mentre il soggetto lo riproduce materialmente in rete: la percezione di una contemporaneità dell'evento, grazie a questa pratica, viene avvertita grazie alle tracce indelebili che la narrazione lascia in rete, anche a distanza di tempo. Le immagini shock, i contributi degli utenti, e la trasformazione dello spazio in luogo altro, distrutto e irriconoscibile, operano nell'utente una destrutturazione dei sentimenti e della percezione della realtà. L'idea veicolata dall'utente soggetto di condividere attraverso i locative media le immagini del terremoto, rappresenta la prova della reale sua presenza sul posto, una testimonianza attendibile dell'accaduto e dell'esperienza di smarrimento e disorientamento.

Il trauma viene pertanto gestito attraverso la condivisione del vissuto con altri utenti, un racconto della tragedia ripercorrendo i luoghi del disastro, del ricordo e di ciò che era e non sarà più. Lo smantellamento, insieme al paesaggio fisico di tutto ciò che era legato ad esso, attraversa l'esperienza personale dei singoli e della collettività. I simboli georeferenziati nel passaggio dal prima al dopo la tragedia, sembrano, in modo sistematico, quasi aspirare alla costruzione di un progetto di condivisione della memoria (la scuola, il campanile, la via principale).

I locative media si distinguono in questo senso come possibile strumento per lo sviluppo di un'enunciazione che mira al riconoscimento e alla consapevolezza di un disastro non solo naturale ma anche sociale, umano. Mappare i luoghi del lutto significa mappare il lutto stesso, il senso della tragedia e le sue conseguenze dirette e indirette. Ciò che scaturisce dal terremoto è purtroppo sotto gli occhi di tutti.

L'ambiente, lo spazio corrotto, racconta ancora prima dei giornalisti ciò che è realmente successo: la sua collocazione in un contesto preciso, come quello digitale, risulta in questo caso di vitale importanza per fare una stima dei danni, aggiornare sulla condizione delle vittime, riconoscere luoghi e far capire a chi non è presente lo stato reale delle cose.

Entra in gioco quindi una narrazione geografica ben più complessa e benché estremamente individualista nella sua creazione nell'implicito "sono qui, ma sto bene", diviene ben presto corale nella sua diffusione e condivisione di stati d'animo e vissuti comuni.

Bibliografia

Barreneche, Carlos

2015 "Platform specificity and the politics of location data extraction", *European Journal of Cultural Studies*, Sage, pp. 597-513.

Bertone, Giulia

2010 "Locative media: una perlustrazione al City Centered Festival" (San Francisco, California, USA), *REM*.

2013 “Le interfacce ludiche dei luoghi quotidiani. Strategie ludiche location-based per imparare a giocare con i confini tra il qui e l’altrove”, *Mediascapes journal*, 2, 2013, pp. 28-44.

Bratton, Benjamin H.

2008 “iPhone City”, in: *Digital Urbanism*, AD: Architectural Design.

de Souza e Silva, Adriana; Sheller Mimi (a cura di)

2015 *Mobility and Locative Media*, Routledge, London, New York.

De Certeau, Michel

1990 *L’invention du quotidien. I Arts de faire*, Paris, Gallimard.

Eugeni, Ruggero

2016 *La condizione postmediale*, Brescia, La Scuola.

Flem, Lydia

2005 *Come ho svuotato la casa dei miei genitori*, Milano, Archinto.

Frith, Jordan

2015 *Smartphones as Locative Media*, Hoboken, Wiley-Blackwell.

Galloway, Anne; Ward, Matthew

2006 “Locative Media As Socialising And Spatializing Practice: Learning From Archaeology”, in Drew Hemment (eds.), *Locative Media Special*, LEA, vol. 14, n. 3, 2006, <http://leomanac.org/journal/vol_14/lea_v14_n03-04/asant.html> (ultimo accesso 12 ottobre 2017).

Graham, Stephen; Marvin, Simon

2002 *Città e comunicazione*, Bologna, Baskerville.

La Cecla, Franco

1992 “Come stanno le cose”, in Borsari A. (a cura di), *L’esperienza delle cose*, Genova, Marietti.

Manovich, Lev

2013 “Media Visualization: Visual Techniques for Exploring Large Media Collections”, Pdf reperibile all’indirizzo: <<http://manovich.net/content/04-projects/069-media-visualization-visual-techniques-for-exploring-large-media-collections/66-article-2011.pdf>> (ultimo accesso 20 settembre 2017).

Micalizzi, Alessandra

2012 “Un mondo di cose: scosse, oggetti e trauma”, in Minardi E., Salvatore R. (a cura di), *OR. eS. TE, Homeless Book*, Teramo, (pp. 187-203).

Micalizzi, Alessandra; Farinosi, Manuela

2012 “L’Aquila 2.0: partecipazione dal basso nel primo disastro italiano dell’era digitale”, in Minardi E., Salvatore, R. (a cura di), *OR. eS. TE, Homeless Book*, Teramo (pp. 157-176).

Montanari, Federico

2016 “Ancora un “turn”? La svolta Locative nei media e sue possibili implicazioni socio-semiotiche. Casi, esempi, e questioni.”, in Ferraro G., Lorusso A.M. (a cura di), *Nuove forme di interazione. Dal Web al Mobile*, Libellula, Lecce, pp. 159-174.

Pozzato, Maria Pia; Demaria, Cristina

2006 “Etnografia urbana: modi d’uso e pratiche dello spazio”, in Pezzini I., Marrone G. (a cura di), *Senso e metropoli*, Roma, Meltemi, pp. 193-210

Prunesti, Alessandro; Casagrande, Gianluca

2010 “Geografia sociale, comunicazione localizzata e realtà aumentata”, in Cerreti C., Dumont I., Tabusi M. (a cura di), *Geografia sociale e democrazia. La sfida della comunicazione*, Roma, Aracne, pp.105-120

Thielmann, Tristan

2010 “Locative Media and Mediated Localities: An introduction to Media Geography”, in: *Aether. The journal of media geography*, Vol. V.A. 1-17, March, Northridge, California State University.

Vallega, Adalberto

2003 *Geografia culturale. Luoghi, spazi, simboli*, UTET, Bologna.

Wilken, Ronan; Goggin, Gerard (eds.)

2015 *Locative Media*, London and New York, Routledge.

Marta Milia (1986), nel 2017 ha conseguito il Dottorato di Ricerca in Semiotica e Media presso l’università degli studi di Torino; vincitrice di borsa Inps con un progetto sulla comunicazione social e in particolare sul linguaggio politico usato su Twitter e nuovi processi narrativi dell’informazione 2.0. Ha presentato la tesi “L’informazione in rete e i social media: per una semiotica della comunicazione 2.0”. Laureata in Linguistica Spagnola applicata al giornalismo e in Informazione e Editoria con una tesi dal titolo “Processo di notiziabilità e giornalismo di guerra: chi parla del Kurdistan?”, ha collaborato con l’emittente televisiva ligure Primocanale. Svolge studi nell’ambito della comunicazione politica e dei media digitali e ha pubblicato articoli per riviste specializzate in comunicazione e semiotica tra le quali Lexia e Carte Semiotiche.

Dai sensi ai dati **Le protesi audiovisive tra percezione ed enunciazione**

Enzo D'Armenio

Université de Liège

enzo.darmenio@uliege.be

Abstract

In questo articolo proponiamo un approccio semiotico per lo studio dei media digitali, prendendo in considerazione l'azione di produzione segnica delle protesi audiovisive. Mettendo in dialogo le teorie dei media e le ipotesi semiotiche più recenti proponiamo di rendere conto delle evoluzioni innescate dai media digitali a partire da quattro dimensioni generali del senso: la percezione, l'enunciazione, la comunicazione e la trasmissione. La nostra ipotesi è che le protesi digitali, producendo in maniera automatica una grande massa di documenti, hanno ristrutturato la soglia che divide le prime due dimensioni, quelle della percezione e dell'enunciazione, generando dei regimi semiotici inediti che si ripercuotono sulla gestione comunicativa e istituzionale del senso.

Parole chiave

Semiotica, media digitali, audiovisivi, percezione, enunciazione

Abstract

From senses to data. Audiovisual prostheses between perception and enunciation –

In this paper we propose a semiotic approach for the study of digital media, taking into consideration the production of signs by audiovisual prostheses. By establishing a dialogue between the media theories and the more recent semiotic hypotheses, we propose to account for the developments triggered by digital media starting from four general dimensions of meaning: perception, enunciation, communication and transmission. Our hypothesis is that digital prostheses, automatically producing a large amount of documents, have restructured the threshold that divides the first two dimensions, those of perception and enunciation, generating new semiotic regimes that affect communication management and institutional meaning.

Key Words

semiotics, digital media, audiovisual, perception, enunciation

Sommario/Content

Introduzione

1. La sfida del paradigma digitale

2. Verso una semiosfera postmediale: le dimensioni della gestione del senso

3. Black Mirror – The Entire History of You: l'automazione semiotica delle protesi audiovisive

Conclusioni

Bibliografia

Introduzione

La diffusione dei media digitali pone delle nuove sfide alle discipline della significazione. Allo studio approfondito dei testi e dei discorsi, che da sempre costituiscono il vanto maggiore della semiotica, va affiancata un'attenzione pari a ciò che concerne la loro costruzione e circolazione, ai mutati meccanismi che regolano la percezione e la trasmissione del senso.

Nel tentativo di reinquadrare queste sfide da un punto di vista semiotico, il nostro contributo intende muoversi in due direzioni. Nella prima parte dell'articolo proponiamo un bilancio provvisorio delle modificazioni innescate dai media digitali nelle società contemporanee, mettendo in dialogo le teorie medialità con le ipotesi semiotiche più inclusive. Il digitale ha infatti comportato un cambiamento profondo nella semiosfera (Lotman 1984, Fontanille 2015), una mutazione che investe le condizioni di produzione, circolazione e trasmissione culturale: parleremo a questo proposito di una semiosfera post-mediale (Krauss 2000, Eugeni 2015). In risposta a questo inedito paradigma, ci soffermeremo su quelle che consideriamo essere le quattro sfere fondamentali della gestione del senso: si tratta delle dimensioni della percezione, dell'enunciazione, della comunicazione e della trasmissione (Basso Fossali 2008). La nostra ipotesi è che i media digitali abbiano ristrutturato le soglie che le dividono, configurando delle zone intermedie di produzione semiotica che si contraddistinguono per dei regimi innovativi.

Nella seconda parte del saggio svilupperemo la nostra ipotesi in riferimento alla soglia che divide le prime due dimensioni del senso, quella fenomenica e quella linguistica, facendo dialogare un caso di analisi tratto da una produzione televisiva – l'episodio della serie tv *Black Mirror*, *The Entire History of You* – con i cambiamenti avvenuti nelle nostre società in seguito all'introduzione delle wearable technologies (Cecchi 2013, Montani 2014, Finocchi 2017) e dei locative media. Vedremo come il carattere automatico delle registrazioni, unito all'aderenza ai corpi che caratterizza le protesi audiovisive (Eco 1997), contribuisca a rendere poroso il confine che separa l'ambito della percezione da quello dell'enunciazione, andando a configurare una regione intermedia nella gestione del senso, in cui uno smisurato lavoro di documentazione semiotica automatizzata si ripercuote sui livelli comunicativi e istituzionali.

1. La sfida del paradigma digitale

Nell'epoca del loro pieno sviluppo, le discipline interessate alla comunicazione e quelle interessate alla significazione si ponevano in netta contrapposizione. Da un lato, le teorie dei media erano interessate al modo in cui le tecnologie cambiano la società e le relazioni che la animano; dall'altro, la semiotica di matrice strutturale si costituiva come una teoria dei discorsi interessata ai contenuti e ai valori circolanti nella cultura. Secondo la prospettiva sviluppata

da Marshall McLuhan (1964) «è il medium che controlla e plasma le proporzioni e la forma dell'associazione e dell'azione umana» (McLuhan 1964: 23 della trad. it.). La sua visione rispondeva a un approccio sistemico, secondo cui «è praticamente impossibile dare una risposta a qualsiasi domanda su tali estensioni dell'uomo senza prenderle in esame nel loro insieme» (*ibidem*). Per Algirdas J. Greimas, al contrario, era inconcepibile «non considerare che la parte esterna dei processi comunicativi e occuparsi così solo dei significanti escludendo i significati trasmessi» (Greimas 1976: 42 della trad. it.). Secondo Greimas la comunicazione e l'informazione dovevano essere reinquadrati alla luce di una scienza della cultura, in cui il posto più importante spettava alla significazione, a cui doveva seguire l'edificazione di una sociosemiotica: una semiotica che, partendo dagli universi discorsivi – desunti da corpora di testi prevalentemente verbali – potesse descrivere il senso di una società. Veniva insomma a costituirsi un'opposizione tra teorie della comunicazione e teorie della cultura: le prime si caratterizzavano per un approccio che andava dal generale al particolare – dalle evoluzioni tecno-culturali più inclusive verso gruppi di relazioni locali – mentre le seconde si affidavano a un approccio inverso – dalla particolarità dei contenuti discorsivi ai valori che abitano le culture.

Per ciò che concerne la semiotica contemporanea, l'opposizione tra comunicazione e significazione è stata implicitamente superata con lo sviluppo pieno di una sociosemiotica (Landowski 1989, Marrone 2001) e di una semiotica della cultura (Lotman 1984, Lorusso 2010). L'adozione massiva dei media digitali rende d'altronde impraticabile la separazione tra un approccio che si limiti allo studio dei flussi di informazioni innescati dai mezzi della comunicazione, e un approccio che pretenda di restituire la complessità delle interazioni sociali attraverso il solo studio degli enunciati. Secondo il nostro punto di vista, la semiotica deve non solo riconoscere esplicitamente comunicazione e significazione come due dimensioni fondamentali del senso, ma deve anche sviluppare due ulteriori piste di ricerca: a) da un lato verificare l'esistenza di altre dimensioni; b) dall'altro, individuare le modalità e la dinamica della loro articolazione.

L'esigenza di questi sviluppi è tanto più urgente se si considera il quadro mediale contemporaneo, in cui l'adozione della codifica digitale ha guidato l'installarsi di un nuovo paradigma socio-culturale. Per indicare questi cambiamenti gli specialisti dei media hanno coniato e sviluppato, pur con accezioni differenti, la nozione di condizione post-mediale (Krauss 2000, Eugeni 2015). Tra le cause di questa nuova condizione, oltre all'affermarsi del paradigma digitale, sono da citare: a) l'ampia diffusione di apparecchi di registrazione e riproduzione portatile o urbana, quali smartphones e camere di sorveglianza; b) lo sviluppo di software per la produzione e la manipolazione di contenuti; c) l'integrazione di queste funzioni all'interno di reti integrate di condivisione. La conseguenza è che laddove c'era una forma sociale riconoscibile che univa dispositivi medialità, forme discorsive e luoghi deputati al loro utilizzo – si pensi al legame tra cinema, film e sala – si sostituisce ora una galassia di apparecchi capaci di produrre quanto di riprodurre, di manipolare e condividere differenti tipi di discorsi. Al sistema mediale del Novecento si sostituisce una galassia

di apparecchi dall'identità sfumata. Le caratteristiche fondamentali di questa de-individuazione sono tre: «Anzitutto viene meno una chiara distinzione tra i diversi dispositivi mediali ereditati dal passato» (Eugeni 2015: 27). Ne consegue che «alcuni dispositivi tradizionali vengono “rilocati” in spazi e situazioni che non sono propri» (*ibidem*). Infine, i dispositivi iniziano non solo a confondersi tra loro ma, più radicalmente, «si integrano perfettamente ad apparati sociali in linea di principio non mediali» (ivi: 28).

2. Verso una semiosfera postmediale: le dimensioni della gestione del senso

Se all'apparenza i cambiamenti che concernono i media rivestono un interesse marginale per l'approccio semiotico, la situazione cambia se la sua identificazione con una teoria dei discorsi viene integrata con una prospettiva sociale più inclusiva. Secondo l'ipotesi di una semiotica della cultura sviluppata da Juri Lotman (1984), la prima operazione che caratterizza l'organismo della semiosfera non è di tipo discorsivo, bensì sociale: si tratta del tracciamento o della modifica dei confini, i quali rivestono il ruolo di filtri per eccellenza, dato che sono in grado di stabilire lo spazio che caratterizza l'identità (ciò che è nostro e prossimo) rispetto all'alterità (ciò che è estraneo e distante). A questo livello macroscopico è possibile affermare che i media intervengono in maniera determinante alla dinamizzazione dei confini sociali: Jacques Fontanille (2015) ha giustamente evidenziato che i media sono delle entità che per definizione agiscono sulla trasformazione dei confini: «essi giocano necessariamente, in quanto operatori di mediazione, un ruolo decisivo nelle zone periferiche, un ruolo di passaggio, di transfert, di traduzione e trasformazione» (Fontanille 2015: 139, trad. mia). Queste considerazioni trovano un'eco profonda nei classici della riflessione mediale: McLuhan definiva i media sulla base della loro azione di “traduzione metaforica” dell'esperienza, con cui l'uomo può afferrare in modo nuovo l'ambiente.

Tutti i media sono metafore attive in quanto hanno il potere di tradurre l'esperienza in forme nuove. La parola parlata è stata la prima tecnologia grazie alla quale l'uomo ha potuto lasciare andare il suo ambiente per afferrarlo in modo nuovo. Le parole sono una forma di recupero d'informazione che può estendersi a grande velocità alla totalità dell'ambiente e dell'esperienza. (McLuhan 1964: 71 della trad. it.).

Se andiamo a considerare un altro classico, *No Sense of Place* di Joshua Meyrowitz (1985), troviamo un'analogia riflessione circa la modificazione dei confini sociali: accostando le teorie della comunicazione più influenti con il paradigma delle interazioni di Erving Goffman, Meyrowitz sostiene che i media elettronici hanno radicalmente modificato il senso dei luoghi, soprattutto per ciò che concerne la prossimità spaziale e identitaria dei gruppi, le gerarchie sociali e le loro dinamiche di trasformazione.

Occorre allora prendere sul serio l'idea di una condizione postmediale, perché le mutazioni innescate dai media digitali hanno modificato l'habitat che sostiene le nostre culture. «Essi influenzano tutti i generi di discorso e

contribuiscono a edificare una nuova architettura semiotica delle nostre società, e soprattutto a modificare sostanzialmente ciò che fonda le semiosfere» (Fontanille 2015: 137, trad. mia). Per queste ragioni, proponiamo di indicare l'habitat che sorregge la gestione del senso nelle società contemporanee come una semiosfera postmediale. Se integriamo il punto di vista semiotico alle riflessioni dei media studies, possiamo individuare alcune tendenze che caratterizzano tale semiosfera:

- a) prima di tutto, i media digitali hanno comportato un aumento quantitativo esponenziale della produzione semiotica. L'interesse verso i Big Data e la Data Science (Manovich 2015) è dovuto a una prassi enunciativa (Bertrand 1993) più densa e spessa;
- b) in secondo luogo, l'accessibilità e la modularità dei discorsi (Manovich 2001, Dusi e Spaziante 2006) diventa un carattere costitutivo della produzione culturale: qualunque attore sociale può produrre, modificare e condividere documenti;
- c) la soglia che divide l'esperienza vissuta e la sua mediatizzazione si assottiglia, perché i dispositivi portatili e urbani incoraggiano forme istantanee di testualizzazione, incluse quelle in tempo reale;
- d) emergono di conseguenza nuovi tipi di discorso, nuove pratiche e nuovi profili professionali, basti pensare al fenomeno dei fake trailer (Dusi 2014) e ai cosiddetti youtuber;
- e) la dimensione estetica subisce delle mutazioni importanti: Lev Manovich (2006) ha proposto il quadro di un'estetica postmediale per indicare le nuove possibilità artistiche aperte dai software per la computer grafica. È però possibile indicare un cambiamento più profondo, che concerne il modo in cui la sensibilità umana si adegua all'utilizzo quotidiano dei media digitali (Finocchi 2017).

In questo quadro frastagliato non è però sufficiente individuare delle corrispondenze fortuite tra ipotesi semiotiche e riflessione sui media: occorre al contrario che la semiotica proponga un quadro epistemologico unitario in cui situare le modificazioni innescate dalla situazione postmediale. Per tornare alle piste di ricerca del paragrafo precedente, si tratta da un lato di individuare, accanto a comunicazione e significazione, le altre dimensioni complessive di gestione del senso; e dall'altro di articolare queste dimensioni alla luce del paradigma digitale. Per ciò che concerne il primo punto, intendiamo seguire la proposta di una semiotica come scienza delle mediazioni sociali elaborata da Pierluigi Basso Fossali: «ciò che è specifico di una semiotica della cultura [...] è proprio lo studio dei livelli di mediazione dell'esperienza del senso» (Basso Fossali 2008: 89). Sulla base di questo presupposto intendiamo riprendere la distinzione di quattro dimensioni fondamentali che concernono la gestione del senso: la percezione, l'enunciazione, la comunicazione e la trasmissione. A ciascuna di queste dimensioni corrisponde uno spazio e una tipologia qualitativa di mediazione.

Il primo tipo di spazio è quello fenomenico: esso «stabilisce una dialettica tra le iniziative e gli eventi fondata sul parametro unificatore dei valori sensi-

bili, gestiti dalla percezione» (Basso Fossali 2017: 425, trad. mia). Il secondo tipo di spazio, quello linguistico, «formula un reinvestimento dei valori sensibili per costruire, attraverso l'enunciazione, dei piani fittivi di significazione, ciascuno dotato di restrizioni grammaticali specifiche» (*ibidem*). Seguono gli spazi istituzionali, che «sfruttano i giochi di linguaggi al fine di socializzare, attraverso la comunicazione, dei domini autonomi, ancorati su delle valenze specifiche (giuridiche, artistiche, scientifiche, etc.)» (*ibidem*). Infine gli spazi tecnologici, che costituiscono «la concretizzazione dell'autonomia dei domini sociali attraverso dei dispositivi mediatici che vanno a ristrutturare la trasmissione dei piani dell'espressione» (*ibidem*). A nostro avviso, il vantaggio di questa proposta è quello di organizzare gli interessi complessivi dell'approccio semiotico in quattro macro-aree coordinate, evitando di derubricare come secondarie una o più dimensioni del senso.

Per ciò che concerne il ruolo dei media, la nostra ipotesi è che il paradigma digitale stia ristrutturando in maniera radicale le soglie che dividono queste dimensioni, contribuendo a instaurare dei nuovi regimi di senso. Sulla base di questa ipotesi, in questo contributo ci concentreremo sul modo in cui i locative media quali le wearable technologies, le telecamere di sorveglianza urbane e altri dispositivi portatili – che raccogliamo sotto la nozione di protesi audiovisive – ristrutturano la soglia che divide la sfera della percezione da quella dell'enunciazione.

3. Black Mirror – *The Entire History of You*: l'automazione semiotica delle protesi audiovisive

Al fine di indagare il modo in cui i media digitali ristrutturano la soglia che divide la percezione e l'enunciazione procederemo all'esame di un esempio audiovisivo: il terzo episodio della prima stagione di Black Mirror, *The Entire History of You*. Piuttosto che realizzare un'analisi vera e propria intendiamo adottare una strategia d'elezione: il discorso audiovisivo, grazie al suo carattere esemplare, sarà messo in relazione con le tendenze innescate dall'uso dei locative media all'interno della nostra semiosfera.

3.1. Produzione segnica e monitoraggio

L'episodio mette in scena un futuro alternativo in cui un dispositivo chiamato grain, impiantato direttamente dietro l'orecchio, permette di registrare in forma audiovisiva la propria esperienza e rivederla direttamente sulle proprie pupille o su un qualunque schermo (figg. 1-4). All'inizio dell'episodio vediamo Liam, giovane avvocato in cerca d'impiego, armeggiare con il telecomando e visionare il colloquio a cui ha appena partecipato, cercando indizi circa l'esito della selezione (figg. 5-6). Su questa base viene costruita una trama d'investigazione familiare: Liam raggiunge sua moglie Ffion a una cena con i suoi amici, dove sospetta che lo tradisca con Jonas, per il modo in cui reagisce alle sue battute. Visionando le esperienze registrate da Jonas e dalla moglie, Liam ottiene la conferma definitiva dei suoi sospetti.



Figure 1-6. Liam guarda la registrazione del suo colloquio di lavoro.

La prima questione da affrontare concerne la natura di questi dispositivi: per la loro aderenza al corpo umano e la simbiosi che sviluppano nei confronti dell'esperienza possiamo partire dalla nozione di protesi. La semiotica ha dedicato a queste ultime diversi studi, tra cui la nota classificazione di Umberto Eco (1997). Con il termine protesi si indica generalmente «un apparecchio che sostituisce un organo mancante (per esempio una dentiera)» (Eco 1997: 317). Tuttavia, l'accezione che si è affermata è più generale, perché lo stesso Eco vi include «ogni apparecchio che estende il raggio di azione di un organo» (*ibidem*). In linea di principio, le protesi appartengono alla prima sfera di gestione del senso, quella fenomenica, proprio perché il loro carattere definitorio è l'aderenza al corpo. Tuttavia, lo statuto audiovisivo delle protesi che stiamo considerando, grazie alla loro capacità di registrare materiale segnico, le porta a intaccare la soglia tra percezione ed enunciazione.

Un paragone più azzeccato è allora quello con le cosiddette wearable technologies (Cecchi 2013), di cui Google Glass, con la sua parabola discendente, rappresenta il caso più istruttivo. Com'è noto, si tratta degli avveniristici occhiali progettati da Google, il cui prototipo "Glass Explorer" è stato commercializzato nel 2013. Il dispositivo replica alcune delle funzioni di un moderno smartphone limitando al minimo l'ingombro di un'interfaccia, grazie all'ausilio di comandi vocali, di un micro-display e di una video-camera ad

alta risoluzione. Nel 2015 la produzione del prototipo viene arrestata per delle ragioni che risultano calzanti rispetto alla tecnologia di Black Mirror: innanzitutto viene criticata la sua ergonomia, perché nonostante la natura indossabile, il prodotto manteneva i caratteri di una vistosa attrezzatura tecnologica. È però a controversie legate alla sicurezza e alla privacy che si deve il fallimento del dispositivo. In diversi stati americani viene contestato l'uso degli occhiali alla guida di veicoli da strada, mentre la possibilità di registrare in maniera inavvertita persone e conversazioni spinge a nuovi divieti: nel febbraio 2015 Google comunica ai suoi utenti che l'uso del dispositivo potrebbe essere illegale in Russia e Ucraina, perché potenzialmente assimilabile ad attrezzatura spionistica; mentre negli Stati Uniti ne viene vietato l'utilizzo nei cinema e negli edifici di alcune compagnie.

L'insuccesso di Google Glass è quindi dovuto a quei caratteri che più lo allontanano dall'essere una semplice protesi dell'esperienza per avvicinarlo, grazie alla capacità di produrre materiale segnico, a un dispositivo dell'enunciazione. L'episodio di Black Mirror ci permette allora non solo di immaginare le conseguenze di una piena accettazione di un dispositivo simile, ma anche di rintracciare in maniera critica i caratteri di altri locative media. Per queste ragioni, nonostante la capacità di produrre segni contraddica la definizione di protesi fornita da Eco – che la vorrebbe limitata a oggetti quali specchi e lenti d'ingrandimento – intenderemo questo gruppo di dispositivi come delle protesi audiovisive.

Il mondo fittizio di Black Mirror poggia sull'esatto superamento dei limiti ergonomici e legali di Google Glass: con l'eccezione di un telecomando tascabile, l'interfaccia è completamente incorporata; mentre il monitoraggio della privacy viene integrato nel sistema sociale. In una delle prime scene, vediamo Liam recarsi ai controlli aeroportuali (fig. 7), dove gli viene chiesto di mostrare sullo schermo le sue ultime 24h a doppia velocità, quindi la sua settimana a 64x, prima di ricevere il permesso di imbarcarsi (fig. 8).

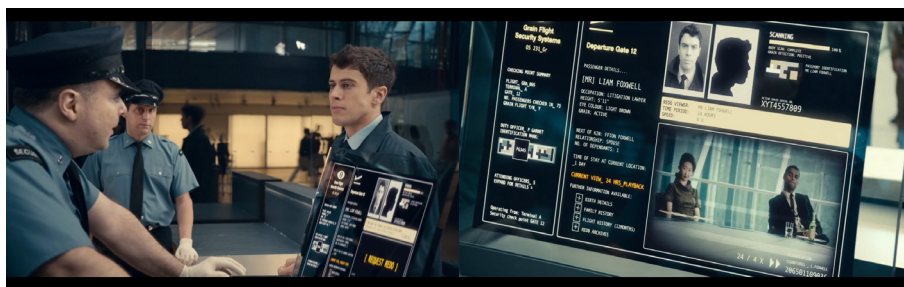


Figure 7-8. Liam mostra la sua settimana ai controlli aeroportuali.

Il vantaggio fornito dalle protesi è quindi quello di poter produrre, manipolare e archiviare materiale segnico semplicemente vivendo. In compenso, l'esperienza diventa però potenzialmente pubblica, col rischio di un ubiquo monitoraggio da parte di entità terze, basti pensare all'ormai ciclico furto di dati, come nei recenti scandali di Cambridge Analytica e CelebGate.

3.2. Dal senso al dato: semiosi percettiva e memoria digitale

Occorre a questo punto interrogare in maniera più diretta la dimensione fenomenica del senso e chiedersi quale tipo di esperienza viene a configurarsi col costante ausilio di una protesi. Si tratta certamente di un'esperienza che vede potenziato il suo carattere cognitivo, perché capace di interfacciarsi in ogni momento con una memoria tecnologica accurata, maneggiabile, sempre pronta all'uso. Quando Liam raggiunge la moglie Ffion alla cena con i suoi amici, non ricorda il nome della padrona di casa, allora scorre rapidamente le registrazioni prima di suonare alla porta. Il potenziamento dell'esperienza concerne quelle che Bernard Stiegler (2001), rileggendo Husserl, chiama ritenzioni terziarie: se le ritenzioni primarie sono le prestazioni necessarie a trattenere i fenomeni dell'esperienza (percezione), e le ritenzioni secondarie quelle necessarie a richiamarle (rimemorazione), le ritenzioni terziarie sono quelle esternalizzate su dei supporti semiotici, capaci di riorganizzare e i prime due tipi.

Una memoria digitale estesa quale quella messa in scena da Black Mirror comporta delle ricadute profonde per ciò che concerne la relazione tra percezione, immaginazione e memoria. Su questo terreno si giocano le convergenze tra l'approccio semiotico e quello estetico, la cui collaborazione è stata sollecitata a più riprese proprio per rendere conto dell'influsso dei media digitali (Pezzini 2017). Emilio Garroni (2005) indicava con immagine interna il lavoro flessibile e attivo dell'immaginazione, capace di traguardare i dati della percezione, mentre riservava il termine figure alle produzioni semiotiche quali disegni e fotografie. Da un lato la percezione lavora costruendo aggregati rivedibili di caratteristiche, di modo che un gatto possa essere visto di volta in volta come un animale, un felino, il ladro del nostro cibo: per il modo in cui assembla aggregati aperti e rivedibili da fornire all'elaborazione linguistica, Garroni indica questo lavoro come percezione interpretante. Dall'altro lato, le figure segniche sono invece fisse e definite, benché capaci di interfacciarsi all'immagine interna in maniera virtuosa, per rilanciarne l'attività o esibirne in maniera esemplare il funzionamento, come nel caso dell'arte. In maniera analoga Umberto Eco (1997) indicava con semiosi primaria il lavoro della percezione: essa è capace di costruire aggregati mobili e rivedibili di caratteri derivati dall'esperienza (Tipi Cognitivi) – l'odore, la forma e il nitrito di un cavallo, ad esempio – per poi prestarli a formulazioni linguistiche più complete (Contenuti Nucleari e Contenuti Molari). Per ciò che concerne le figure segniche, com'è noto Eco riprende da Peirce la nozione di ipoicone. Entrambi gli autori insistono quindi sulla necessità di considerare la costruzione del senso come un processo che approfitta del lavoro virtuoso di due motori: il motore percettivo che elabora i dati dell'esperienza in maniera aperta e rivedibile, e il motore linguistico-segnico, capace di raccogliere le peculiari profilature fornite dalla percezione e rilanciarle in un sistema strutturato di conoscenze.

Il punto è allora il seguente: il carattere ubiquo delle memorie digitali rischia di irrigidire e avvizzire il lavoro attivo e flessibile delle prestazioni immaginative e mnemoniche, col rischio di suggerire un'erronea corrispondenza tra le registrazioni prodotte dalle protesi e le elaborazioni della percezione. Garroni era netto su questo punto: «il rischio maggiore [...] non è la presenza nel

nostro mondo di tante immagini stupide, ma piuttosto l'effetto di retroazione che alle lunghe esse possono avere anche sulle nostre immagini interne, così da rendercele sempre più estranee nella loro costante, ma inabissata familiarità» (Garroni 2003: 88).

Black Mirror mette in scena i pericoli di questa corrispondenza in due occasioni decisive. Durante la cena, Helen, uno degli invitati, racconta di aver subito il furto del suo grain e di aver deciso di non farselo reimpiantare. Colleen, un altro invitato che lavora allo sviluppo delle protesi, le spiega che la sua memoria organica non è affidabile e che è stato dimostrato che basta un'intervista tendenziosa per instillare falsi ricordi. Helen le risponde che non importa, perché ora la sua vita è più felice. Si configura quindi un'opposizione tra l'accuratezza e la verificabilità dei ricordi registrati e il carattere felicemente vago di quelli vissuti. Un'opposizione che mostra l'irriducibilità del carattere cognitivo rispetto a quello affettivo: malgrado l'ambiguità del dialogo, ricordare non equivale a registrare.

Questa falsa corrispondenza è poi ribadita nel finale: dopo essersi lasciato con la moglie, Liam passeggia nell'appartamento vuoto, mentre osserva le registrazioni della sua vita coniugale (figg. 9-10). Preso dalla disperazione si estrae a forza la protesi da dietro l'orecchio (figg. 11-12): una serie sempre più rapida di immagini della moglie sfuma in nero, suggerendo che il processo di cancellazione dei ricordi si è compiuto.



Figura 9-12. Liam cancella le registrazioni della sua vita coniugale e rimuove la protesi.

Il problema è che le figure semiotiche non sono, come Liam pare credere, un doppio identico ed esatto delle immagini dell'esperienza. Se ricordare non corrisponde a registrare, certamente cancellare le tracce non sarà sufficiente a cancellare i ricordi. La percezione, infatti, «sebbene selettiva, cerca di superare le restrizioni delle pratiche semiotiche (scenarizzazioni comunicative, supporti formali per la scritture, etc.) al fine di promuovere il suo carattere

“impertinente”» (Basso Fossali 2016: 398, trad. mia). Malgrado gli sforzi di Liam, la sua percezione continuerà a suggerirgli, di fronte ai luoghi della sua vita coniugale, i momenti vissuti con la moglie.

3.3. Appropriazioni e implementazioni: il lavoro dell'enunciazione sui documenti

Dopo aver preso in considerazione la sfera fenomenica dobbiamo ora soffermarci su quella linguistica e tentare di individuare l'impatto delle protesi audiovisive. Abbiamo visto che la percezione è potenziata nella sua affidabilità cognitiva, al prezzo di canalizzare e impoverire le prestazioni immaginative e affettive legate alla memoria. Al contrario, se andiamo a considerare la dimensione delle enunciazioni linguistiche, le produzioni realizzate dalle protesi presentano dei caratteri deficitari: lo statuto automatico della registrazione impedisce di parlare di enunciazioni vere e proprie. L'enunciazione è infatti per sua natura il frutto di un'iniziativa che «promuove delle configurazioni alternative rispetto all'ecologia delle relazioni figurative stabilite sulla base delle interazioni corporali», grazie alla «declinazione di uno spazio discorsivo» (ivi: 400). Inoltre, l'enunciazione «instaura delle forme fittive d'implicazione (assunzione o rifiuto dei valori discorsivi) [...] che mobilitano la razionalità dell'iniziativa» (*ibidem*). A causa dello statuto automatico delle registrazioni digitali, non è possibile intendere le produzioni delle protesi né come iniziative discorsive, né ricondurle a una razionalità, se si escludono quelle macchiniche o algoritmiche. Il materiale segnico prodotto dalle protesi di Black Mirror condivide con altri locative media quali helmet camera e telecamere urbane un'ambivalenza di fondo: da un lato esso è pienamente segnico, sebbene non discorsivo; dall'altro, il suo statuto audiovisivo rischia di creare un'illusione di trasparenza. Sebbene si tratti di dati segnici, essi rimangono tuttavia dei dati, di cui è necessaria un'interpretazione.

Il modo in cui si svolge la fase investigativa all'interno di *The Entire History of You* ci permette di chiarire questo effetto ottico e di disambiguare l'erronea trasparenza suggerita dai documenti visivi. La prima indicazione ci viene fornita dal termine *redo*, neologismo con cui viene indicata la riproduzione dei documenti: si tratta di un termine che sovrappone la natura esperienziale (do: fare) e quella segnica (re: rifare ma anche registrare). Questo materiale segnico non ancora discorsivo può essere allora indicato con nozioni quali documenti, tracce, quasi-discorsi. Le conseguenze del loro statuto incerto sulla gestione del senso vengono messe in scena nella sequenza di investigazione compiuta da Liam al fine di svelare il tradimento della moglie. Liam consulta in maniera ossessiva i documenti che ha registrato, focalizzando l'attenzione sulle reazioni sospette di Ffion e chiedendo un parere persino alla babysitter (figg. 13-14). I documenti vengono quindi usati come materiale di negoziazione pubblica: da soli non hanno un senso discorsivo pieno, sono troppo aderenti all'esperienza vissuta, devono subire un'appropriazione interpretativa. Poco dopo, ispezionando le registrazioni della cena, Liam nota dei dettagli che contraddicono sua moglie (figg. 15-16). Confrontandosi infine con Jonas e costringendo Ffion a mostrargli le sue registrazioni, Liam ottiene



Figura 13-16. Liam conferma i suoi sospetti indagando i documenti audiovisivi.

la conferma definitiva dei suoi sospetti (figg. 17-18). Per farlo deve però adottare un paradigma indiziario, compiendo abduzioni creative e seguendo piste interpretative che danno una direzione, una prospettiva e quindi un senso ai vari documenti.

Alla luce di questo esempio possiamo allargare lo sguardo: la produzione automatica che caratterizza i media digitali all'interno della nostra società ristrutturata non solo la soglia che divide le dimensioni della percezione e dell'enunciazione – dato che vi aggiunge una fucina intermedia capace di produrre documenti, tracce, quasi-discorsi in quantità massive – ma si ripercuote anche sulle successive dimensioni del senso, come quella della comunicazione. L'apparente trasparenza di questa massa di documenti costringe infatti a nuove tipologie di negoziazioni, che investono i quadri istituzionali in maniere imprevedibili. L'esempio forse più eclatante di questo mutamento è quello studiato da Charles Goodwin in *Professional Vision* (1994): com'è noto, si tratta del processo ai danni di un gruppo di poliziotti di Los Angeles, che sono stati ripresi in video da un operatore dilettante mentre pestavano con mazze metalliche un automobilista afroamericano, Rodney King. Il nastro viene prima reso pubblico attraverso i canali telegiornalistici causando lo sgomento e le proteste pubbliche. In seguito, viene usato come prova decisiva durante il processo: «L'accusa presentò il nastro del pestaggio come un resoconto obiettivo, che si spiegava da sé» (Goodwin 1994: 38 della trad. it. corsivo mio). La difesa, al contrario, inserisce il documento all'interno di un quadro istituzionale, applicando al nastro uno schema d'interpretazione professionale, quello della polizia. Il pestaggio filmato viene quindi diviso in sequenze e i gesti vengono reinterpretati alla luce di competenze specialistiche, sulla cui difesa e accusa negoziano il senso dell'accaduto. Il verdetto di innocenza dimostra che documenti e tracce, per quanto dotate di configurazioni audiovisive apparentemente trasparenti, non parlano affatto da soli: al contrario, essi rappre-

sentano un materiale di negoziazione che può essere implementato in diversi domini sociali e sotto la giurisdizione di differenti regimi di semantizzazione (giuridico, artistico, scientifico).

La semiosfera postmediale accentua ulteriormente il carattere negoziale configurato da questi documenti: da un lato, perché la produzione di tracce audiovisive è di molto aumentata grazie alla diffusione di apparecchi portatili; dall'altro a causa della natura stessa della codifica digitale. Quest'ultima, essendo basata sul calcolo (Bachimont 2010) trasforma qualunque documento, indipendentemente dal tipo, in un'entità manipolabile, favorendo la sua circolazione e la sua modularità. I frammenti prodotti dalle protesi audiovisive incoraggiano quindi operazioni di appropriazione interpretativa – come nel caso di *Black Mirror* – e di implementazione enunciazionale (Goodman 1984) – come nel caso studiato da Goodwin.

Conclusioni

In questo articolo abbiamo proposto un approccio semiotico per lo studio dei media digitali, mettendo in dialogo le teorie dei media più influenti con le ipotesi semiotiche più inclusive. Abbiamo quindi proposto di indicare l'habitat semiotico delle nostre società come una semiosfera postmediale: l'adozione della codifica digitale, assieme alla diffusione degli apparecchi portatili di registrazione e ai software di condivisione e manipolazione in rete, hanno modificato i regimi di produzione del senso all'interno delle nostre società.

Sulla base di questi presupposti abbiamo proposto di considerare quattro dimensioni generali del senso – la percezione, l'enunciazione, la comunicazione e la trasmissione – e di valutare l'impatto che hanno subito con l'affermarsi del paradigma digitale. La nostra ipotesi è che i media digitali stanno ristrutturando le soglie che dividono queste dimensioni, configurando delle zone intermedie di produzione semiotica. Ci siamo quindi soffermati sul modo in cui le protesi audiovisive quali camere di sorveglianza urbana e wearable technologies modificano la soglia che divide la dimensione della percezione da quella dell'enunciazione. Mettendo in dialogo l'analisi di *Black Mirror - The Entire History of You* con alcuni casi mediatici – le ragioni del fallimento di Google Glass, l'intensificarsi quantitativo e qualitativo delle ritenzioni terziarie e la gestione del processo ai danni degli aggressori di Rodney King – abbiamo individuato tre tendenze innescate dai media digitali.

Prima di tutto, la percezione vede potenziato il suo carattere cognitivo fino a configurarsi come una percezione documentante, che tramuta l'esperienza in un'attività monitorabile e potenzialmente pubblica. In compenso, aumenta il rischio che le sue prestazioni immaginative possano svolgersi dal punto di vista affettivo e creativo. In secondo luogo, la sfera dell'enunciazione si vede anticipata da un livello intermedio di produzione segnica: il materiale prodotto in maniera automatica dalle protesi audiovisive non è però costituito da discorsi, bensì da frammenti, tracce, quasi-discorsi. Malgrado la loro natura audiovisiva dia un'illusione di trasparenza, questi documenti devono essere sottoposti a delle operazioni di appropriazione interpretativa al fine di divenire pienamente sensati: abbiamo visto nel caso di *Black Mirror* come Liam

debba adottare un paradigma indiziario per dare un senso ai vari documenti registrati dalle protesi. Allo stesso modo, nel processo ai danni del gruppo di poliziotti del caso Rodney King, quella che sembrava una prova trasparente di un abuso viene riletta, tramite un'appropriazione interpretativa di tipo professionale, fino ad assumere il senso di una condotta adeguata.

In questa maniera, la produzione massiva e automatica di documenti digitali va a costituire un nuovo terreno di negoziazione, che costringe gli attori sociali e le istituzioni ad adottare nuove strategie di gestione del senso.

Bibliografia

Bachimont, Bruno

2010 *Le sens de la technique: le numérique et le calcul*, Paris, Encre Marines/Les Belles Lettres.

Badir, Sémir

2008 "La sémiotique aux prises avec les médias", *Visible*, 3, pp. 173-189.

Barthes, Roland

1967 *Système de la mode*, Paris, Éditions du Seuil.

Basso Fossali, Pierluigi

2002 *Il dominio dell'arte. Semiotica e teorie estetiche*, Roma, Meltemi.

2008 *La promozione dei valori. Semiotica della comunicazione e dei consumi*, Milano, Franco Angeli.

2016 "Les espaces de l'énonciation sous la sollicitation de leurs vides: le discours comme optimisation de l'expérience", in M. Colas-Blaise, L. Perrin, G.M. Tore (éds.): 395-410.

2017 *Vers une écologie sémiotique de la culture. Perception, gestion et réappropriation du sens*, Limoges, Lambert-Lucas.

Basso Fossali, Pierluigi; Dondero, Maria Giulia

2011 *Sémiotique de la photographie*, Limoges, Pulim.

Benveniste, Émile

1970 "L'appareil formel de l'énonciation", *Langages*, 17: 12-18 (trad. it. "L'apparato formale dell'enunciazione", in *Essere di parola. Semantica, soggettività, cultura*, Milano, Paravia Bruno Mondadori, 2009: 119-127).

Bertrand, Denis

1993 "L'impersonnel de l'énonciation. Praxis énonciative: conversion, convocation, usage", *Protée*, vol. 21, n. 1.

Carbone, Mauro

2011 "Protesi", in R. Finocchi, D. Guastini (éds): 190-192.

Cecchi, Dario

2013 *La costituzione tecnica dell'umano*, Macerata, Quodlibet.

Colas-Blaise, Marion; Perrin, Laurent; Tore, Gian Maria (éds.)

2016 *L'Énonciation aujourd'hui. Un concept clé des sciences du langage*, Limoges, Lambert-Lucas.

Coquet, Jean-Claude

2007 *Phusis et Logos. Une phénoménologie du langage*, Presses Universitaires de Vincennes, Saint-Denis.

Desideri, Fabrizio

2011 *La percezione riflessa. Estetica e filosofia della mente*, Milano, Raffaello Cortina.

Dusi, Nicola

2014 *Dal cinema ai media digitali. Logiche del sensibile tra corpi, oggetti, passioni*, Milano, Mimesis.

Dusi, Nicola; Spaziant, Lucio (éds.)

2006 *Remix-remake. Pratiche di replicabilità*, Meltemi, Roma.

Eco, Umberto

1997 *Kant e l'ornitorinco*, Milano, Bompiani.

Eugeni, Ruggero

2010 *Semiotica dei media. Le forme dell'esperienza*, Roma, Carocci.

2015 *La condizione postmediale*, Brescia, La Scuola.

Fabrizi, Paolo

1998 *La svolta semiotica*, Roma-Bari, Laterza.

Festi, Giacomo

2017 "Media realities and reality effects. A methodological semiotic inquiry", *Versus* 124, 1: 41-58.

Finocchi, Riccardo

2017 "Forme di vita e immaginazione digitale. Un approccio semiotico/estetico", *Versus* 125, 2: 235-248.

Finocchi, Riccardo; Guastini, Daniele (éds)

2011 *Parole chiave della nuova estetica*, Roma, Carocci.

Fontanille, Jacques

2015 *Formes de vie*, Liège, Presses Universitaires de Liège.

Garroni, Emilio

2003 *L'arte e l'altro dall'arte. Saggi di estetica e di critica*, Roma-Bari, Laterza.

2005 *Immagine Linguaggio Figura. Osservazioni e ipotesi*, Laterza, Roma-Bari.

2010 *Creatività*, Macerata, Quodlibet [1978].

Goodman, Nelson

1984 *Of Mind and Other Matters*, Harvard University Press, Cambridge (trad. it. parz. *Arte in teoria Arte in azione*, Milano, et al. Edizioni, 2010).

Goodwin, Charles

1994 "Professional Vision", in *American Anthropologist*, 96 (3), 1994: 606-633 (trad. it. Charles Goodwin, "Visioni professionali", in *Il senso del vedere*, Meltemi, Roma, 2003: 17-41).

Greimas, Algirdas J.

1976 *Sémiotique et sciences sociales*, Seuil, Paris (trad. it. *Semiotica e scienze sociali*, Torino, Centro scientifico editore, 1991).

1987 *De l'imperfection*, Pierre Fanlac, Périgueux (trad. it. *Dell'imperfezione*, Palermo, Sellerio, 1988).

Jakobson, Roman

1963 *Essais de linguistique générale*, Minuit, Paris (trad. it. *Saggi di linguistica generale*, Milano, Feltrinelli, 1966).

Krauss, Rosalind

2000 *A Voyage on the North Sea: Art in the Age of the Post-MediumCondition*, Thames & Hudson, London.

Landowski, Eric

1989 *La société réfléchie*, Seuil, Paris (trad. it. *La società riflessa. Saggi di sociosemiotica*, Roma, Meltemi, 1999).

2005 "Les interactions risquées", *Nouveaux actes sémiotiques*, n. 101-103 (trad. it. *Rischiare nelle interazioni*, Milano, Franco Angeli, 2010).

Latour, Bruno; Fabbri, Paolo

1977 "La rhétorique de la science. Pouvoir et devoir dans un article de science exacte", *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 13: 81-95.

Lorusso, Anna Maria

2010 *Semiotica della cultura*, Roma-Bari, Laterza.

Lotman, Juri

1984 "O semiosfere", *Trudy po znakovym sistemam*, 17, Tartu (trad. it. "La semiosfera", in *La semiosfera. L'asimmetria e il dialogo nelle strutture pensanti*, Marsilio, Venezia, 1985).

Manovich, Lev

2001 *The Language of New Media*, Cambridge/London, MIT Press (trad. it. *Il linguaggio dei nuovi media*, Milano, Olivares, 2011).

2006 "Image Future", *Animation* 1, 25: 25-44.

2015 "Data Science and Digital Art History", *DAH-Journal*, 1.

Marin, Louis

1993 *De la représentation*, Seuil, Paris (trad. it. *Della rappresentazione*, Roma, Meltemi, 2001).

Marrone, Gianfranco

2001 *Corpi sociali. Processi comunicativi e semiotica del testo*, Einaudi, Torino.

2017 "Social media e comunione fática: verso una tipologia delle pratiche in rete", *Versus* 125, 2: 249-272.

McLuhan, Marshall

1964 *Understanding Media: The Extension of Man*, McGraw Hill, New York (trad. it. *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore, 2008).

Metz, Christian

1991 *L'énonciation impersonnelle ou le site du film*, Gallimard, Paris (trad. it. *L'enunciazione impersonale o il luogo del film*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 1995).

Meyrowitz, Joshua

1985 *No Sense of Place. The Impact of the Electronic Media on Social Behavior*, Oxford University Press, Oxford-New York (trad. it. *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, Bologna, Baskerville, 1995).

Montani, Pietro

2014 *Tecnologie della sensibilità. Estetica e immaginazione interattiva*, Milano, Raffaello Cortina.

2017 *Tre forme di creatività: tecnica, arte, politica*, Napoli, Cronopio.

Pezzini, Isabella

2017 "Gli schermi dell'apparire. Tecnologie, immaginazione, forme di vita fra semiotica e estetica", *Versus* 125, 2: 177-186.

Stiegler, Bernard

2001 *La technique et le temps III. Le temps du cinéma et la question du mal-être*, Paris, Éditions Galilée, 2001.

Enzo D'Armenio è ricercatore post-doc all'Università di Liegi, dove conduce una ricerca sui linguaggi dell'immagine sui social network. Addottorato in Semiotica nel 2017, all'Università di Bologna, ha lavorato sulle strategie retoriche dell'intermedialità, analizzando un corpus di film di finzione, di documentari e serie tv. Ha pubblicato per riviste internazionali nel campo della comunicazione, dell'estetica e della filosofia del linguaggio, tra cui *Versus*, *Rivista di Estetica*, *Médiation Et Information*. È autore per Unicopli della monografia *Mondi paralleli. Ripensare l'interattività nei videogiochi* (2014).

Spazi urbani ibridi Dall'introduzione del digitale ai processi sociali nella città*

Giovanni Curtis

ISIA Roma Design
giovannicurtis@gmail.com

Antonio Opromolla

Link Campus University
a.opromolla@unilink.it

Abstract

Il contributo intende partire da una disamina di alcuni dei principali studi relativi agli spazi urbani al fine di evidenziare come oggi nuovi processi sociali e l'introduzione delle moderne tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) portano a trasformare le tradizionali categorizzazioni tra diverse tipologie di spazi urbani. In particolare, la possibilità di una connessione costante degli individui conduce a un superamento dei confini fisici e materiali insiti all'interno dell'idea stessa di "spazio", portando a far incontrare, mescolare e comunicare diverse categorie di spazi. Emergono quindi nuove forme di spazio urbano. Nel contributo si affronta, ad esempio, la trasformazione della nozione di confine, soprattutto se posta in relazione con quelle di soglia, di limite e di esperienza. Un concetto, quello di confine, che diventa sempre più labile e sfumato, proprio sulla base della presenza degli elementi culturali e tecnologici, creando al contempo nuovi processi sociali. Gli esempi riportati fanno affiorare la necessità di nuovi dispositivi e di un design in grado di affrontare le complessità emergenti.

Parole chiave

Spazi urbani, ICT, Spazi ibridi, Design, Esperienza, Narrazione

English Abstract

Hybrid urban spaces. From the introduction of digital technology to new social processes in the city – The contribution starts from a review of the main studies of the semiotics of urban spaces in order to focus on how nowadays, new social processes and the introduction of modern information and communication technologies (ICT) transform the traditional categorisations between different types of urban spaces. In particular, the possibility of a constant connection of individuals leads to an overcoming of the physical and material boundaries inherent within the idea of "space", leading to bringing together, mixing and communicating different categories of spaces. New forms of urban space emerge. In the contribution we deal, for example, with the transformation of the concept of "limit", which becomes more and more fleeting and nuanced on the basis of technological elements, at the same time creating new social processes. These elements let emerge the need of new design tools able to face the emerging complexity.

Key Words

Urban spaces, ICT, Hybrid spaces, Design, Experience, Storytelling

* Il presente saggio, pur essendo frutto di costante collaborazione e scambio d'idee, è stato curato da Giovanni Curtis nei par. 5 e 7 e da Antonio Opromolla nei par. 2, 3, 4, 6, 8, 9. Curtis e Opromolla hanno steso a quattro mani le conclusioni e il paragrafo 1 che funge anche da introduzione.

Sommario/Content

1. Tecnologie e spazi urbani
2. Spazi e tempo
3. Spazi e individuo
4. Spazi e relazioni
5. Spazi, soglie e limiti
6. Spazi ed enunciazione
7. Spazi ed esperienze
8. Spazi urbani e spazi personali
9. Nuove sfide per il design: ambienti fisici e digitali
10. Conclusioni
11. Bibliografia

1. Tecnologie e spazi urbani

Il presente contributo parte da un excursus dei principali studi sugli spazi urbani per evidenziare come oggi nuovi processi sociali e l'introduzione delle moderne tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) trasformino le tradizionali categorizzazioni delle diverse tipologie di tali spazi. In particolare, la possibilità di una connessione costante degli individui, resa possibile dalla larga diffusione di diverse tipologie di dispositivi e tecnologie, conduce a un superamento dei confini fisici e materiali insiti nell'idea stessa di "spazio", facendo incontrare, mescolare e comunicare diverse categorie di spazi. In questo contesto emergono nuove forme di spazio urbano¹. In generale le tecnologie rendono tali spazi ancora più complessi; una complessità che emerge dal moltiplicarsi delle relazioni che proprio le nuove ICT attivano. Il punto non è come le tecnologie influenzino gli spazi urbani unilateralmente, ma come le esperienze nella città siano oggi attivate anche grazie alle nuove tecnologie. Esse diventano così uno strumento che consente di svolgere le tradizionali attività nella città, creando al contempo nuovi livelli di significazione, nuovi processi sociali, nuove esperienze. In questo contesto le istanze della società risultano oggi sempre più numerose e, anche attraverso gli strumenti tecnologici, sono in grado di modificare l'ambiente. Siamo prossimi al concetto di "rimediazione" che, partendo da Bolter e Grusin (1999), è stato ripreso da Agnes Petho (2011) e da Nicola Dusi (2015), ponendone però l'accento sull'esigenza di considerare elementi sensibili nell'esperienza conseguente all'applicazione dei media. Il contributo vuole dimostrare infatti come le tecnologie creino o ripensino le forme di esperienza nella città, secondo l'accezione data da Francesco Casetti (2015).

Partendo dalla descrizione di specifici apporti nello studio degli spazi urbani da parte della semiotica, si farà riferimento ad alcuni fenomeni innescati dalla relazione tra tecnologie e processi sociali urbani, intesi come istanze attive del sociale. Nello specifico, si partirà dall'identificazione dei cambiamenti che si verificano nella dimensione temporale dello spazio urbano; si proseguirà con un focus sulla crescente importanza assunta dalla dimensione soggettiva che l'introduzione delle ICT negli spazi urbani accresce; si mostreranno, poi, alcuni esempi relativi a come il numero sempre maggiore di relazioni sociali attivate dalle tecnologie impatti sugli spazi urbani; si approfondirà, inoltre, il concetto di "limite", evidenziando come le tecnologie portino la "soglia" a tale limite sempre più labile; segue un focus sulle modalità di produzione degli spazi urbani che consente di far emergere i nuovi soggetti dell'enunciazione di tali spazi; ci si focalizzerà poi sul cambiamento nell'esperienza generale delle

¹ Tale affermazione non deve essere intesa come una critica nei confronti dei risultati degli studi tradizionali; al contrario, tali studi rappresentano un punto di partenza e una base teorica fondamentali attraverso cui studiare l'evoluzione degli spazi urbani grazie all'applicazione delle tecnologie.

persone nelle città; infine, un focus specifico sui dispositivi consentirà di rendere evidente come questi ultimi siano in grado di confondere i confini tra varie tipologie di spazio. Il contributo si concluderà con una riflessione su come, in un panorama in cui “digitale” e “fisico” sono sempre più indistinguibili sia fondamentale trovare nuovi strumenti che aiutino a progettare soluzioni più attuali per gli spazi urbani.

2. Spazi e tempo

Georges Perec (1974) ha evidenziato come gli spazi non restino sempre uguali a se stessi: essi evolvono, portando con sé ciò che è avvenuto al loro interno. Conservano, quindi, una memoria di ciò che è stato, mostrando però prima di tutto il presente. La città rende, dunque, manifesti i segni di eventi passati. Generalmente in questi processi il focus è sulla “diacronia”, ovvero sulla considerazione del tempo come un processo lineare in cui è individuabile un progresso e un’evoluzione, un passaggio da un momento precedente a uno successivo, da un momento legato al passato e uno legato al presente, un cambiamento dello spazio urbano nel tempo.



Figura 1. Google Maps: attraverso il cursore associato all’immagine in alto a sinistra è possibile visualizzare il cambiamento di uno spazio nel tempo.

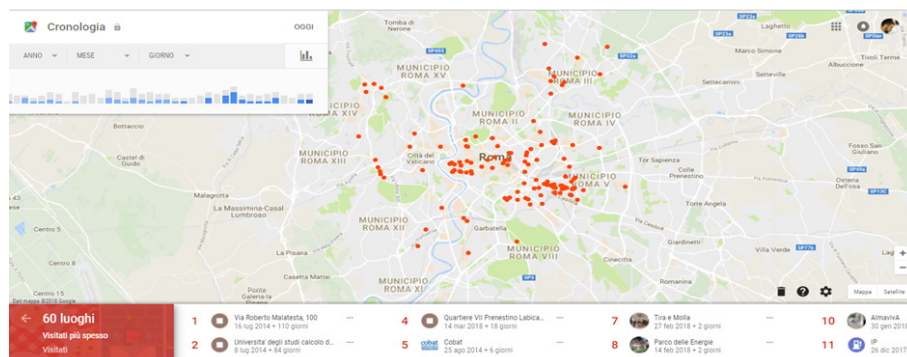


Figura 2. Google Maps: possibilità di accesso all’elenco dei luoghi visitati in passato dagli utenti.

Soprattutto quando specifici eventi sono centrali nella vita della città, la tendenza è quella a enfatizzare i suoi segni; il più delle volte gli eventi più recenti creano un livello aggiuntivo che si sovrappone a quello creato dagli eventi passati, lasciando emergere in maniera più o meno esplicita, i segni di tale passato. Le tecnologie intervengono in questo processo. Un esempio è rappresentato dal celebre servizio Google Maps, che tra le diverse funzioni che mette a disposizione, offre anche la possibilità di navigare un determinato luogo e di visualizzare le caratteristiche di questo luogo in un periodo precedente (fig. 1).

Analogamente, il servizio offre la possibilità di accedere, attraverso la cronologia, ad un elenco di luoghi visitati in passato dagli utenti (fig. 2).

In entrambi i casi, il servizio si focalizza tanto sull'aspetto evolutivo e sui cambiamenti di uno spazio nel tempo ("diacronia"), quanto sul restituire una fotografia immobile di quello spazio in un determinato momento. Il focus è, dunque, anche sulla "sincronia". La tecnologia porta, dunque, a esprimere una dimensione temporale in relazione allo spazio urbano non solo di tipo lineare ma puntuale, dove tempi diversi non sono confusi, ma possono emergere in maniera individuale. Dal punto di vista del *débrayage* temporale, l'aspettativizzazione non riguarda solo la modalità della "puntualità", ma ne coinvolge altre: i diversi tempi rappresentati altro non sono che dei momenti "incoativi", "durativi" e "terminativi" di una narrazione dello spazio nel tempo.

3. Spazi e individuo

Una delle opposizioni più note negli studi di semiotica degli spazi è quella tra uno spazio "formale", ossia uno spazio che non tiene in considerazione il suo effettivo utilizzo da parte delle persone, e uno spazio "informale", che invece prende in considerazione la soggettività nell'utilizzo di quel determinato spazio. Tale opposizione è stata diversamente espressa da vari autori, i cui contributi sono stati raccolti da Alice Giannitrapani (2013). Claude Zilberberg (1993) ha distinto uno spazio "acentrico", che non tiene in considerazione come tale spazio sia fatto proprio dalle persone, e uno spazio "centrico", che invece considera la presa in carico dello spazio da parte delle persone, con le loro percezioni, che contribuiscono a ricreare lo spazio stesso. Sandra Cavicchioli (1996) ha definito un'opposizione tra uno spazio "globale", che pone al centro un punto di vista oggettivo, e uno spazio "locale", soggettivo. Michel De Certeau (1990), infine, distingue tra "luogo" e "spazio", intendendo con il primo termine un'articolazione dello spazio che prescinde da quello che accade al suo interno e con il secondo uno spazio popolato e animato. Ciò che emerge da questi esempi è che esiste uno spazio indipendente dalla presenza di coloro che lo percepiscono, lo abitano, lo praticano.

La tendenza è quella di far emergere un punto di vista soggettivo degli spazi, al fine di ricostruirne le impressioni e i sentimenti. Le tecnologie contribuiscono a promuovere tale punto di vista soggettivo. Quest'impostazione si ritrova anche nel lavoro di Guido Ferraro (2014) che focalizza l'attenzione su come il ruolo delle tecnologie sia quello di fornire una visione personale del mondo e di condividerla con gli altri. Dal momento che si tratta di strumenti di tipo interattivo, il ruolo attivo delle persone nel fornire contributi e punti

di vista personali sugli spazi risulta sempre più possibile. Un esempio è rappresentato dai numerosi sistemi implementati di *crowdsourcing*, servizi che incoraggiano gli utenti a condividere idee, valutazioni, impressioni su luoghi visitati o in cui essi hanno fatto una determinata esperienza².

Un ulteriore esempio è rappresentato dai numerosi strumenti di *sentiment analysis* che, soprattutto grazie all'analisi dei dati provenienti dai *social network*, consentono di associare gli stati d'animo degli utenti ad un determinato luogo³. Esistono numerosi esempi applicativi. Uno di questi è rappresentato da HUB - La città della collaborazione in tempo reale, un'iniziativa sviluppatasi all'interno del più ampio progetto Human Ecosystems Bologna, che intende analizzare e rappresentare su una mappa i dati in tempo reale presi dai principali *social network*. Tali dati esprimono, attraverso una *heatmap*, i principali stati d'animo espressi dagli abitanti della città di Bologna (fig. 3)⁴.

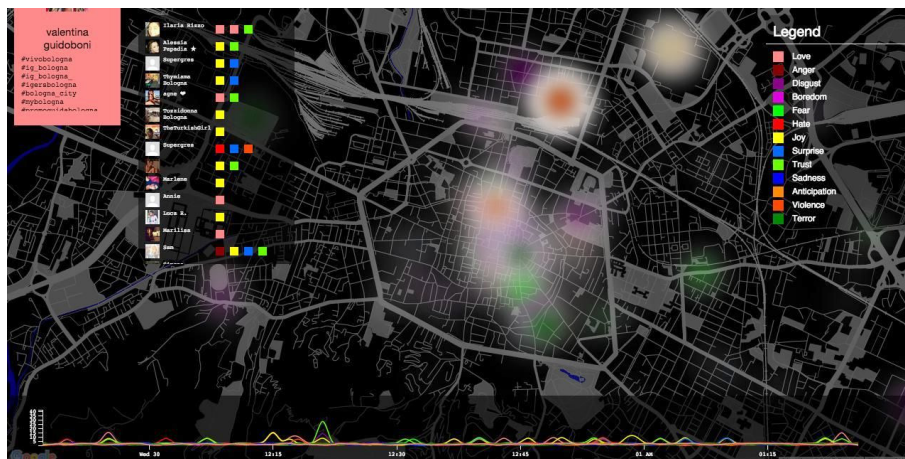


Figura 3. Human Ecosystems Bologna come esempio di individualità emergente negli spazi urbani. Fonte: <<http://www.comune.bologna.it/news/hub-human-ecosystems-bologna>>.

4. Spazi e relazioni

Una delle distinzioni ormai più note nell'ambito degli studi sul significato degli spazi è quella elaborata da Marc Augé (1992), che oppone i “non luoghi” ai “luoghi”, laddove i secondi risultano luoghi identitari, relazionali e storici, mentre i primi sono luoghi costruiti con un fine ben preciso, in cui la relazione tra le persone semplicemente non avviene e in cui tutto si perde dietro un'individualità solitaria che non si riconosce in alcun gruppo sociale. Se esempi di non luoghi sono stati spesso riconosciuti in centri commerciali, stazioni, aeroporti, centri per i rifugiati, etc. è pur vero che il concetto di non luogo è stato spesso esteso anche ad altre tipologie di spazi. Spazi della nostra quoti-

2 Per una definizione più approfondita del crowdsourcing, cfr. Estellés Arolas e González Ladrón-de-Guevara (2012).

3 Per una definizione più approfondita del sentiment analysis, cfr. Cambria, Schuller, Xia, Havasi (2013).

4 Human Ecosystems Bologna, <<https://www.he-r.it/project/hub-human-ecosystems-bologna-2/>>.

dianità che producono lo stesso effetto di solitudine ed isolamento proprio dei non luoghi.

Le tecnologie sono spesso additate come strumenti che accentuano tale tendenza all'individualità. Ci si chiude all'interno dello spazio del proprio personale dispositivo, non considerando lo spazio fisico e sociale all'interno del quale ci si trova. Tuttavia le tecnologie possono essere impiegate anche con un altro importante obiettivo, ovvero creare un maggior senso civico. Come vedremo, la partecipazione ai processi che avvengono in un dato territorio è una pratica sempre più diffusa, abilitata attraverso metodologie e strumenti non solo di tipo tecnologico. Le cosiddette *civic technology*, tecnologie impiegate proprio a scopi civici, rientrano in quest'ambito. Ciò che qui si intende enfatizzare è come l'impiego delle ICT possa trasformare il senso dello spazio, giungendo a un livello di esperienza maggiore. Le tecnologie, infatti, contribuiscono a recuperare quel senso di umanità degli spazi molto spesso lasciato in secondo piano, che è inoltre alla base della creazione di un senso di comunità e condivisione. Dal punto di vista patemico, le tecnologie contribuirebbero a trasformare luoghi "disforici" o "aforici" in luoghi "euforici", ovvero luoghi connotati in maniera positiva.

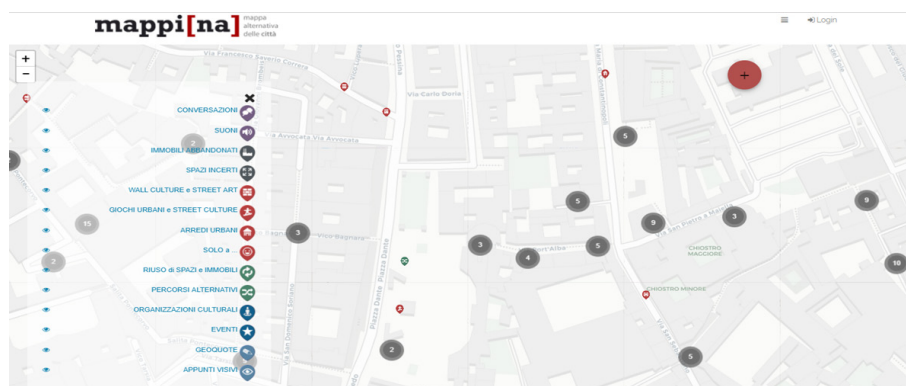


Figura 4. MappiNa come esempio di creazione di un nuovo senso sociale condiviso dello spazio urbano.

Un esempio è rappresentato da MappiNa (fig. 4)⁵. Si tratta di un progetto nato nella città di Napoli (ma ormai diffuso in numerose altre città) che ha come obiettivo quello di far raccontare alle persone la vita della città, attraverso la condivisione di materiale fotografico, testuale e multimediale. Di fronte, infatti, al senso diffuso di una città degradata, questo progetto intende incoraggiare le persone a condividere elementi ed esperienze positive in grado di creare un nuovo racconto della città e di dotarla di nuovi effetti di senso. È possibile, ad esempio, visualizzare sulla mappa conversazioni e citazioni associate a un determinato luogo, utilizzi alternativi degli spazi e degli elementi dell'arredo urbano, percorsi e punti di interesse poco conosciuti, etc. L'obiettivo di questa tipologia di progetti è, nei fatti, una risemantizzazione dello spazio urbano, che porta quindi anche a una visione condivisa modificata.

5 MappiNa, <<http://www.mappi-na.it/>>.

5. Spazi, soglie e limiti

Algirdas Greimas e Jacques Fointanille (1991), Claude Zilberberg (1993) e ancora Fontanille (1993) hanno posto l'accento sulle soglie e sui limiti, anche quando essi hanno a che fare con gli spazi fisici. Tali elementi, costitutivi della struttura stessa di ogni spazio, consentono di delimitare una determinata estensione e di differenziarne una da un'altra. Ponendo in essere la distinzione tra soglie e limiti, Zilberberg (1993) sottolinea come si tratti di «punti sensibili» distinguibili l'un l'altro anche per ragioni di asimmetria per cui «il tollerabile ha come manifestante una soglia e l'intollerabile un limite» (Fabri, Marrone, 2001: 125). Inoltre «quando ci si avvicina a essi, li si tocca o li si supera, scatenano programmi e contro-programmi modali sia d'assimilazione sia di dissimilazione» (Fabri, Marrone, 2001: 124). Essi sono funzionali alla creazione dei segmenti caratterizzati da una omogeneità interna, che interpretano quello specifico spazio secondo una struttura paradigmatica, ovvero in opposizione ad altri spazi. Il limite assume dunque, allo stesso tempo, un ruolo di abbandono di un determinato spazio e di entrata all'interno di un altro. Tali luoghi di «confine» rappresentano un importante elemento di attenzione, dal momento che consentono una contaminazione, più o meno conflittuale, tra spazi, data dall'apertura dello spazio omogeneo verso un altro spazio esterno. Se, infatti, il centro di uno spazio rappresenta il cuore in cui si trovano la memoria e l'identità dominante di quello spazio, abbandonando il centro tali valori evolvono e, diventando meno forti, si contaminano.

Trattando delle tecnologie e dei media collocati nei luoghi urbani, la distinzione degli spazi operata dalla categoria del confine risulta oggi sempre più labile. Ciò non vuol dire che non esistono più confini, ma che questi ultimi sembrano trasformarsi da elementi liminali, lineari e continui, caratterizzati cioè da contorni netti, in elementi discontinui, con contorni frastagliati. Si tratta di soglie mutevoli che dunque non portano mai a un vero e proprio sconfinamento dei limiti. Allo stesso tempo tali confini tendono a espandersi, passando da una «bidimensionalità», caratterizzata dalla presenza di una linea che definisce un dentro e un fuori, a una «tridimensionalità», laddove il confine stesso si pone come primario spazio di fruizione. Essere all'interno di uno spazio urbano non significa, infatti, limitare la propria presenza all'interno di quello spazio, ma avere contemporaneamente accesso ad altri. Basti pensare a ciò che avviene con le famose «dirette» rese disponibili attraverso i social network. Grazie a esse gli utenti possono essere presenti in altri luoghi, contemporaneamente alla loro presenza corporea in un dato punto. Una presenza che in molti casi assume un valore fortemente «fisico». Un esempio è rappresentato dai dispositivi di enunciazione impiegati dal sito Repubblica.it in relazione a un servizio di streaming messo a disposizione fino a qualche anno fa. L'espressione «Prenota il tuo posto nella sala virtuale di Repubblica» ha come obiettivo quello di trasmettere e rappresentare la fisicità di una sala virtuale, con una poltrona a disposizione dello spettatore (fig. 5). L'utilizzo stesso dell'espressione «sala virtuale», di per sé un ossimoro, evidenzia come esista una contaminazione degli spazi e che la soglia, grazie alla crescente applicazione delle tecnologie, rappresenta un vero e proprio spazio capace di



Figura 5. Il servizio streaming di Repubblica.it come espressione della labilità del confine tra gli spazi fisici.

scombinare gli assetti e i dispositivi sociali. Una soglia che, apparentemente, non diviene mai limite perché, in quanto tale, sarebbe percepita come intollerabile. Le soglie e i limiti fungono infatti da sistemi regolatori ma anche da potenziali generatori di processi di mutamento in grado di agire sia sulla temporalità (si pensi a ciò che Zilberberg (1993), parlando di aspettualizzazione, definisce appunto come limiti), sia sulla modalizzazione.

6. Spazi ed enunciazione

Una delle questioni fondamentali in relazione agli spazi (soprattutto quelli urbani) riguarda i processi di enunciazione, vale a dire quei processi legati alla produzione degli spazi o, più precisamente, al soggetto responsabile della loro produzione. In generale, gli spazi urbani sono frutto delle decisioni delle amministrazioni pubbliche, le quali, sulla base di requisiti prevalentemente tecnici, definiscono gli interventi necessari da realizzare. Le amministrazioni rappresentano, dunque, il soggetto dell'enunciazione, che produce uno spazio. In tale accezione le persone che abitano un dato luogo rappresentano attori del testo, con il loro programma narrativo inscritto all'interno del testo stesso. Le amministrazioni sono quindi responsabili delle azioni delle persone all'interno del testo-spazio, dal momento che, attraverso la realizzazione di specifici spazi ne orientano il comportamento. Questa affermazione appartiene a una considerazione dello "spazio (urbano) nel testo" che, secondo la definizione di Gianfranco Marrone (2001), rappresenta quella parte del testo all'interno

della quale si muovono degli attori. Se si considera lo spazio urbano come un testo, prodotto sempre da un soggetto dell'enunciazione rappresentato dalle amministrazioni pubbliche, le persone che vivono in un dato territorio rappresentano semplici lettori del testo con programmi narrativi sempre indirizzati dalle amministrazioni pubbliche, indipendenti dalle persone. In entrambi i casi emerge una *intentio auctoris* dell'amministrazione pubblica, che si impone sull'intenzione del fruitore/lettore.

I processi reali sono tuttavia più complessi della descrizione qui fornita. In generale, infatti, le persone fruitrici di un servizio non sono attori e lettori passivi della città, ma si pongono anch'essi come soggetti dell'enunciazione. Numerosi fenomeni testimoniano come le persone contribuiscono alla realizzazione di tali spazi, attraverso azioni consapevoli e/o inconsapevoli. Le prime sono rappresentate da quei comportamenti di trasformazione dello spazio urbano frutto di un intervento cosciente, mirato e condiviso; un esempio è rappresentato dai processi di decisione relativi all'utilizzo di spazi urbani in disuso, durante i quali le amministrazioni pubbliche possono coinvolgere le persone nella realizzazione di soluzioni che rispondano ai loro bisogni reali. Azioni inconsapevoli sono invece frutto di un comportamento del quale la persona non è perfettamente conscia ma che, reiterato nel corso del tempo porta ad un cambiamento all'interno dell'ambiente urbano; un esempio è rappresentato dai segni lasciati all'interno di parchi e giardini pubblici che testimoniano come le persone svolgano percorsi diversi rispetto a quelli previsti da chi ha progettato questi spazi. Si tratta di azioni consapevoli e inconsapevoli che riportano a ciò che Umberto Eco (1979) definisce cooperazione interpretativa, ponendo l'accento su come il senso del testo si crei da una collaborazione tra autore (le amministrazioni pubbliche o chi per loro) e lettore (le persone che ne fruiscono).

All'interno di questo panorama, caratterizzato da un sempre più forte intervento delle persone nell'ambiente urbano, si verifica quindi un passaggio da quella che Émile Benveniste (1970) chiama *polis*, che si focalizza sull'idea di città prima che su quella delle persone, a quella che chiama *civitas*, un concetto che invece pone l'idea delle persone prima dell'idea di città. Le tecnologie enfatizzano ulteriormente questi processi. Le *civic technology*, ad esempio, un concetto che fa riferimento all'utilizzo delle ICT per scopi civici, rappresentano l'espressione di questi processi⁶. In generale tali tecnologie, promuovendo una migliore comunicazione tra persone e tra queste e le amministrazioni pubbliche, sono in grado di abilitare l'impegno e la partecipazione civica, i cui risultati si concretizzano anche all'interno degli spazi urbani. Lo schema della fondazione Knight Foundation (fig. 6) mostra come diversi strumenti tecnologici possano essere utilizzati a scopi civici, con l'obiettivo di raggiungere specifici risultati⁷. I *social network*, ad esempio, comunemente impiegati per creare *community* virtuali basate sulla condivisione di interessi o di pratiche, possono essere usati per creare *community* di persone che condividono un determinato luogo, magari perché abitano in quel luogo e sono

6 Per un approfondimento sulle tematiche legate alle civic technology cfr. Knight Foundation, *The Emergence of Civic Tech*, 2013.

7 Knight Foundation, <<https://knightfoundation.org/features/civictech>>.

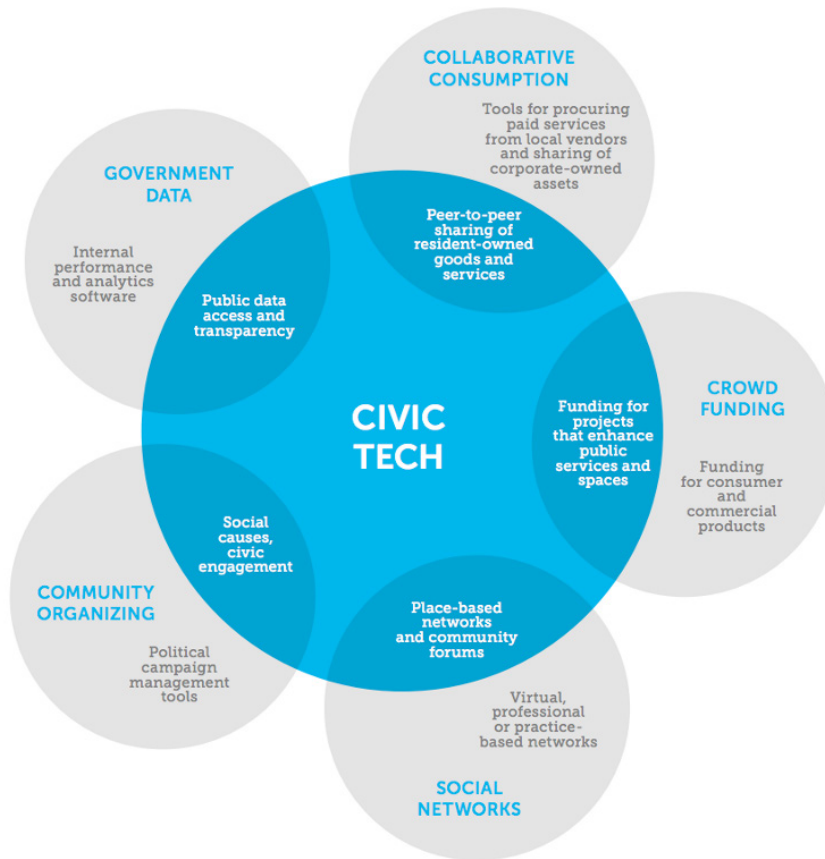


Figura 6. Le civic technology come strumenti di enunciazione degli spazi urbani a cura delle persone.

quindi portatori di un interesse specifico nei suoi riguardi. Ciò che emerge è che in questo panorama il soggetto dell'enunciazione non è rappresentato da un'unica entità, ma cambia continuamente. C'è un'alternanza non solamente tra le amministrazioni pubbliche e le persone, ma anche tra le persone stesse che hanno di volta in volta la possibilità di "produrre enunciati", ovvero di apportare un proprio contributo alla trasformazione dello spazio urbano.

Le ICT attivano specifici processi sociali che sono in grado di "modalizzare" le persone in maniera diversa. Se, infatti, è possibile affermare che inizialmente la persona è modalizzata secondo le categorie del "non sapere", "non potere" e "non volere", attraverso le tecnologie si dota di un "sapere" (ovvero una conoscenza del territorio più approfondita, anche possibile attraverso una connessione con le altre), un "potere" (ovvero la consapevolezza di poter cambiare specifiche caratteristiche proprie degli spazi urbani) e un "volere" (ovvero la volontà di cambiare tali elementi). Ciò avviene in quanto la persona tende a non accettare l'immagine che di sé viene creata dalla città stessa, cercando di porsi allo stesso tempo come un attore del testo città (che fruisce degli spazi urbani), soggetto enunciatore (che crea il testo città) e di nuovo attore del testo città (che fruisce degli enunciati/spazi ricreati).

7. Spazi ed esperienze

Jean Marie Floch (1990) ha individuato quattro categorie di soggetti corrispondenti a quattro diversi modi di esperire il viaggio e la città. La prima categoria è rappresentata dagli *esploratori*, coloro che, aperti a cogliere gli stimoli provenienti dagli spazi urbani, mettono al centro del loro interesse l'ambiente esterno e cercano di costruire delle esperienze significative. I *sonnambuli*, al contrario, sono coloro che, nel loro movimento all'interno della città, non si focalizzano sull'ambiente in cui si trovano ma si dedicano ad attività completamente diverse. I *professionisti* si spostano nello spazio avendo ben chiari in mente gli obiettivi che vogliono raggiungere, focalizzandosi sulla meta a cui arrivare piuttosto che sul viaggio. I *bighelloni* (o *flâneur*), infine, sono coloro che amano passeggiare nella città e non hanno una meta fissa, essendo aperti a esperienze nuove.

La differenza tra queste quattro categorie diviene ancora più significativa se si considera l'attuale utilizzo di dispositivi digitali. Tecnologie digitali presenti nell'ambiente urbano che facilitano lo spostamento delle persone al loro interno permettono, infatti, di "esplorare" meglio l'ambiente urbano. Un esempio è rappresentato da PointSign (fig. 7)⁸, un dispositivo di segnaletica intelligente che ruota indicando ciò che sta avvenendo attorno a dove è po-



Figura 7. PointSign come strumento in grado di enfatizzare nei soggetti la dimensione esplorativa.

sizionato. Si tratta di uno strumento fisico e digitale connesso alla rete, che aggiorna di continuo le informazioni contenute sui *display*; tale dispositivo di fatto, incoraggia l'utente a esplorare lo spazio urbano, indicando il percorso per raggiungere dei punti.

Inoltre, l'utilizzo di uno *smartphone* e delle numerose applicazioni *mobile* disponibili enfatizzano le peculiarità del Sonnambulo. Quest'ultimo, infatti, si

8 Breakfast, <<https://breakfastny.com/points>>.

dedicherà a specifiche attività che non hanno nulla a che fare con lo spostamento in corso. Del resto i dispositivi che agevolano lo spostamento, compresi i sistemi satellitari, non richiedono la conoscenza dei luoghi frequentati e di conseguenza il loro riconoscimento. Come si vedrà nel paragrafo successivo, le tecnologie sono in grado di eliminare i confini tra lo spazio intimo, personale, pubblico, conosciuto e sociale, e il Sonnambulo rappresenta una delle possibili categorie emergenti, dal momento che l'utilizzo di uno *smartphone* in uno spazio urbano porta a una sovrapposizione, e talvolta indistinzione, tra uno spazio pubblico e uno spazio personale. Al contrario, l'utilizzo di dispositivi disseminati nella città e impiegati con l'obiettivo di monitorare ciò che avviene nell'ambiente agevolano le caratteristiche del Professionista. Sensori, sistemi satellitari e telecamere in grado di segnalare alle persone le strade in cui è presente il traffico rispondono all'esigenza di un'informazione chiara, precisa e affidabile per il Professionista, il quale potrà, sulla base di questa, prendere le scelte di spostamento migliori. Infine, applicazioni tecnologiche come quali la realtà aumentata, portano a esaltare le caratteristiche del Bighellone. La possibilità, infatti, di visualizzare, sulla base della propria posizione, i punti di interesse nelle vicinanze permette di aprirsi all'ambiente circostante, deviando anche da un percorso precedentemente stabilito.

8. Spazi urbani e spazi personali

Le tecnologie presenti negli spazi urbani si possono classificare secondo il parametro della distanza rispetto al corpo della persona che li usa. Per definire questa categorizzazione si può prendere come riferimento quella fatta da Edward Hall (1966) in merito agli spazi, che emerge dai suoi studi sulla prossemica. La classificazione di Hall identifica quattro tipologie di zone, che si creano intorno all'individuo. Partendo da quella più vicina a quella più lontana è, infatti, possibile individuare una zona intima, una personale, una sociale e una pubblica. Sebbene tale ricerca sia ormai datata, è interessante notare come essa risulti attuale ed è ancora impiegata in vari campi di studio.

Parlando di tecnologie è possibile identificare diverse tipologie di dispositivi, ognuno rientrando all'interno di una di queste quattro aree.

Anzitutto esistono dispositivi presenti nello spazio "intimo", che entrano a stretto contatto con il corpo della persona. Si tratta di tutti quei dispositivi indossabili (*wearable device*)⁹, che di fatto rappresentano un vero e proprio potenziamento del corpo umano, ed estendono le funzioni comunemente svolte all'interno di tali spazi. I dispositivi "intimi" permettono di svolgere attività puntuali, esattamente come ogni parte del corpo umano svolge una specifica funzione nell'insieme delle funzioni fisiche dell'individuo. Ci sono, poi, i dispositivi che entrano nello spazio "personale", che rappresentano allo stato attuale, quelli in assoluto più diffusi. Si tratta principalmente di dispositivi *mobile* che le persone portano con sé e che permettono di accedere a contenuti e funzionalità che mettono in relazione le persone con gli spazi urbani in cui

9 Per un approfondimento sui wearable device, cfr. <<https://www.wearable-technologies.com>>.

esse si trovano, ma anche con spazi più lontani. I *device* nello spazio “sociale” riguardano dispositivi diffusi all’interno dell’ambiente urbano. Essi includono diverse tecnologie, dai *totem* interattivi ai diversi tipi di sensori “disseminati” nell’ambiente urbano. Infine, esistono tecnologie che entrano nello spazio “pubblico”. Rispetto alle prime tre tipologie di zone, in questo caso non è possibile identificare specifici dispositivi, dal momento che la zona pubblica è rappresentata dal più generale mondo di Internet.

In un panorama in cui le tecnologie giocano un ruolo sempre più centrale, i confini tra gli spazi diventano labili e confusi. Gli spazi urbani, infatti, sono in grado di connettere tra loro i diversi spazi identificati. Ad esempio, lo spazio intimo è sempre più connesso con quello sociale, dal momento che i dispositivi *wearable* sono necessariamente connessi con l’ambiente in cui la persona si trova. Quest’ultimo è, a sua volta, connesso con quello personale tramite tecnologie come NFC (*Near Field Communication*), QR (*Quick Response Code*) e GPS (*Global Positioning System*), che integrate nei dispositivi *mobile* li fanno interagire con alcuni strumenti presenti nell’ambiente urbano¹⁰. Lo spazio personale, infine, è direttamente connesso con lo spazio pubblico, dal momento che attraverso i dispositivi *mobile* è possibile accedere anche a contenuti non direttamente collegati con l’ambiente urbano. Il “qui”, il “là” e l’“altrove” definiti da François Rastier (2001) sono confusi, frammentati, ri-definiti.

La labilità tra i confini di questi spazi è resa possibile dalla connettività attivata dalle nuove tecnologie informatiche. Quest’ultima può essere intesa come una nuova forma di narritività, che ridisegna completamente i programmi narrativi delle persone. Se questi si pongono solitamente come delle strutture lineari, che orientano le persone verso un determinato scopo, la connettività arricchisce tali programmi, attraverso stimoli non sempre focalizzati sull’obiettivo finale.

9. Nuove sfide per il design: ambienti fisici e digitali

Nel presente contributo si sono evidenziati esempi di come gli spazi urbani e le relative rappresentazioni siano sempre più permeati da diversi tipi di tecnologie e come la loro presenza intervenga nei processi sociali in atto e contribuisca a ridefinire le categorizzazioni semiotiche del concetto di “spazio”. Queste, pur mantenendo il loro valore epistemologico, presentano oggi confini sempre più sfumati. Tale cambiamento ha alla sua base un’ulteriore sfumatura di confini, quella tra elementi “fisici” ed elementi “digitali”. È oggi impossibile pensare, infatti, a spazi urbani considerando solo la loro componente fisica e analogica. A tale proposito David Benyon (2014) ha coniato l’espressione *blended space* per indicare il connubio tra elementi fisici ed elementi digitali negli spazi della città. L’integrazione delle tecnologie digitali all’interno dell’ambiente ha aggiunto complessità allo spazio urbano. Da una valorizzazione dell’opposizione tra “fisico” e “digitale” si passa alla valorizzazione dei rispettivi complementari, ovvero “non digitale” e “non fisico”. In base a tali specifici spazi, infatti, pur conservando il connubio fisico-digitale, c’è una prevalenza di uno dei due elementi sull’altro.

10 Per un approfondimento sulle tecnologie vedi: Cantoni e Danowski (2015).



Figura 8. Il progetto “Piano Stairs” di “The Fun Theory” implementato a Stoccolma come esempio di connubio tra “fisico” e “digitale” negli spazi urbani.

Ad esempio, Google Maps può essere definito uno strumento che attualizza il concetto di “non digitale” dal momento che, pur essendo un applicativo totalmente digitale, ciò che rappresenta è il mondo fisico, con il quale c’è una relazione diretta e di reciproca dipendenza. Dall’altro lato, invece, elementi digitali integrati nell’ambiente rappresentano un esempio di “non fisico” dal momento che, pur essendo elementi totalmente analogici e reali, le tecnologie si pongono come uno strumento in grado di migliorare o creare alcuni processi che avvengono al loro interno. Un esempio è rappresentato dalle numerose applicazioni create da “The Fun Theory”¹¹, le quali prevedono, attraverso l’impiego di specifiche tecnologie digitali, la trasformazione di comuni oggetti dell’arredo urbano. “Piano Stairs” (fig. 8) ha previsto ad esempio la trasformazione di una rampa di scala all’uscita dalla metropolitana di Stoccolma in un pianoforte. Ogni gradino è un tasto che emette un suono al passaggio della persona. L’obiettivo è spingere le persone ad utilizzare la scala fissa invece che quella mobile.

È fondamentale evidenziare che l’unione di elementi fisici e digitali negli spazi urbani non deve essere intesa come la somma di due elementi separati, ma come qualcosa di nuovo in cui le due componenti sono in totale armonia. Da questa indivisibilità tra elementi fisici e digitali nascono, infatti, oggetti nuovi dello spazio urbano, che assumono un nuovo significato (nell’esempio sopra riportato, una scala suggerisce uno strumento musicale), il cui obiettivo è quello di “parlare” alle persone, creando un legame maggiore tra oggetti o spazi della città e coloro che li attraversano. Si passa, così, da una valorizzazione “pratica” di tali spazi e oggetti, che pone l’accento sul loro carattere utilitaristico, ad una valorizzazione “ludico-estetica”, che si focalizza sull’esperienza più intima vissuta dal soggetto che vive quegli spazi (Mangano, 2009).

10. Conclusioni

Occorre, quindi, porre l’accento sul cambiamento attivato da questo nuovo scenario. In particolare, tali considerazioni portano a ridefinire anche alcuni dei compiti del design dell’ambiente urbano; il mondo del *design* deve ade-

11 The Fun Theory, <<https://goodvertising.site/the-fun-theory/>>.

guare gli strumenti di cui si serve, al fine di progettare tali spazi considerando le complessità emergenti all'interno dei luoghi fruiti dal cittadino e legando questi strumenti a istanze sociali e a processi tecnologici contemporanei. Ezio Manzini (2015) ha parlato di "design for social innovation", riferendosi a strumenti, dispositivi e metodologie che, coinvolgendo attivamente diversi portatori di interesse, sono in grado, nel progettare soluzioni per la città, di trovare soluzioni articolate a problemi emergenti che tengano conto delle esigenze della persona, delle caratteristiche dell'ambiente e delle proprietà delle tecnologie; individuando così soluzioni che abbiano un impatto positivo in campo economico, sociale e ambientale. Inoltre, occorre definire nuove metodologie di progettazione che aiutino a trovare soluzioni che favoriscano i processi sociali che avvengono negli stessi spazi e attivati dagli elementi fisici della città, i quali attraverso l'impiego delle tecnologie digitali possono essere migliorati, facilitati, supportati. Lo *urban interaction design* rappresenta un campo di studi emergente che si focalizza su come le persone interagiscano all'interno di uno spazio urbano sempre più "ibrido", dove elementi digitali e fisici sono un tutt'uno. Scopo dello *urban interaction design* è quello di progettare prodotti interattivi per la città, principalmente caratterizzati dalle tecnologie, che mettano al centro i bisogni delle persone e della società, favorendone l'interazione, modificando il senso del vivere delle persone nella città stessa. Tali soluzioni devono, inoltre, tener conto dell'intera esperienza di vita degli individui, persone all'interno di spazi urbani sempre più complessi, creando una narritività che si ponga come modello generale della produzione del senso degli spazi urbani ibridi (Volli, 2017).

È essenziale sottolineare in conclusione come per tale ambito di ricerca sia di fondamentale importanza adottare un approccio multidisciplinare che porti all'ideazione di rinnovate soluzioni utili al riconoscimento, all'individuazione e alla definizione di diverse categorie di persone-fruitori. A tale scopo riteniamo sia proficuo far coesistere le competenze derivanti da ambiti di studio anche molto distanti tra di loro (come l'architettura, l'informatica, la sociologia, l'estetica del design etc.); si tratta di farli operare per mezzo di sistemi interattivi che si configurano come testi sincretici che, proprio per questo motivo, puntano a parlare a una moltitudine di utenti allo scopo principale, ma non unico, di potenziarne le capacità relazionali.

Bibliografia

Augé, Marc
1992 *Non-lieux*, Paris, Seuil.

Benyon, David
2014 "Spaces of interaction, places for experience", in Carrol J.M., *Synthesis lectures in human-centered informatics*, San Rafael, Morgan&Claypool Publishers.

Benveniste, Émile
1970 *Deux modèles linguistique de la cité*, Paris, Mouton & Co.

- Casetti, Francesco
2015 *La galassia Lumière. Sette parole chiave per il cinema che viene*, Milano, Bompiani.
- Cavicchioli, Sandra
1996 *Spazialità e semiotica: percorsi per una mappa*, "Versus", 73-74, pp. 3-43.
- De Certeau, Michel
1990 *L'invention du quotidien. Arts du faire*, Paris, Gallimard.
- Dusi, Nicola
2015 *Contromisure. Trasposizioni e intermedialità*, Milano-Udine, Mimesis.
- Eco, Umberto
1979 *Lector in fabula*, Milano, Bompiani.
- Fabbri, Paolo; Marrone Gianfranco
2001 *Semiotica in nuce*, vol. 2, Roma, Meltemi.
- Ferraro, Guido
2014 "Dopo la multimedialità", in Pezzini I. e Spaziantè L. (a cura di), *Corpi mediiali. Semiotica e contemporaneità*, Pisa, Edizioni ETS, pp. 41-63.
- Floch, Jean Marie
1990 *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, PUF.
- Fontanille, Jacques
1993 "Le schéma des passions", *Protée*, XXI, 1.
- Giannitrapani, Alice
2013 *Introduzione alla semiotica dello spazio*, Roma, Carocci.
- Greimas, Algirdas; Fontanille, Jacques
1991 *Sémiotique des passions*, Paris, Seuil.
- Hall, Edward
1966 *The Hidden Dimension*, New York, Doubleday & Co. Inc.
- Mangano, Dario
2009 *Semiotica e design*, Roma, Carocci.
- Manzini, Ezio
2015 *Design, when everybody design. An introduction to design for social innovation*, Cambridge, MIT Press.
- Marrone, Gianfranco
2001 *Corpi sociali*, Torino, Einaudi.
- Perec, Georges
1974 *Espèces d'espaces*, Paris, Galilée.
- Petho Agnes
2011 *Cinema and intermediality: the passion for the in-between*, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars.
- Rastier, François
2001 "L'action et le sens pour une sémiotique des cultures", in *Journal des anthropologues*, 85-86, pp. 183-219.

Urban IxD

2014 *The Urban IxD Manifesto. Interaction design in the networked city*: <https://issuu.com/urbanixd/docs/urbanixd_manifesto>.

Volli, Ugo

2017 “La svolta narrativa della semiotica”, in Ferraro G., Santangelo A. (a cura di), *Narrazione e realtà. Il senso degli eventi*, Roma, Aracne, pp. 225-235.

Zilberberg, Claude

1993 “Seuils, limites, valeurs”, in *On the Borderlines of Semiotics*, «Acta SemioticaFennica II», Imatra, Oylä-Vuoksi, 341-360.

Giovanni Curtis è dottore di ricerca in Cinema e le sue interrelazioni con le altre arti (Università degli Studi Roma Tre). Ha insegnato in istituti universitari pubblici e privati. È docente MIUR-AFAM di Estetica e, presso gli ISIA Design di Pescara e Roma, di Semiotica e di Storia e Cultura della Comunicazione. Scrive per riviste e quotidiani, oltre che saggi dedicati alla fotografia, alla cultura visuale e ai mass media. È componente di comitati scientifici tra i quali il CIIRMEC, Centro Interuniversitario Internazionale di Ricerche per la Metodologia Ermeneutica della Complessità. Tra le sue ultime pubblicazioni: *Davanti a una fotografia. Immagini, metodi d'analisi, interpretazioni* (Bonanno 2019), curato insieme a G.D. Fragapane, *Il senso obliquo dell'immagine* (Arte e scienza 2018).

Antonio Opromolla è docente di Semiotics and Visual Communication e co-docente di Interaction Design presso Link Campus University. È dottore accademico di ricerca in Interaction Design e partecipa a progetti di ricerca europei e nazionali sulle tematiche del *civic engagement* e dell'*open government*, con l'obiettivo di creare città e territori che incontrino bisogni e necessità delle persone, applicando gli strumenti propri del *design thinking* e dello *urban interaction design*. È valutatore di progetti europei nell'ambito del Programma Quadro Horizon 2020 ed è membro dell'Associazione Italiana Studi Semiotici e dell'Associazione Italiana di Sociologia.

Visori e galline nel Web of Beings Second Livestock fra goliardia, semiologia e filosofia

Bruno Surace

Università di Torino

b.surace@unito.it

Abstract

Second Livestock è la pionieristica invenzione di Austin Stewart, della Iowa State University. Si tratta di un visore per galline, connesso a una cabina isolante, che introdurrebbe queste ultime in un mondo virtuale decisamente migliore rispetto a quello in cui sono costrette negli allevamenti intensivi. Di tale invenzione non esistono che tracce raffazzonate – immagini, testi, un video introduttivo – in un sito web dedicato, e tutto lascia pensare che si tratti di uno scherzo, o più precisamente di un esercizio artistico volto a polemizzare sulle condizioni del pollame di allevamento. In questo saggio tuttavia trattiamo Second Livestock volutamente come un prototipo realistico, indagando le specificità dell’animal-centered-design e le relative contraddittorietà di tale paradigma. Second Livestock viene analizzato a partire da ciò che del progetto ci è dato in misura testuale, e nel contempo l’analisi semiotica è affiancata da tutte le problematiche filosofiche ed etiche che ne scaturiscono. L’analisi ci può dire molte cose sullo stato attuale del dibattito sulla condizione animale, sul rapporto fra tecnologia e ideologia, sullo statuto e l’immaginario connessi ai geo-media. Il risultato è un nuovo paradigma di lettura dell’attuale società mediale, che non è più quello esclusivo del *web of things*, ma che ribattezziamo, alla luce delle osservazioni condotte, *web of beings*.

Parole chiave

Second Livestock, Virtual Reality, Semiotica dei media, Web of Beings, animal centered design

Abstract

Visors and chickens in the Web of Beings Second Livestock between goliards, semiotics and philosophy – Second Livestock is the pioneering invention of Austin Stewart, of Iowa State University. It is a viewer for hens, connected to an insulating cabin, which would introduce the latter into a decidedly better virtual world than the one in which they are forced on intensive farms. Of this invention there are only botched traces - images, texts, an introductory video - in a dedicated website, and everything suggests that it is a joke, or more precisely an artistic exercise aimed at polemizing the conditions of farmed poultry. In this essay however we treat Second Livestock deliberately as a realistic prototype, investigating the specificities of animal-centered-design and the relative contradictions of this paradigm. Second Livestock is analyzed starting from what the project is given to us in textual terms, and at the same time the semiotic analysis is flanked by all the philosophical and ethical problems that arise. The analysis can tell us many things about the current state of the debate on the animal condition, the relationship between technology and ideology, the status and the imagery connected to the geo-media. The result is a new paradigm of reading of the current media society, which is no longer the exclusive one of the web of things, but which we rename, in the light of the observations made, web of beings.

Key Words

Second Livestock, Virtual Reality, Media Semiotics, Web of Beings, animal centered design

Sommario

1. Solo uno scherzo?
 2. Il sito
 3. Realtà virtuale fra antropomorfismo e antropomorfizzazione
 4. New media, animali, schermi e libertà
 5. Cyberpunk chicken
 6. Conclusioni: dal web of things al web of beings
- Bibliografia

1. Solo uno scherzo?

Nel footer del curioso sito www.secondlivestock.com è segnalato “Copyright 2012”. Si tratta di una data lontana, stando alla velocità di mutamento della web culture. Il sito da allora pare del tutto trascurato, eppure periodicamente i suoi contenuti sono balzati alle cronache di internet.¹ Il progetto è peculiare: Second Livestock è il brand che sta dietro a visori – in stile *Oculus Rift*² – progettati esclusivamente per le galline. Di questi avveniristici dispositivi, tuttavia, non abbiamo che qualche immagine approssimativa, una serie di entusiastiche quanto generiche spiegazioni, e il video di una presentazione condotta dall’iniziatore del progetto, Austin Stewart del College of Design della Iowa State University,³ che introdurrebbe a un’eccitata, e mai inquadrata, platea (metonimia del mondo intero) la futuristica idea. Si tratta, sostanzialmente, e fino a prova contraria, di un ben congegnato scherzo.

Quel che di Second Livestock ci interessa qui non è tanto la sua immediata realizzabilità o l’intenzione che sta alla base della sua creazione, quanto la capacità di estendere e risemantizzare un paradigma sempre più sedimentato, quello dell’*animal-centered design*, più nello specifico dello *Animal-Computer-Interaction-Design*,⁴ verso l’orizzonte sempre più vicino della realtà virtuale.⁵ Più largamente il progetto ingenera una riflessione sullo statuto attuale (e forse esistenziale) dei geo-media. La società reticolare, quella popolata, secondo un’espressione grottesca, dai *millenials* è infatti, al contrario di quanto propugni la comune vulgata, votata a un movimento repentino e doppio. Da un lato vi è il progressivo miglioramento delle tecnologie come dato ormai di fatto, irrefrenabile e teso verso l’infinito (pensarci da qui a cinquanta anni pertanto ci richiede un’immane sforzo immaginativo, ed è succulenta la tentazione di affermare che a un certo punto bisognerà rallentare, se non fosse per mancanza di risorse almeno per mancanza di idee). Dall’altro, questo il dato meno riconosciuto, vi è un parallelo – non diremmo conseguente, onde evitare l’accusa di determinismo – mutare di grandi movimenti ideali e/o ideologici, che proprio attraverso tali tecnologie circolano come sistemi di valori.

1 Alcuni esempi dalla sezione “Press” del sito web comprendono testate come *Economist*, *Huffington Post*, *Independent*.

2 L’Oculus Rift, finanziato in fase di sviluppo da una campagna di crowdfunding Kickstarter, è attualmente uno dei visori per realtà virtuale più diffusi sul mercato.

3 Il progetto Second Livestock è segnalato anche sul profilo di Austin Stewart sul sito della Iowa State University e sul suo sito ufficiale www.theaustinstewart.com, dove peraltro si evince l’intento artistico dell’autore.

4 Sul tema si tengono anche conferenze annuali, organizzate da Ilyena Hirskyj-Douglas, ricercatrice alla University of Central Lancashire a Preston. Sito di riferimento è <<https://www.uclan.ac.uk>>.

5 Per un approccio semiotico alla realtà virtuale cfr. Belanger (2009) e Barricelli et al. (2016).

Second Livestock ha il pregio di intercettare vigorosamente entrambi questi movimenti, proponendosi come tecnologia assolutamente innovativa e al contempo investendo di petto alcune fra le più potenti assiologie che oggi pervadono la nostra quotidianità, e cioè quelle relative ai diritti, o più generalmente alle condizioni, degli animali.⁶

I motivi per i quali la provocazione intrinseca di Second Livestock non sia fino a oggi stata accolta da semiotici, mediologi, sociologi e così via, rimangono parzialmente arcani (eppure è vero che nella polla indistinta del web è spesso difficile raccapezzarsi, e che molto rimane cristallizzato in zone grigie e periferiche), tuttavia risulta evidente, stanti le premesse finora mosse, quanto possa essere fruttifero riflettervi in sede semiotica e più ampiamente filosofica.

2. Il sito

Il sito di Second Livestock si presenta come una pagina informativa collegata a schede relative ai punti di forza del progetto. Il logo e il banner nell'header costituiscono un chiaro rimando al famoso brand *Second Life*,⁷ uno dei primi mondi virtuali di internet (sulla scia dei MMORPG, cioè *Massive(ly) Multiplayer Online Role-Playing Games*), online sin dal 2003. Il logo di Second Life, una sorta di crasi visiva fra un occhio e una mano, è integrato da un becco laterale capace di risemantizzarne potentemente il contenuto. Quelle che prima erano le dita di una mano ora sono una cresta, quello che prima era un occhio umano visto frontalmente diventa l'occhio del profilo di una gallina. Il lettering e le componenti plastiche in generale sono inalterati, a corroborare il gioco di assonanza verbale, da Second Life, "seconda vita", si passa a Second Livestock, "secondo bestiame", e cioè un secondo – nuovo – modo di concepire il bestiame. Ma non solo, il design del contenuto fa in modo che la risemantizzazione sia totale, eppure non ribalti il significato del messaggio di partenza, ma ne preservi l'assiologia. Il "secondo bestiame" di Second Livestock è infatti un bestiame che vive una "seconda vita" anche nel senso di Second Life, una vita parallela, ottenuta grazie alla tecnologia. Così anche il logo muta nella denotazione ma preserva la connotazione.

Subito sotto sono visibili, incolonnate, sei sezioni cliccabili (Virtual Free Range™, Animal-Centered Design, An Agricultural Revolution, Ecologically Sound, New Distribution Model, Profound Innovation), le quali rimandano a pagine informative che in realtà non fanno che confermare l'ipotesi che il progetto sia perlopiù goliardico, sia per via delle immagini grezze e inverosimili proposte, sia per il riferimento a studi condotti e pareri di esperti dei quali non si trova traccia bibliografica. Infine, il footer presenta le classiche sezioni Contact, Site Admin, Events, Presentations, Press, Teaser. Anche in questo caso i dati a nostra disposizione confermano l'intenzione sardonica: i numeri di telefono proposti sono 888.555.5555 e 888.555.6666, l'unico evento schedato è datato 24-28 aprile 2014, in un'anonima location nell'Iowa, la sezione Press linka tutta una serie di fonti online che hanno dato risalto al progetto

6 Nel merito cfr. Marrone (2017).

7 Per un inquadramento teorico di *Second Life* cfr. Gerosa (2007).



Figura 1. I loghi di Second Life e Second Livestock.

semplicemente riferendone a partire dal sito, infine il video di presentazione è montato con l'unica presenza di Austin Stewart il quale entra in un'aula universitaria accolto da un applauso chiaramente montato in post-produzione e si rivolge a un pubblico mai inquadrato (l'unico montaggio è con le slides e fra due riprese dello stesso Stewart, da destra e da sinistra) esplicando con fare quasi-messianico il progetto senza aggiungere alcun dato rispetto a quelli che si evincono dal sito.

L'asset valoriale di fondo, sul quale è costruita tutta la comunicazione, ha a che fare con la condizione del pollame d'allevamento, allevabile in "free range" virtualmente con un conseguente incremento di profitti sia in termini di felicità dell'animale, che in termini di risparmio energetico, che in termini di valore economico. La vicenda, nella sua manifesta ironia, è relevantissima.

3. Realtà virtuale fra antropocentrismo e antropomorfizzazione

Fra le cose che si danno per scontate quando si parla, sempre più spesso, di realtà virtuale (da qui in avanti VR), c'è il suo essere progettata aprioristicamente per il soggetto umano: "The experience of immersive virtual reality (VR) can be considered as a communication process between *human beings*" (Barricelli, Gadia, Rizzi e Marini 2016: 879; corsivo aggiunto). Di forme più o meno riuscite di VR ve ne sono molte,⁸ ma oggi per comodità d'analisi ci concentreremo su una delle più diffuse, basata sulla presenza di un visore

8 Un esempio sono le cosiddette *cave* (grotte, caverne), presentate per la prima volta nel 1992. Il sistema è basato su una piccola stanza ove ogni parete, ivi compresi soffitto e pavimento, sia costituita da uno schermo con proiezioni ambientali, che teoricamente dovrebbe "avvolgere" l'utente in un mondo virtuale (con l'ausilio di suono surround). Per approfondimenti e altri esempi cfr. Taddeo (2007).

connesso a qualche forma di proiezione audio/video che consente una esperienza di immersività totale del soggetto coinvolto. Non c'è bisogno di scomodare il concetto di *affordance* o grandi trattazioni di semiotica del design per rendersi conto del sostanziale antropocentrismo che sottende questo tipo di oggetti: essi sono a misura di testa umana, e settati visivamente sulle specificità oculari della suddetta (pensati per due occhi, a una certa distanza, con un certo tipo di retina). La base dunque è un settaggio biologico e cognitivo basato su un pregiudizio antropocentrico, cioè il piazzamento dell'umano al centro dell'intero sistema.⁹ L'uso poi è certamente ludico, ma non solo, giacché in un contesto di VR è possibile – o sarà presto sul mercato comune – progettare oggetti e ambienti, creare opere d'arte, ed effettuare simulazioni fra le più varie (ad esempio esercitazioni di chirurgia, corsi di autodifesa, forme di fisioterapia). Il visore dunque è a tutti gli effetti un geo-medium, un po' particolare rispetto allo smartphone con le sue ormai consolidate capacità di geo-tagging. Se è vero, come sostiene Montanari, che “nella nostra cultura, ad essersi trasformata è la percezione e definizione dello stesso spazio” (2016: 162), tale percezione e definizione muta in base a due fattori. Il primo, cosa abbastanza intuitiva, è il tipo di device. *Se lo smartphone dà se stesso, e quindi l'utente di cui è mcluhianamente protesi o estensione, a una determinata geografia, il visore in VR dà una geografia all'utente*. Il secondo, cosa meno intuitiva, è il tipo di utente, e con tipo intendiamo qui anche la specie a cui appartiene.

Ecco dunque che Second Livestock sposta la prospettiva, proponendo invece un simpatico visore adatto allo specifico di polli e galline; dona una geografia customizzata al pollame. L'apparecchio, stante le pochissime (e quasi sicuramente false) fonti visive che abbiamo a disposizione, si presenta come una sorta di doppio cono, una specie di clessidra che si adatta perfettamente agli occhi laterali della gallina, con un microfono che si diparte dalla struttura per andare a posizionarsi davanti al becco. Infine, ed è fondamentale a tutto l'apparato, un tapis roulant omni-direzionale darebbe la possibilità all'animale di muoversi in tutte le direzioni, correre, razzolare, starnazzare, in condizioni atmosferiche suggeritegli dalla vitrea cabina in cui è inserito. Il pollo può così *sentirsi* immerso in un mondo costruito a sua misura (ecco la geografia che si dà all'utente, e non viceversa) e anche, volendo, “comunicare” (questa parola utilizza durante la sua presentazione Austin Stewart) con i suoi simili connessi. Così come dimostrano sempre di più etologia e zoosemiotica infatti gli animali non solo comunicano, ma addirittura stabiliscono qualcosa che potremmo chiamare cultura sulla base delle loro comunicazioni.¹⁰

Il risultato teoretico che deriviamo dunque da Second Livestock è un cedimento dell'antropocentrismo, ma anche un rin vigorirsi dell'antropomorfismo, e cioè il perpetrarsi della logica dominante che umanizza gli animali in forza di una qualche presunta forma di rispetto. Sul piano discorsivo insomma l'operazione non è poi molto dissimile dal mettere il cappottino al proprio bar-

9 Il progetto di uno studio semiotico dell'antropocentrismo è attualmente perseguito, con risultati rilevanti, da Martinelli (cfr. ad esempio 2010, 302-326).

10 La bibliografia nel merito è sterminata. Si veda ad esempio Bonner (1980). Per uno studio recente in ottica semiotica cfr. Maran, Martinelli e Turovski (2011).

boncino, dal portare alle terme il proprio gatto, o dal propinare pedissequamente il mantra del “gli manca *solo* la parola” riferito all’animale domestico di turno. Nondimeno va rilevato come le pratiche citate, che pullulano sempre grazie a un certo intercettarsi di tecnologie e ideologie (in altre parole: i social media), si discostino da Second Livestock proprio perché quest’ultimo in qualche modo non si limita a perpetuare l’antropomorfismo, ma soprattutto lo fa in ragione di un preciso statuto etico.



Figura 2. Il visore Second Livestock in alcune delle poche immagini disponibili.¹¹

La condizione del pollame di allevamento è infatti tendenzialmente esiziale. Sebbene usualmente e mediaticamente si preferisca concentrarsi sul trattamento di bovini, suini od ovini, il trattamento riservato alle galline negli allevamenti intensivi non ha nulla da invidiare in termini di crudeltà perpetrata. Anche in paesi attenti alle proprie carni, come l’Irlanda ove mucche e pecore circolano libere in grandi distese erbose, la carne di pollo è prodotta in regimi crudeli ove migliaia di galline sono ammassate senza possibilità di movimento, vessate dalle infezioni derivanti da igiene scarsa o nulla, nutrite a forza e spesso imbottite di antibiotici. Second Livestock è la proposta di un cambio di prospettiva in maniera tale da abbracciare un orizzonte etico, che necessita di essere esplorata: la gallina sarebbe dotata di una personale cabina e lì la sua vita reale sarebbe sostituita giorno e notte con una vita virtuale, dove essa possa percepirsi libera, ed essere felice fino alla macellazione. Il problema bio- e semio- etico è se la gallina tuttavia *sia* da considerarsi libera, quando costretta in realtà nella sua sorta di vasca di vetro, cervello di memoria putnamiana,¹² criogenia à *la Matrix* (Larry e Andy Wachowski 1999), o come dir si voglia. Su tale problema si è lungamente riflettuto in sede autenticamente umanistica,¹³ eppure la sua estensione al dominio animale ci pare del tutto inesplorata.

11 Il copyright di queste immagini come delle altre inserite nel saggio (ad eccezione del logo di Second Life) dovrebbe essere lo stesso del sito <<https://www.secondlivestock.com>>. Sono adoperate in questa sede a solo scopo illustrativo e scientifico.

12 Cfr. Putnam (1981).

13 Impossibile qui stilare una bibliografia esaustiva, essendo il tema della “definizione del reale” centrale in tutta la filosofia occidentale da secoli ad oggi.

4. New media, animali, schermi e libertà

La semiosi scaturente da Second Livestock non è dunque del tutto inedita, e si riallaccia a una precisa voga antropomorfizzante, che è poi la stessa alla base di dispositivi come la webcam per animali domestici utile ai suddetti per vedere il padrone quando è fuori casa. La presunzione di fondo è che certi meccanismi percettivi e propriocettivi, e con essi un'intera timia, tutte condizioni fondamentali nell'*Interaction e User Experience Design* alla base dei dispositivi digitali, ancor più se wearable, siano condivisi fra animali e umani (o, per utilizzare una terminologia in adozione, fra animali non umani e animali umani¹⁴). Tale assunto del senso comune si fonda e sedimenta proprio con lo spopolare nei social media di una certa retorica che interpola l'apparato sentimentale umano e quello animale a partire da testi come quello, *unus pro omnibus*, del leone che vede il suo "padrone" dopo molti anni e sembra abbracciarlo.¹⁵ Tutta la semantizzazione dei vari video relativi a questo episodio è tesa a dimostrare che di fatto lo "abbracci", quantunque tale atto e l'intera carica valoriale e patemica che comporterebbe sia *de facto* invenzione umana, pur con qualche incidenza naturale (è indubbio che certi mammiferi siano istintivamente votati al contatto con altri mammiferi). Ciò che qui più ci interessa è però indagare sulla grande contraddittorietà insita in Second Livestock, che da un lato si pone eticamente come dispositivo di forte rilevanza, e dall'altro presume che il rapporto fra una gallina e uno schermo o una schermatura ottenuti per isolamento sensoriale, possa emulare quello umano.¹⁶ L'esperienza comune dimostra come fra animali e schermi sussista un rapporto percettivo-semiotico del tutto alterato rispetto a quello umano. Molti animali sembrano ignorare totalmente gli schermi e le rappresentazioni che li abitano, alcuni altri possono confondere gli schermi come "finestre sul mondo" (come il gattino che con la zampa cerca di prendere il pesce nel televisore), ma è caso più raro. Stesso dicasi per la musica e i rumori: definire il modo in cui un animale percepisce la musica è operazione assai complessa, se non sul piano biologico certamente su quello cognitivo (ciò vale in parte anche per l'uomo, sulla cui semiotizzazione del musicale aleggia un velo misterioso). La domanda se i cani o i gatti riconoscano i propri padroni su uno smartphone o uno schermo televisivo è diventata oggetto d'analisi recentemente, proprio con il diffondersi massivo delle tecnologie mobili in grado di replicare immagini in maniera accurata. Nicholas Dodman, della Tufts University e di DogTV – una televi-

14 Cfr. Pocar (1998).

15 Una delle tante versioni online qui:
<https://www.youtube.com/watch?v=cu_7jaJV2DE>.

16 Non ci addentreremo qui sulla questione relativa alla giustezza o meno della nutrizione a base animale da parte degli umani, ma tratteremo il terreno culturale che vi soggiace per quello che è oggi: un luogo fatto di scelte che, allo stato attuale, si basa sulla convivenza di persone che mangiano carne e prodotti alimentari a base animale e persone che scelgono di non farlo. È indubbio, comunque, che uno degli obiettivi di Second Livestock sia proprio quello di far riflettere su questa convivenza "scomoda" e sempre più tesa.

sione disegnata per i cani, nonostante pare che questi abbiano una soglia di attenzione minima e preferiscano spendere buona parte del loro tempo guardando nel nulla¹⁷ – sostiene che alle volte i cani vedendo immagini dei propri padroni sullo schermo televisivo possano aggirare l’oggetto per cercarli. Tale percezione potrebbe essere dovuta alla grandezza dello schermo, e pertanto potrebbe non verificarsi con schermi più piccoli come quelli di tablet e smartphone. Ron Levi, sempre da DogTV, sostiene che è una questione del tutto soggettiva, e che la rispondenza dipende dal cane, il quale è strutturalmente improntato su una riconoscibilità del mondo del tutto differente rispetto a quella umana. È ad esempio ormai dimostrato come nel naso di un cane risiedano oltre 220 milioni di recettori olfattivi, al contrario dei 5 milioni umani.¹⁸ Semplicemente (per modo di dire): l’uomo è un animale oculocentrico, il cane no. Dietro tale differenza risiede una quantità di *ineffabile*, uno scarto linguistico o addirittura pre-linguistico, di cui la società dei new media – anche dei geo-media, ad oggi a preponderanza visiva, nonostante alcune deviazioni da questo percorso – sembra dimenticarsi, e che nondimeno molto difficilmente si può convogliare in un oggetto, specie se questo è di derivazione umana sul lato design.

Emergono così due componenti forti: da un lato una struttura percettiva diversa (pensiamo ancora alla visione dicromatica dei cani rispetto a quella tricromatica degli umani), e quindi una sensibilmente diversa strutturazione dei tipi cognitivi; dall’altro una dose di soggettività. Se questo vale per i cani, i quali come sappiamo si suddividono poi in centinaia di razze con diverse specificità psico-fisiche, allora vale anche per ogni altra forma animale sul pianeta, ivi incluse le galline. Ne consegue l’immane problematica soggiacente a Second Livestock che adatta un dispositivo human-centered ai polli quando invece dovrebbe costruirsi su un cambio di paradigma. L’idea che l’animal-centered design derivi da quello human-centered non è altro che, infatti, l’ennesima conseguenza di un’imperante antropomorfismo, che intacca, almeno in termini di immaginario, anche l’orizzonte dei geo-media.

5. Cyberpunk chicken

Al di là dell’ineludibile problema sul lato della progettazione, è necessario soffermarsi sul tessuto etico soggiacente a Second Livestock, per poi capire cosa possa dirci di più sull’assetto mediale contemporaneo e la sua ricezione. Robert May in *The Fragile Environment* riferisce di uno studio della Oxford University dedicato alla “motivazione delle galline” nel deporre uova:

In Gran Bretagna, oltre il 90% delle galline che producono uova sono tenute in gabbie (non mi sto riferendo alle galline allevate per poi essere mangiate: queste non sono tenute in gabbia). Le galline stanno su pavimenti fatti di reti metalliche e non hanno la possibilità di appollaiarsi, di razzolare o rotolare nella polvere. Non hanno nidi dove

¹⁷ <<http://theconversation.com/heres-what-dogs-see-when-they-watch-television-65000>>.

¹⁸ <<http://news.nationalgeographic.com/2015/05/150530-dogs-animals-psychology-technology-science/>>.

posare le loro uova e i pavimenti metallici sono in pendenza in modo che non appena le galline lasciano cadere le uova esse rotolano in avanti e possono essere raccolte automaticamente.

Potremmo chiederci se le galline siano fortemente motivate a svolgere attività quali il razzolare e rotolare nella polvere, attività che esse certamente non possono eseguire in queste gabbie. La risposta è che esse certamente non moriranno in conseguenza di ciò e quindi chiaramente la mancanza di polvere su cui rotolare non rientra nella stessa categoria estrema della mancanza di cibo o acqua. Tuttavia, come ho affermato sopra, sebbene non sembri esserci alcuna minaccia alla salute degli animali, è possibile che essi soffrano nel senso di essere fortemente motivati. Certamente alcuni degli esperimenti sembrano evidenziare che esse sono in verità fortemente motivate a razzolare nella polvere.

Ad esempio alcuni esperimenti realizzati in Danimarca hanno dimostrato che se le galline sono tenute su pavimenti metallici senza l'opportunità di razzolare nella sabbia vera o nella segatura, esse cominciano a compiere l'azione a vuoto, sui nudi pavimenti di rete. Esse eseguono tutti i movimenti associati al razzolamento anche se non vi è alcuna traccia di polvere. [...] In Danimarca è stato dimostrato che uccelli privati dell'opportunità di razzolare nella sabbia o segatura [...] si sfogano in modo eccessivo non appena gli viene data la possibilità di rotolarsi nella segatura. [...] Un terzo tipo di esperimento è stato quello di dare alle galline la possibilità di scegliere tra gabbie con diversi tipi di pavimenti. Le galline mostrano una netta preferenza per un pavimento ricoperto di segatura rispetto ad uno di filo metallico. Se gli viene data la possibilità di scegliere tra due gabbie della stessa grandezza, le galline scelgono quella con segatura sul pavimento. Esse scelgono quest'ultima persino se la gabbia con pavimento metallico è quattro volte più grande. Anche se la gabbia con segatura è talmente piccola che non possono neanche voltarsi una volta entrate, esse continuano a preferirla ad una gabbia con pavimento metallico anche otto volte più grande. Né è rilevante ciò a cui le galline sono state abituate durante l'allevamento. Galline allevate per tutta la vita su pavimenti metallici hanno esattamente la stessa forte preferenza per lo strame delle galline allevate sulla segatura. (May 1991: 72-73)

Questo lungo stralcio sprigiona un'immensa ricchezza in termini semiotici, utile all'analisi che stiamo conducendo. Esso si riferisce alle galline allevate per uova, sardonicamente sancendo che il loro trattamento sia già di per sé ben migliore rispetto a quello destinato alle galline da carne. Tuttavia possiamo presumere che le galline, non sapendo a quale programma narrativo sottostiano (se siano cioè oggetti di valore in quanto tali o se tali siano le loro uova), si comportino tutte in maniera simile. Esse prediligono, fortemente, un certo tipo di ambiente in cui vivere, e la mancanza di questo influisce sulla loro qualità esistenziale, su quella che May chiama "motivazione", e che potremmo addirittura arrivare a definire "felicità". Dire delle galline che esse hanno una motivazione cangiante significa definire, secondo la bipartizione proposta da Alberto Maria Cirese (1991), che esse non vivono solo una condizione di fabrilità, cioè di mera sussistenza fisiologica, ma anche una di segnicità, cioè di semiotizzazione della loro esperienza. L'orizzonte etico è di fatto riconducibile a questo punto, nel riconoscere all'animale una condizione di segnicità. Second Livestock si basa su tale assunto e, pertanto, vedendo

non riconosciuti i diritti associati alla segnicità, riformula i bisogni ambientali della gallina in termini virtuali. I problemi che sussistono tuttavia sono di due ordini. Il primo esula dai nostri obiettivi, e riguarda il fatto che, volente o nolente, la gallina continuerebbe a versare in condizioni di sfruttamento. Interrogarsi su tale questione significherebbe trasformare questo saggio in una riflessione di altro ordine (l'ordine primo e ultimo, per intenderci). Il secondo invece è più stimolante: Second Livestock perpetrerebbe un "inganno" nei confronti della gallina?

Il problema non è da poco, giacché rivela una sensibile differenza fra i visori umani e il prototipo per polli. Quelli umani sono concepiti come apparecchi temporanei, che consentono uno switch reversibile da e verso la realtà virtuale. "Realtà reale"¹⁹ e realtà virtuale funzionano dunque a intermittenza, si può passare dall'una all'altra, e la scelta è affidata all'utente. Tale forma di controllo, va ricordato, è subordinata al poter controllare il geo-medium. L'immaginario in stile *eXistenZ* (David Cronenberg 1999) per cui realtà e "finzione" si mescolino a tal punto da diventare inestricabili è quindi per ora lontano. Al contrario Second Livestock accavalla le due realtà, e fa sì che la seconda prevarichi la prima. La gallina, una volta "dentro", dentro rimarrà, fino alla sua

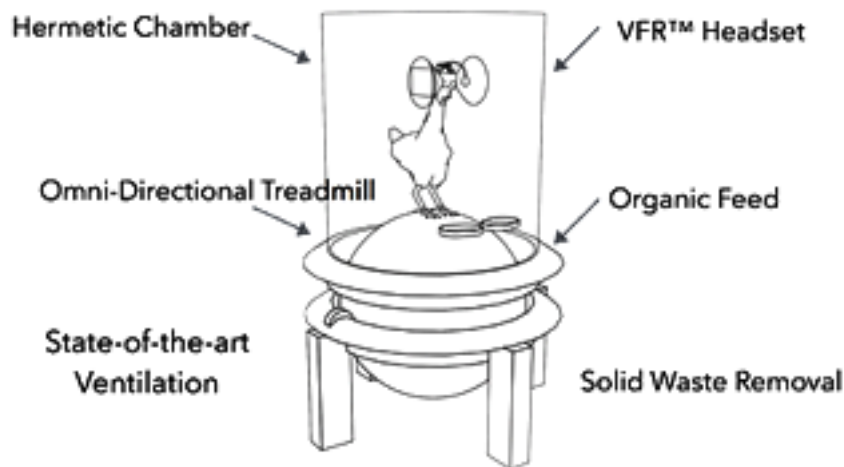


Figura 3. Una rappresentazione della cabina di Second Livestock.

fine (almeno così interpretiamo il criptico progetto).

Tuttavia, cos'è una realtà virtuale? Ci pare che il miglior modo per descriverla sia in termini semiotici. Una realtà virtuale è un ambiente interattivo costruito attraverso la giustapposizione di segni pensati *ad hoc* per l'utenza, al fine di immergere quest'ultima in un'esperienza in un Mondo finale (M_f) che

19 Il nostro discorso oppone reale e virtuale per comodità di analisi. Siamo consci di come tale dicotomia risulti oggi superata in favore di categorie più complesse. Il laborioso dibattito non viene inserito in questa sede poiché appesantirebbe la tesi senza apportare contributi sostanziali alla nostra fattispecie.

sia in grado, creando un'estesia *customizzata*, di sostituire il Mondo iniziale (M_1) in termini di sensorialità e narratività. Se quindi si tratta di un videogioco horror l'esperienza sarà disagiata e terrificante, tutto giocandosi in termini di *prise esthétique* (Greimas 1987), o *esthésique*, mentre se si tratta di un viaggio virtuale ai Caraibi o di un film porno interattivo,²⁰ il risultato allora potrebbe essere assai gradevole. Invero se si domandasse a un operaio se preferirebbe continuare a consumarsi le ossa in attesa di una lontana pensione oppure immergersi, coi propri famigliari, in una realtà caraibica per sempre, egli potrebbe certamente discettare su questioni relative alla libertà e al suo statuto ontologico, ma potrebbe anche non considerare la proposta come un velo di Maya, e spendere nel suo mondo condiviso il tempo che gli resta (Cypher che preferisce la gustosa bistecca, a proposito, pur sapendo che è finta, perché la "realtà vera" è comunque peggio). La gallina, dal canto suo, non può scegliere con la parola, e tuttavia gli esperimenti dimostrano che posta in condizioni di scelta ambientale preferisce infilarsi in spazi minuti ma adatti a lei anziché in luoghi che non le si confanno. Da questo punto di vista Second Livestock è una soluzione da tenere in considerazione, che garantirebbe alle galline una vita felice, come esplicitato più volte nel sito, condizione che i produttori dichiarano di voler convertire in valore, e quindi in profitto, all'atto di vendita. Queste le parole del sito: "Animals do not experience the world quite like humans and what may be important features for a human in a virtual environment may be inconsequential or perhaps even threatening for another species. We have consulted with experts [Ovviamente non vi è alcuna fonte segnalata] who understand what the optimal virtual environment would look like for each animal and have tailored our environments to allow our birds to have a fulfilling existence".

6. Conclusioni: dal web of things al web of beings

La dissertazione fin qui condotta su Second Livestock ci dà conferma del suo essere sostanzialmente un'operazione provocatoria, che inquadriamo nel regime di vera e propria installazione, se non performance, artistica e digitale, resa possibile dai nuovi modelli di circolazione del senso nei new media. Si potrebbe addirittura parlare di un'evoluzione della *net art*,²¹ che abbandona una certa autoreferenzialità, il suo riferirsi a internet da internet, il suo costante – sia formale che contenutistico – rimando a una natività digitale, per darsi al mondo del *web of things*, se non addirittura alla nuova frontiera odierna, che ci permettiamo di battezzare come *web of beings*. Il nostro aver preso sul serio sin qui il progetto Second Livestock è stato dunque non solo l'adempimento alle *intentiones* primarie del testo – mirate a ingenerare effetti di sbigottimento, incredulità, e in seguito riflessione critica – ma anche il tentativo di dimostrare empiricamente alcune ipotesi. In prima istanza che il bacino di senso potenzialmente inespresso soggiacente a un contenuto online si può rivelare, al di là della vulgata comune, fecondo e rilevante dal punto di vista

20 Cfr. Lino (2015).

21 Cfr. Deseriis e Marano (2003).

teoretico.²² Ciò proprio perché tecnologia e ideologia sono manifestazioni, o meta- o sovra- strutture semiosiche intimamente interrelate, che viaggiano di pari passo in una compenetrazione continua (non una determinando l'altra, ma determinandosi l'un l'altra).

Parallelamente che la *spreadability* dei new media declina una nuova modalità della performance artistica, basata sulla potenzialità di circolazione del suo contenuto sia attraverso canali non ufficiali (comunità online, forum, etc), sia attraverso canali "ufficiali" (testate anche autorevoli, come l'Independent, hanno considerato Second Livestock "notiziabile"). Ciò, ovviamente, conferma il totale riassetto dell'identità delle testate giornalistiche classiche nel contesto della cosiddetta "trasformazione digitale" (Cardile, Mayer e Moder 2017).

E ancora che esiste un nesso potente, di cui la semiotica è da sempre consapevole e che tuttavia spesso viene ancora oggi ricusato, fra immaginari funzionali e costruzione sociosemiotica di dinamiche di senso nella realtà. La tendenza odierna a immaginare un futuro – e un presente – al limite dell'apocalittico è vigorosamente intrecciata con una certa sovrapproduzione di testi distopici; la lettura di Second Livestock come di una "Matrix per polli" rivela il funzionamento della installazione artistica, che mira proprio a cortocircuitare il lettore ponendolo in una situazione di multipla discrasia. Costui si trova a dover interpretare un testo che ha a che fare con finzione e realtà, ed è quindi già sottoposto a un considerevole sforzo ermeneutico, e per di più è incapace di distinguere se lo stesso testo, che si propone echianamente come narrativa naturale (1994), sia da inserirsi nel dominio di finzione o di realtà. In altre parole Second Livestock potrebbe essere un testo di finzione che racconta comunque scenari verosimili (così lo abbiamo letto noi), ma anche testo veritiero che racconta però scenari inverosimili (poiché magari irrealizzabili), o ancora un testo di finzione che racconta scenari inverosimili (da leggersi dunque come pura goliardia), o ancora un testo vero che racconta scenari verosimili (da intendersi come progetto universitario che attecchirà realmente). Distrarci fra queste possibilità inferenziali è assai complesso, ed è proprio nella mancanza di indizi rilevanti nel testo, nel suo essere necessariamente interconnesso con l'extradiegesi, causticamente deittico, che risiede lo statuto di performance artistica, non fine a se stessa.

Dall'altro lato si è rilevato come il viaggiare di pari passo di tecnologia e ideologia sia oggetto delicato, che sostanzia l'importanza della riflessione umanistica, e che con l'avvento dei wearable media e delle VR reifica una nuova "sfida per le competenze semiotiche" (Ferraro 2016: 5-13). Il paradigma nascente dell'Animal-Centered-Design rischia di rivelarsi spesso fallimentare se ancorato strutturalmente alle dominanti culturali diffuse pervasivamente proprio con la diffusione stessa dei social media. Il *topos* del "gattino" è,²³ infatti, secondo una iniziale archeologia dei media, certamente appannaggio di fumetti e cartoni animati Walt Disney, ma si consolida e muta profonda-

22 Al tema è dedicato il numero di *Lexia* sulla viralità, curato da Gabriele Marino e Mattia Thibault.

23 Cfr. Thibault e Marino (2018) sui gattini teneri e Surace (2018a) sui gattini inquietanti. Cfr. Surace (2017 e 2018b) sulla "cucciolosità" come elemento retorico di costruzione del consenso.

mente a partire dal “primo” Youtube e in seguito con la diffusione dei social networks. Il modo in cui i nostri “apparati etici” sono costruiti è dunque riflesso di una certa medialità e delle nostre maniere di approcciarvisi. Riflettere di geo-media oggi significa dover fare i conti con tutte le istanze qui riassunte, che sostanziano il sistema che abbiamo definito *web of beings*.

Bibliografia

- Barricelli, B.R. et al.
2016 “Semiotics of Virtual Reality as a Communication Process”, in *Behaviour & Information Technology*, Vol. 35, 2016(11), 879-896.
- Belanger, Wayne D.
2009 *A Semiotic Analysis of Virtual Reality*, Dissertazione Dottorale, Newport, Salve Regina University.
- Bonner, John T.
1980 *The Evolution of Culture in Animals*, Princeton, Princeton University Press.
- Cardile, Dario; Mayer, Giuseppe; Moder, Pepe
2017 *Trasformazione digitale. Strategie e strumenti per le PMI del futuro*, Milano, Egea.
- Cirese, Alberto Maria
1991 *Segnicità, fabrilità, procreazione: appunti etnoantropologici*, Roma, CISU.
- Deseriis, Marco; Marano, Giuseppe
2003 *NET.art. L'arte della connessione*, Milano, Shake edizioni.
- Eco, Umberto
1994 *Sei passeggiate nei boschi narrativi*, Milano, Bompiani.
- Ferraro, Guido
2016 “Dal web al mobile: nuove sfide per le competenze semiotiche”, in Guido Ferraro e Anna Maria Lorusso (a cura di), *Nuove Forme d'interazione: dal web al mobile*, Tricase (LE), Libellula, 5-13.
- Gerosa, Mario
2007 *Second Life*, Roma, Meltemi.
- Lino, Mirko
2015 “Porno nel virtuale. Wearable Media & Immersive Porn”, <www.doppiozero.com>.
- Maran, Timo; Martinelli, Dario; Turovski, Aleksei (a cura di)
2011 *Readings in Zoosemiotics*, Berlino-Boston, De Gruyter Mouton
- Marino, Gabriele; Thibault, Mattia (a cura di)
2017 *Lexia – Viralità*, Torino, Aracne.
- Marrone, Gianfranco (a cura di)
2017 *Zoosemiotica 2.0*, Palermo, Edizioni Museo Pasqualino.

Martinelli, Dario

2010 *A Critical Companion to Zoosemiotics. People, Paths, Ideas*, Londra-New York, Springer.

Montanari, Federico

2016 “Ancora un “turn”? La svolta *Locative* nei media e sue possibili implicazioni socio-semiotiche. Casi, esempi, e questioni”, in Guido Ferraro e Anna Maria Lorusso, a cura di, *Nuove Forme d'interazione: dal web al mobile*, Tricase (LE), Libellula, 159-171.

Pocar, Valerio

1998 *Gli animali non umani. Per una sociologia dei diritti*, Roma-Bari, Laterza.

Putnam, Hilary

1981 *Reason, Truth and History*, Cambridge, Cambridge University Press.

Surace, Bruno

2017 “Zoosemiotica dei Pokémon”, in Marrone (2017).

Surace, Bruno

2018 “Pokémon and the PETA – Viral Extremeness as a Semiotic Strategy”, in Eva Kimminich, Julius Erdmann e Amir Dizdarevi, a cura di, *Virality and Morphogenesis of Right Wing Internet Populism*, Frankfurt am Main, Peter Lang.

Surace, Bruno

2018 “Baby Simulacra. Semiotica dei cuccioli al cinema come incubatori di assiologie”, in Francesco Mangiapane, a cura di, *E|C – Cuccioli, pets e altre carinerie* (Rivista on-line dell’AISS – Associazione Italiana Studi Semiotici).

Taddeo, Gabriella

2007 *Ipercinema. L'immaginario cinematografico nell'era digitale*, Milano, Guerini scientifica.

Thibault, Mattia; Marino, Gabriele

2018 “*The True King of the Internet: gattini, gattari e gattese dalle periferie al centro del Web*”, in Francesco Mangiapane, a cura di, *E|C – Cuccioli, pets e altre carinerie* (Rivista on-line dell’AISS – Associazione Italiana Studi Semiotici).

Bruno Surace è PhD in Semiotica e Media presso l’Università di Torino. Ha all’attivo pubblicazioni peer-reviewed in riviste internazionali. Nel 2017 è stato Visiting Scholar presso lo University College Cork (Eire). Ha tenuto conferenze e seminari in Italia, Europa e Cina.

Interferenza omotopica e locational imaging noir

Una riflessione geocritica sugli spazi disturbanti nel cinema a partire da *Black Dahlia*

Giorgio Avezzi

Università Cattolica del Sacro Cuore

giorgio.avezzu@unicatt.it

Abstract

In questo articolo si propone una riflessione geocritica sul cinema a partire da *Black Dahlia* di Brian De Palma (2006), attraversando la tradizione del film noir e considerando la particolare relazione di questo genere con spazi e geografie “reali”. È affrontata nello specifico la questione della rappresentazione di Hollywood (e di Los Angeles) nei film (noir) hollywoodiani, allo scopo di verificare una differenza fondamentale, per quanto certo non l'unica, nella costruzione degli “spazi disturbanti” tra racconto cinematografico e racconto letterario. Mentre la geocritica letteraria solitamente ripete che simili spazi “interferenti” sono (de)costruiti seguendo strategie “eterotopiche”, il caso del film noir mostra come il cinema – un locative medium del tutto singolare – possa semmai praticare più efficacemente l'opposta strategia “omotopica”.

Parole chiave

Spazio, cinema, geografia, geocritica, Hollywood

Abstract

Homotopic interference and locational noir imaging. A geocritical reflection on disturbing spaces in cinema starting from Black Dahlia – This paper aims at offering a geocritical exploration of cinema starting from *The Black Dahlia* (Brian De Palma, 2006) and retracing the tradition of the noir film genre, taking into consideration the peculiar relations between this genre and “real” spaces and geographies. The question of Hollywood cinema representing Hollywood itself (and Los Angeles) will be considered in order to verify a fundamental difference between how “disturbing spaces” are constructed in cinema and in literature. While the geocritical approach to the study of literature usually maintains that similar “interfering” spaces are (de)constructed through “heterotopic” strategies, the case of noir film genre shows how cinema – a very singular locative medium – can effectively rely on “homotopic” strategies, instead.

Key words

Space, Film Studies, Geography, Geocritics, Hollywood

Sommario

1. *Black Dahlia* in Hollywoodland
2. Post-classicità, violazioni, e incremento della visibilità di Los Angeles
3. Consensi e interferenze spaziali
4. Hollywood, Bulgaria. *Stat Hollywood pristina nomine*

Bibliografia

In questo articolo propongo una riflessione geocritica sul cinema a partire da *The Black Dahlia* di Brian De Palma (2006), attraversando la tradizione del film noir e considerando la particolare relazione di questo genere con spazi e geografie “reali”. Affronterò nello specifico la questione della rappresentazione di Hollywood (e di Los Angeles) nei film (noir) hollywoodiani, ma non perché voglia riproporre un tema – l’autoriflessività – francamente oggi poco originale. L’obiettivo è piuttosto quello di verificare una differenza fondamentale, per quanto certo non l’unica, nella costruzione dello “spazio disturbante” tra racconto cinematografico e racconto letterario. Confronterò infatti “la rappresentazione hollywoodiana di Hollywood” con la tipologia delle strategie di costruzione di spazi disturbanti nella narrativa postmodernista proposta da Brian McHale (1987). È una tipologia che, concentrandosi appunto su questioni specificamente spaziali, ha suscitato la curiosità di chi si è occupato più recentemente degli aspetti geografici del racconto di finzione letterario, come Bertrand Westphal. Westphal (2009) riconosce a tali strategie di costruzione di spazi disturbanti il medesimo obiettivo, vale a dire quello di creare, nello spettatore, un effetto che chiama di «interferenza eterotopica». Vedremo però come il trasferimento delle categorie di McHale al racconto cinematografico non sia per nulla automatico, e come la letterale traduzione cinematografica di quelle strategie produca un effetto tutt’altro che disturbante. Perché il cinema, e quello classico hollywoodiano soprattutto, ha sempre sistematicamente prodotto per così dire *consenso eterotopico*, piuttosto che interferenza. Il che equivale anche a dire che se il cinema è effettivamente stato una sorta di particolare *locative medium* – «films are maps insofar as each medium can be defined as a form of what cartographers call locational imaging» (Conley 2007: 2; cfr. anche Roberts 2012 e Caquard 2009) – lo è stato però in modo del tutto singolare, optando di regola per una manipolazione del rapporto tra rappresentazione e referente geografico, che pure allo spettatore non doveva sembrare scandalosa. L’effetto spazialmente disturbante al cinema è stato semmai spesso prodotto – e il noir ha avuto un ruolo fondamentale in questo – seguendo strategie “omotopiche”.

1. Black Dahlia in Hollywoodland

Esiste un rapporto privilegiato e molto particolare tra il genere noir e la geografia californiana – quella losangelina e hollywoodiana nello specifico. Il film di De Palma, riconvocando negli anni Duemila la tradizione noir – seppure in un modo, come si vedrà, del tutto originale – può permettere di chiarire il significato autoriflessivo (post-classico) che la rappresentazione di Hollywood ha assunto in passato e continua ad assumere anche oggi in certo cinema “nero” contemporaneo (tra gli altri, sicuramente in diversi film lynchiani).

Black Dahlia, tratto dal romanzo omonimo (1987) di James Ellroy, è un film ambientato a Los Angeles, a Hollywood soprattutto, nella seconda metà

degli anni Quaranta. Al centro della vicenda è la vera storia dell'omicidio di Elizabeth Short, un'aspirante attrice cinematografica il cui cadavere fu trovato alla periferia della città nel gennaio del 1947 orrendamente mutilato, tranciato in due all'altezza dell'ombelico e svuotato del sangue e degli organi interni. La ragazza, all'epoca ventiduenne, venne soprannominata (solo dopo la morte) "Dalia Nera" con riferimento a *La dalia azzurra* (*The Blue Dahlia*, George Marshall, 1946), un film noir dell'anno precedente l'omicidio, sceneggiato da Raymond Chandler. Per l'omicidio di Elizabeth Short, che colpì enormemente l'opinione pubblica statunitense per la sua efferatezza, la polizia di Los Angeles non riuscì mai a trovare un colpevole. È una paradigmatica storia da *Hollywood Babilonia*.

Il film di De Palma, pur ispirandosi a quella storia vera, si prende molte libertà narrative, come d'altronde il romanzo di Ellroy. La storia si focalizza soprattutto sul rapporto tra i personaggi finzionali dei due poliziotti incaricati dell'indagine, entrambi ex pugili, e la ragazza di uno dei due. Non ultime, tra le libertà narrative dell'adattamento cinematografico rispetto alla storia vera, quelle di individuare il colpevole dell'omicidio e il luogo dove la ragazza sarebbe stata torturata. Viene introdotto, tra gli altri, il torbido personaggio di Emmett Linscott, un ricco speculatore edilizio, con tutta la sua inquietante famiglia. Linscott è una personalità importante di Los Angeles e ha costruito, si dice, metà Hollywood e Long Beach. Avrebbe costruito le case con legname marcio e vecchie scenografie cinematografiche – case evidentemente a rischio d'incendio. Viene detto che Linscott iniziò la carriera aiutando Mack Sennett, pioniere del cinema comico muto, a edificare un complesso edilizio sotto la grande insegna di Hollywood. Il luogo della tortura, scopre uno dei poliziotti, è proprio una casa abbandonata nella buia zona semideserta ai piedi delle colline di Hollywood. La grande scritta che incombe dalle colline, inaugurata nel '23 per pubblicizzare i terreni edilizi della zona, recita ancora "Hollywoodland" – "land" sarebbe infatti stato tolto solo nel '49, un paio d'anni dopo l'omicidio della Dalia Nera.

Linscott e la sua famiglia sono delle figure il cui scopo nel film è quello di rappresentare un'intersezione, quasi un cortocircuito, tra l'urbanistica hollywoodiana e il mito cinematografico di Hollywood, svelandone il marciame al contempo materiale (il legno marcio) e morale. La connessione tra l'aspetto morale e quello urbanistico è tematizzata nel film con una certa insistenza. Ad esempio, l'esecutrice materiale dell'omicidio della Dalia Nera, la signora Ramona Linscott, una persona affetta da un grave squilibrio psichico, era riuscita a ottenere che le fosse intitolata una strada, Ramona Boulevard, grazie all'intercessione del potente marito presso la commissione urbanistica. Non una delle vie migliori, però: una strada senza uscita nel quartiere a luci rosse, con le prostitute messicane alle finestre.¹

L'ambientazione hollywoodiana per un film hollywoodiano, la rappresentazione di personaggi a vario titolo vicini al mondo del cinema, l'inserimento di spezzoni cinematografici (*L'uomo che ride* di Paul Leni [*The Man Who*

1 Cfr. Aubron (2006: 30-31): «La thèse d'Ellroy est radicale: Hollywood émane d'un tas de fumier où macèrent magouilles immobilières, prostitution et pornographie, le cinéma n'étant que la cerise sur un gâteau d'immondices».

Laughs, 1928] e il porno amatoriale cui avrebbe partecipato Elizabeth prima di essere uccisa, oltre ai suoi provini) basterebbero a rendere più che evidente il carattere metacinematografico del film di De Palma. È una qualità che peraltro non sarebbe difficile ascrivere perfettamente alla poetica dell'autore. Lo scrive bene Christian Viviani su *Positif*:

Le Dahlia noir devient un “métafilm” subtil, où personnages et spectateurs ne se perdent pas tant dans le méandres d'une histoire que dans les trompe-l'œil d'une imagerie: le cinéma, dans le cinéma, au cinéma, sur le cinéma. (Viviani 2006: 37)

Si può aggiungere che anche i disorientanti «meandri della storia» cui accenna Viviani sono parte integrante dell'atmosfera noir classica, cioè rappresentano anch'essi un elemento metacinematografico, quasi cinefilo. Vale a dire che quella che secondo molti recensori sarebbe una delle debolezze maggiori di *Black Dahlia*, sicuramente da imputare anche a un poco felice adattamento del denso romanzo di Ellroy, è in realtà, in fondo, tipicamente noir: una trama ellittica, poco equilibrata, difficile da seguire, forse incongruente. Quasi che lo stile narrativo involuto del film di De Palma volesse alludere alle trame immancabilmente intricate di innumerevoli noir classici (trame la cui complessità rivaleggia con quella dei *puzzle film* contemporanei²).

Lo stesso soggetto morboso, poi, dimostra la persistenza di una passione per i casi irrisolti della cronaca nera del mondo della Hollywood degli anni d'oro, in bilico tra cinefilia e gusto per il gossip macabro. Si pensi a un paio di altri casi analoghi nella filmografia degli anni Duemila: *Hollywoodland* (Id., Allen Coulter, 2006), sul mistero della morte di George Reeves, e *Hollywood confidential* (*The Cat's Meow*, 2001), sull'insabbiamento dell'omicidio avvenuto sullo yacht di W. R. Hearst – un film di Peter Bogdanovich, autore che quanto a cinefilia e ad autoriflessività non ha nulla da invidiare a De Palma.

2. Post-classicità, violazioni, e incremento della visibilità di Los Angeles

Black Dahlia è dunque un film metacinematografico e iperrealista, un neo-noir che si pone come obiettivo, più che la fedele rappresentazione della Los Angeles della fine degli anni Quaranta, la ripresa di uno stile visuale e narrativo, quello dei film noir degli anni Quaranta e Cinquanta. L'iperrealismo consiste nell'esibizione di un ulteriore grado di mediazione nella rappresentazione cinematografica, e nel caso specifico sta per l'appunto nella convocazio-

2 Sull'aspetto della complessità e dell'opacità narrativa del film di De Palma insiste ad esempio Jean Douchet (2007: 65), che lo riconduce proprio, invece che alla traduzione noir, al recente successo del complex storytelling statunitense: «Vous avez forcément remarqué cette tendance du cinéma américain à rendre de plus en plus obscure, voir – employons le mot – imbitable une grande partie d'un film. C'est *Le Dahlia noir* qui tient pour l'instant le record; quasiment une heure et demie de perte dans la compréhension de l'histoire. Nous sommes loin d'un cinéma qui respecte les règles classiques de la narration dramatique, avec la scène d'exposition imposant d'afficher clairement tous les éléments – lieux, temps, décors, caractères, etc. – qu'allait travailler et développer l'intrigue».

ne della tradizione figurativa e narrativa del film noir all'interno di un nuovo film "noir" – le virgolette sono d'obbligo.³

Com'è noto, La Polla (1978: 163-187) riferiva la nozione di iperrealismo al cinema della New Hollywood, una stagione in cui lo stesso De Palma si è formato come regista. Tra i film più esemplari dell'iperrealismo citati da La Polla è il neo-noir *Marlowe, il poliziotto privato* (*Farewell, My Lovely*, Dick Richards, 1975): l'adattamento di un romanzo chandleriano già portato sullo schermo negli anni Quaranta, che figurativamente ha molto in comune con *Black Dahlia*.⁴ E il direttore della fotografia di *Black Dahlia* è Vilmos Zsigmond, già «eccezionale» (La Polla 1978: 171) direttore della fotografia proprio di un altro neo-noir iperrealista, *Il lungo addio* (*The Long Goodbye*, Robert Altman, 1973). Non sembra insomma illegittimo parlare di iperrealismo a proposito di un film riflessivo come quello che stiamo considerando, e d'altronde l'iperrealismo è certamente una caratteristica distintiva di un'arte giunta a un grado di autoriflessività postmodernista.

Tuttavia, e questo è un punto fondamentale dal momento che ci interessa dire qualcosa sugli spazi disturbanti della fiction (cinematografica) postmodernista, lo stesso noir "classico" può e forse deve essere considerato come un genere post-classico, già decenni prima di un neo-noir come quello in esame. Per inciso, si ricordi che il noir non è stato esattamente un genere "produttivo" degli studios, a differenza per esempio del western o del musical, ma è piuttosto un genere definito *a posteriori* dalla critica europea, in un'epoca di collasso del sistema produttivo americano classico (cfr. Gandini 2001: 11-29).

Il noir avrebbe sempre avuto un carattere anticonvenzionale rispetto al cinema classico, contenendo elementi di "violazione" non solo tematici ma anche stilistici. J.P. Telotte è molto esplicito nel ritrovare una correlazione tra questi due piani apparentemente lontani:

3 L'iperrealismo per La Polla è «l'unico punto di riferimento teorico della pratica cinematografica di alcune giovani leve di registi» della New Hollywood. Il tentativo dell'iperrealismo (nell'ambito delle arti figurative) è quello di creare immagini del reale tanto più false, innaturali e bidimensionali quanto più precise e fotorealistiche. L'oggetto preferito dell'iperrealismo (anche di quello cinematografico) è «l'ambiente urbano, i suoi colori, la sua innaturalità, la sua alienazione. [...] Strade, vetrine, automobili, grattacieli, insegne, affissi pubblicitari [...]» (ivi: 164). Il film paradigmatico dell'iperrealismo cinematografico americano è *L'ultimo spettacolo* (*The Last Picture Show*, 1971) di Peter Bogdanovich – è evidente che la «poetica dell'iperrealismo» è strettamente connessa a quella della «nostalgia».

4 Scrive La Polla (1978: 170-171): «[...] è uno dei massimi risultati raggiunti dalla pratica figurativa in quanto rimando teorico. Tipico detective film, *Marlowe* è l'esatta ricostruzione di una pellicola anni Quaranta filtrata attraverso l'occhio dei nostri anni. L'uso del colore nel film non costruisce una parete di resistenza alla credibilità dell'operazione, ma al contrario si pone a ideale esempio di come sarebbero state le luci e i colori di un film di quel tempo. [...] In questo film il paradosso dell'iperrealismo si svela in maniera schiacciante: la realtà del detective film d'un tempo viene ricreata attraverso le tecniche coloristiche permesse dal cinema contemporaneo e, proprio nel momento della massima aderenza agli stili fotografici del cinema classico, il film si mostra prodotto di estrema irrealtà [...]».

The film noir seems fundamentally *about* violations: vice, corruption, unrestrained desire, and, most fundamental of all, abrogation of the American dream's most basic promises – of hope, prosperity, and safety from persecution. [...] What we can quickly note [...] is that a similar ambiguity marks the film noir's relationship to the dominant style of its period, what we term classical film narrative. This conventional voice is characterized by a seemingly objective point of view, adherence to a cause-effect logic, use of goal-oriented characters to direct our attention and elicit our sympathies, and a progression toward narrative closure. In the noir family we find many films that seem by turns to contravene and to support these classical conventions. In fact, this form may be most remarkable not just for the subjects it addresses but for its efforts at finding an adequate voice for those subjects, as if the normal manner of film narrative had come to be perceived as unsuitable, inadequate, or, like the various structures of daily life it examines, even suspect. It is, after all, the film noir that, energized by some singular literary models of the pre- and postwar era, popularized the voice-over and flashback devices which implicitly challenge conventionally linear narratives, while it also developed the extended subjective camera sequence and brought into vogue a variety of documentary techniques that influenced our whole sense of film realism. (Telotte 1989: 2-3)

Insomma, i film noir – i noir propriamente detti, che le cronologie limitano solitamente al periodo che va dal '41 (*Il mistero del falco* [*The Maltese Falcon*, John Huston]) al '58 (*L'infernale Quinlan* [*Touch of Evil*, Orson Welles]) – avrebbero dimostrato una grande audacia narrativa, un carattere davvero sperimentale: in questo senso il genere potrebbe essere considerato come post-classico. Alla tematizzazione all'interno delle trame di «violazioni» morali d'ogni tipo corrisponderebbe una puntuale e ricorrente violazione stilistica delle convenzioni hollywoodiane.

Una di queste violazioni, suggerisce Telotte nella parte conclusiva del paragrafo citato, consiste nell'introduzione di una forte componente *realistica* o "documentaristica"⁵ (si ricordi che sono anche gli anni del neorealismo italiano, di cui qualcuno ritiene che il cinema noir sia, per certi aspetti, un equivalente d'oltreoceano). È proprio questo che ci permette di ritornare alla questione centrale della rappresentazione di Hollywood nel cinema (noir) hollywoodiano. Se è vero che Los Angeles era già stata filmata *on location* nelle comiche del muto di Keaton, Lloyd e Chaplin, e che Hollywood in seguito era stata rappresentata in film sullo *show business* come *Maschere di celuloide* (*Show People*, King Vidor, 1928), *È nata una stella* (*A Star Is Born*, George Cukor, 1937) e *Ho baciato una stella* (*Hollywood Canteen*, Delmer Daves, 1944), è proprio il noir a mettere in scena per la prima volta in modo sistematico gli esterni losangelini, spesso filmati dal vero tra Hollywood e Bunker Hill, in film come: *La fiamma del peccato* (*Double Indemnity*, Billy

5 Cfr. su questo anche Locatelli (2011: 125ss.), Fadda (a cura di, 2004), in particolare l'articolo del curatore. Sugli aspetti spaziali del noir, tra modernità e postmodernità, un'opera di riferimento è Dimendberg (2004). Un altro riferimento fondamentale, sugli spazi – i «cronotopi», non propriamente la geografia – del noir è Sobchack (1998). Cfr., sui rapporti tra spazio e tempo nel noir, anche Gandini (2001: 89-111). In particolare su Los Angeles nel noir e gli «spazi del perturbante» cfr. Marmo (2011).

Wilder, 1944), *L'ombra del passato* (*Murder, My Sweet*, Edward Dmytryk, 1944), *Detour – Deviazione per l'inferno* (*Detour*, Edgar G. Ulmer, 1945), *Il grande sonno* (*The Big Sleep*, Howard Hawks, 1946), *Doppio gioco* (*Criss Cross*, Robert Siodmak, 1949), *Un bacio e una pistola* (*Kiss me Deadly*, Robert Aldrich, 1955), *La strada della rapina*, (*Plunder Road*, Hubert Cornfield, 1957).

Mark Shiel (2010), in *A Regional Geography of Film Noir*, nota come la letteratura sul film noir manchi di dedicare una reale attenzione alle specifiche città e alle strade che vi sono rappresentate. Di solito viene invece privilegiato un discorso più vago sul carattere urbano del genere, inteso in senso indifferenziato, e vengono più che altro condotte generali discussioni d'ispirazione sociologica o psicanalitica sugli effetti della modernità urbana centrifuga e distopica. Shiel è invece interessato proprio alla specifica geografia del cinema noir. Individuati in totale 518 film noir prodotti negli Stati Uniti tra il 1940 e il 1959, li distingue a seconda della loro ambientazione geografica e descrive graficamente la frequenza dell'attestazione di determinate ambientazioni, nell'arco dei venti anni presi in esame. Separati i film noir di ambientazione straniera da quelli invece di ambientazione statunitense, e i noir americani "rurali" dai noir "urbani", Shiel restringe l'analisi ai noir ambientati nel Nordest e a quelli del Sudovest americano e della California in particolare, per giungere infine a confrontare il numero dei noir ambientati a New York e il numero di quelli ambientati a Los Angeles. I risultati della ricerca mostrano il costante incremento, nell'arco del periodo preso in considerazione, dei film ambientati in California. Soprattutto mostrano come, a partire dalla fine degli anni Quaranta, i noir ambientati a Los Angeles, che pure erano molti di meno all'inizio del decennio, diventino *più numerosi di quelli newyorkesi*. Se dal '40 al '48 Los Angeles compare in 34 noir e New York in 57 (e ogni anno New York supera Los Angeles), dal '49 al '59 i noir losangelini sono 80 contro i 53 newyorkesi (e ogni anno Los Angeles supera New York, tranne che nel '52, ma di poco). Secondo Shiel la nuova visibilità cinematografica di Los Angeles, una città in rapida espansione, a scapito di New York testimonierebbe la nuova preminenza politica, economica e culturale della città californiana.

Sebbene a Shiel non sembri interessare, può essere suggestivo provare a mettere in relazione il progressivo aumento della visibilità di Los Angeles e l'inesorabile declino del sistema hollywoodiano classico. Curiosamente, il sorpasso di Los Angeles su New York nel cinema noir – ma è una tendenza generale dell'intero cinema statunitense – avviene nel 1949, cioè nell'anno che segue la sentenza antitrust Paramount, che pone ufficialmente fine allo studio system. Come se Los Angeles, *cioè Hollywood*, divenisse prepotentemente visibile nel cinema statunitense solo nel momento in cui il cinema hollywoodiano entrava in una fase post-classica (dal punto di vista produttivo e distributivo, ma anche stilistico: proprio col noir, si è visto).

È vero che può essere riduttivo considerare Los Angeles come una specie di sineddoche per Hollywood. Tuttavia è anche vero che la rappresentazione di Los Angeles ha delle qualità che la distinguono, ad esempio, da quella di New York, e che la rendono del tutto particolare. Più ancora di New York, la

Los Angeles noir è ripresa, come si è detto, soprattutto *on location*, dal vero⁶. Inoltre Los Angeles è anche massicciamente tematizzata nel film noir, cioè non è semplicemente usata come un set neutro. È addirittura talvolta narrativizzato il movimento geografico *verso* Los Angeles, sempre connotato in senso negativo: Los Angeles è il luogo della disillusione, perché la città non mantiene le sue promesse.⁷ Promesse di emancipazione o di lavoro, anche nell'industria cinematografica hollywoodiana, ovviamente. È insomma proprio il luogo dove non vengono mantenute le promesse mitologicamente assegnate all'Ovest americano, e che *la stessa Hollywood* si è incaricata di raccontare per decenni. Si ricordi che anche in *Black Dahlia* Elizabeth Short è un'aspirante attrice originaria della costa orientale trasferitasi a Los Angeles, dove invece del lavoro trova la morte.

Perché il secondo dopoguerra non è solo per Los Angeles un grande periodo di espansione economica, ma è anche un'epoca nella quale Hollywood da una parte inizia a dover fronteggiare la crisi del proprio sistema produttivo e dall'altra rafforza la sua fama di "moderna Babilonia", di distopia sociale. In un certo senso, allora, si può avanzare l'ipotesi che la presenza di Los Angeles (e di Hollywood) nel cinema hollywoodiano, almeno a partire dal rilievo che assume nel film noir della fine degli anni Quaranta, rappresenti sempre un elemento metacinematografico, autoriflessivo, *connesso* con l'entrata del cinema americano in una fase ormai post-classica.

3. Consensi e interferenze spaziali

Postulata dunque la *post-classicità* intrinsecamente legata a questa modalità rappresentativa – cioè la connessione tra l'entrata del cinema statunitense in una fase post-classica, il carattere di "violazione" del realismo geografico del noir e la nuova visibilità cinematografica di Los Angeles – può essere interessante vedere in che modo la rappresentazione di Hollywood da parte di Hollywood si collochi rispetto alla tipologia delle strategie di costruzione (anzi di decostruzione) dello spazio nella narrativa postmodernista proposta da Brian McHale (1987), recentemente recuperata dalla geocritica letteraria. Una tipologia, appunto, proposta in sede di teoria della letteratura, non del cinema.

6 Cfr. Shiel (2010: 90): «[...] the use of real locations became more and more commonplace after World War II. This was true of Los Angeles film noir in general». Shiel riporta il numero di giorni di riprese *on location* di alcuni noir losangelini rispetto alla durata dei piani di lavorazione, discute il numero di location nel perimetro cittadino, e riferisce come nei quotidiani dell'epoca la presenza di riprese dal vero fosse spesso notata e apprezzata.

7 Questi sono i film noir che cita Shiel, a proposito della narrativizzazione del movimento geografico verso Los Angeles: *Detour – Deviazione per l'inferno*, *Una luce nell'ombra* (*Nobody Lives Forever*, Jean Negulesco, 1946), *Nessuno mi crederà* (*They Won't Believe Me*, Irving Pichel, 1947), *I dannati non piangono* (*The Damned Don't Cry*, Vincent Sherman, 1959), *The Big Bluff* (W. Lee Wilder, 1955), *Il colosso d'argilla* (*The Harder They Fall*, Mark Robson, 1956).

Tentiamo dunque una corrispondenza apparentemente azzardata tra stile postmodernista e postclassicità cinematografica⁸. Può apparire un'indebita sovrapposizione di due postumità diverse, lo "stile culturale" della postmodernità e lo stile del cinema che segue il collasso del sistema classico. Per la verità non è una sovrapposizione più di tanto azzardata, dal momento che l'assetto industriale del cinema postclassico che segue la sentenza del '48 si differenzia da quello classico proprio per molte caratteristiche tipiche dell'economia della postmodernità: il sistema diventa postfordista, per definizione disintegrato, il business diventa più rischioso e flessibile, fa uso di contratti spot, produce spesso attraverso esternalizzazioni, ecc.

Secondo McHale la fiction postmodernista, per costruire degli spazi disturbanti e stranianti, mette in atto delle strategie che possono essere di *giustapposizione*, di *interpolazione*, di *sovraimpressione* o di *misattribuzione* spaziale. È utile ricapitarle velocemente: la *giustapposizione* si ha quando viene rappresentata una contiguità geografica fittizia tra luoghi che invece nella realtà non sono contigui – come quando per esempio viene raccontato un viaggio in treno che tocca città che nella realtà sarebbe impossibile attraversare in sequenza. L'*interpolazione* consiste nell'inserimento, all'interno di uno spazio effettivamente esistente nella realtà, di uno spazio ulteriore privo di referente reale – ad esempio quando un autore inventa l'esistenza di una città fittizia all'interno di uno Stato realmente esistente. La *sovraimpressione* è invece l'attribuzione paradossale, allo stesso spazio fittizio, di caratteristiche di più spazi reali "familiari" al contempo – un caso può essere quello di un'unica città finzionale cui vengono fatte condividere alcune caratteristiche di città (magari omonime) che però si trovano in differenti continenti. Infine, la *misattribuzione* consiste nell'assegnazione a uno spazio di qualità che non appartengono al suo referente reale – ad esempio quando, nella finzione, una città viene spostata in un contesto geografico differente da quello che effettivamente occupa nella realtà (v. McHale 1987: 43-58). Più di recente, il comparatista francese Bertrand Westphal (2009: 144ss.), tra i maggiori propugnatori di un approccio geocritico allo studio della letteratura, riassume l'effetto delle quattro strategie individuate da McHale con l'espressione «interferenza eterotopica» – che si opporrebbe al «consenso omotopico» prodotto dal legame rigido che unirebbe referente e rappresentazione finzionale nella letteratura più classica.⁹

8 La corrispondenza tra post-classicità produttiva e caratteri stilistici post-classici, che certamente sarebbe rischioso voler ritrovare a ogni livello, a noi interessa (e ci sembra regga bene) soprattutto in relazione al realismo e alla nuova visibilità delle riprese *on location* dei noir losangelini. Intendiamo come post-classico il cinema che segue il crollo del sistema hollywoodiano classico e che precede la restaurazione estetica e industriale cominciata nella seconda metà degli anni Settanta, non il cinema degli anni Ottanta e Novanta discusso come post-classico ad esempio da Elsaesser e Buckland (2010).

9 Le nostre espressioni "interferenza omotopica" e "consenso eterotopico" sarebbero invece contraddittorie e ossimoriche per Westphal. Al comparatista francese, che si occupa appunto di letteratura, interessa sì il rapporto tra rappresentazione e referente reale, ma più che altro sul piano della verosimiglianza della rappresentazione stessa, e dei "realemi" che contiene. Per quanto riguarda il cinema, invece, nel

McHale, che scrive alla fine degli anni Ottanta (nell'87, l'anno del romanzo di Ellroy), pensa alla letteratura postmodernista degli anni Sessanta e Settanta. Se la rappresentazione di Hollywood da parte di Hollywood stessa può essere intesa come post-classica, nel senso che si è cercato di spiegare, c'è modo di collocarla nella tipologia di (de)costruzione degli spazi della fiction postmodernista proposta da McHale? In fondo proprio tra i Sessanta e i Settanta Hollywood acquista una notevole visibilità cinematografica. Si pensi anche alla rappresentazione del mondo hollywoodiano in satire postmoderniste dallo stile bizzarro e improvvisato proprio a cavallo del 1970, che possono senz'altro rappresentare un analogo cinematografico di certa letteratura d'avanguardia americana dell'epoca: *Hollywood Party (The Party)*, Blake Edwards, 1968), *Sogni perduti – Head (Head)*, Bob Rafelson, 1968), *Beyond the Valley of the Dolls – Lungo la valle delle bambole (Beyond the Valley of the Dolls)*, Russ Meyer, 1970), *Il caso Myra Breckinridge (Myra Breckinridge)*, Michael Sarne, 1970). È il cosiddetto "Hollywood genre", o genere Hollywood, che comprende anche un nutrito filone, non a caso, più nostalgico.¹⁰

A ben vedere, però, la rappresentazione di Hollywood nel cinema americano si collocherebbe fuori dalla tipologia di McHale. Anzi, sarebbe proprio un caso di rappresentazione spaziale *opposto* rispetto alle strategie di costruzione di spazi *eterotopici* individuate da McHale. Perché rappresentando Hollywood, per una volta, il cinema americano offre invece uno spazio *omotopico*, cioè una *vera corrispondenza* tra spazio rappresentato e referente reale. Vale a dire che Hollywood rappresenta quello che ha sempre rappresentato, cioè se stessa, ma stavolta dandosi il nome giusto, chiamandosi col proprio nome.

Hollywood, il cinema classico, ha sempre attuato strategie eterotopiche di costruzione dello spazio – ma le ha mascherate, perché non intendeva produrre un'interferenza eterotopica quanto piuttosto, all'opposto, un *consenso*

rapporto tra rappresentazione e referente reale entra in gioco anche il valore indicale dell'immagine cinematografica – il fatto che un film che rappresenta un certo luogo sia effettivamente girato in quel luogo (o meno). In altri termini, (dato che il segno letterario manca in pratica di ogni valore indicale) poco importa che un romanzo ambientato a Parigi sia stato davvero scritto a Parigi, fintanto che la rappresentazione della capitale francese è coerente, mentre il fatto che un film ambientato a Parigi non sia girato lì – dal momento che la Torre Eiffel *può* essere ripresa dal vero – rappresenta già di per sé un elemento semioticamente interessante, a monte della coerenza della storia.

¹⁰ Cfr. Monaco (1979: 61-62): «Nostalgia has also had a more general influence on American film in the seventies. The industry has turned in on itself: The Hollywood genre has discovered new life. String together *Nickelodeon* [Vecchia America, Peter Bogdanovich, 1976], *Valentino* [Ken Russell, 1977], *Gable and Lombard* [Gable and Lombard: un grande amore, Sidney J. Furie, 1976], *Day of the Locust* [Il giorno della locusta, John Schlesinger, 1975], and *The Last Tycoon* [Gli ultimi fuochi, Elia Kazan, 1976] and you have a quick historical survey of the first forty years of the film business. Remarkably, however, contemporary Hollywood has elicited only a few cautious essays: *Shampoo* [Hal Ashby, 1975] skirted the issue: Mazursky's *Alex in Wonderland* [Il mondo di Alex, 1970] and Corman factory's *Hollywood Boulevard* [Allan Arkush, Joe Dante, 1976] came closer, but without much success at the box office. On a broader scale, this self-absorption has resulted in the most unusual genre of the seventies: the Genre genre. Increasingly, movies are about themselves as well as their ostensible subject».

eterotopico. In un certo senso, *tutte* le strategie individuate da McHale sono tipiche del cinema hollywoodiano più classico.

Si pensi alla *misattribuzione* e se ne confronti il concetto con la mappa delle location californiane della Paramount (anni Venti, fig. 1), che indica i luoghi nei quali quella major riproduceva in esterni le ambientazioni di quasi ogni parte del mondo:

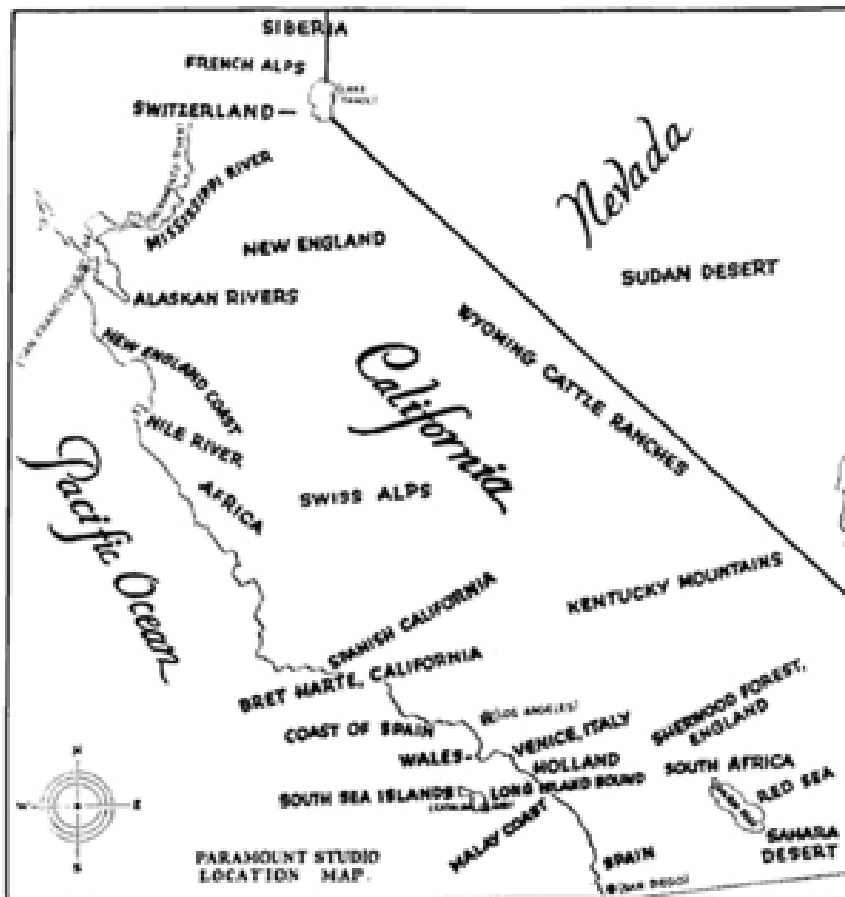


Figura 1. Paramount Studio Location Map, riportata in Balio (1985: 202).

La mappa delle location della Paramount dimostra eloquentemente quanto affermava uno tra i massimi autori del cinema hollywoodiano classico, John Ford: «Hollywood is a place you can't geographically define. We don't know where it is» (cit. in Bordwell, Staiger, Thompson 1985: xiii).

Come si dice anche nel documentario *Los Angeles Plays Itself* (Thom Andersen, 2003): «The varied terrain and eclectic architecture allowed Los Angeles and its environs to play almost every place». Il film di Andersen mostra, tra le tante cose, risaie “cinesi” e laghi “svizzeri” in piena California nei film degli anni Trenta, o set urbani chiaramente losangelini (con tanto di edifici simbolo della città, come il Bullocks Wilshire) che invece dovevano servire, per esempio, a rappresentare Chicago (in *Nemico pubblico*, [Public Enemy, William Wellman, 1931]).

Per quanto riguarda la *giustapposizione*, si pensi all'esperienza delle "geografie immaginarie" realizzato da Kulešov. Scriveva il cineasta russo:

Il montaggio permette la costruzione di una superficie terrestre immaginaria, indipendentemente dalla qualità delle singole parti del tutto, riprese separatamente dalla macchina da presa: le singole parti sono collegate fra loro da un unico tempo d'azione. Se noi, riprendendo una scena, la smembramo nei suoi momenti costitutivi fondamentali e in corrispondenza di essi cambiamo la posizione della macchina da presa (cominciando le riprese in un luogo, continuandole in un secondo e concludendole in un terzo luogo), da un giusto collegamento dei frammenti ripresi otterremo un curioso risultato: una topografia terrestre inventata, creata a piacere. Gli elementi di natura diversa sullo schermo sembreranno trovarsi in uno stesso luogo d'azione. (cit. in Boschi 1998: 208)

Kulešov realizzò allora una sequenza che mostrava l'incontro per strada fra un uomo e una donna, utilizzando inquadrature alternate dei due personaggi riprese in luoghi diversi di Mosca e aggiungendo un'inquadratura della Casa Bianca di Washington estrapolata da un documentario:

Il paesaggio, nonostante il gran garbuglio, è stato recepito come assolutamente reale: sembrava evidente che il monumento a Gogol' sorgesse vicino alla Moscovia, circondato dagli alberi dei Giardini Aleksàndr, di fronte alla Casa Bianca di Washington, a cui portava la scala lungo la quale si avviavano alla fine i nostri attori, che non si sono mai sognati di andare in America. (cit. in Barbera, Turigliatto 1978: 87-88)

Malgrado si possa obiettare che Kulešov fu un cineasta sovietico e non americano, e per di più "d'avanguardia", i suoi esperimenti furono in realtà tutti tesi a indagare il funzionamento e a studiare la potenza del cinema americano classico, per correggere la lentezza del cinema sovietico imitandone le tecniche (chiamava infatti il proprio modo di accostare le inquadrature "metodo americano"). Come ha scritto Noël Burch, Kulešov fu realmente il teorico della continuità narrativa dello stile hollywoodiano in terra sovietica (cfr. Boschi 1998: 210ss.). Lo stesso esperimento più celebre di Kulešov (quello del cosiddetto "effetto Kulešov"), del quale l'esperienza delle "geografie immaginarie" non è che una declinazione particolare, non voleva mostrare tanto le potenzialità di un montaggio "emotivo" (alla Èjzenštejn, per intenderci), quanto l'efficacia del montaggio nel ricondurre inquadrature prese in luoghi differenti a un'unica logica diegetica, appunto, anche contro la logica della topografia profilmica.¹¹ È un principio basilare del funzionamento del *découpage* hollywoodiano, sul quale si fondano tutte le convenzioni dei raccordi d'inquadratura, riconosciuto e formalizzato per la prima volta proprio da Kulešov. Il cinema hollywoodiano, cioè il montaggio classico, ha insomma

11 Cfr. Boschi (1998: 210 ss.). Boschi (d'accordo con Aumont e Burch) riferisce che in effetti Pudovkin, Bazin e Mitry, tra i tanti altri, hanno interpretato l'esperienza e la stessa idea di montaggio di Kulešov in un senso analogo al concetto di "montaggio intellettuale" di Èjzenštejn, in modo però poco rispettoso delle reali intenzioni di Kulešov.

sempre funzionato per giustapposizione. È vero però che, come già si è detto, non ha cercato l'*interferenza*, bensì piuttosto il *consenso* eterotopico.

Molto più brevemente, le possibili traduzioni cinematografiche delle ultime due strategie indicate da McHale. Tra i film del più classico canone hollywoodiano ci sono anche casi eclatanti di *interpolazione*, come il mondo di Oz nel mezzo del Kansas de *Il mago di Oz* (*The Wizard of Oz*, Victor Fleming, 1939) o il villaggio che compare in Scozia per un solo giorno ogni cento anni in *Brigadoon* (Vincente Minnelli, 1954), un musical cinquantesco ancora molto classico. Lo stesso termine di *sovrimpressione* (*superimposition*), infine, tradisce l'origine proprio fotocinematografica dell'altra strategia "postmodernista" individuata da McHale. Quest'ultima nel cinema classico pare avere più a che fare col montaggio di inquadrature diverse (prese in luoghi diversi) per costruire una medesima scena e dunque sembra rappresentare un caso abbastanza analogo a quello della giustapposizione, che invece a rigore riguarda la messa in serie di scene diverse. Vengono in mente, per portare il concetto all'estremo, certe scene che Orson Welles ha girato in continenti diversi per il suo *Otello* (1952), senza però dichiararlo agli spettatori, naturalmente.

È piuttosto evidente come il cinema hollywoodiano *sia sempre stato eterotopico*. Ma questo non è mai bastato a creare imbarazzi di lettura allo spettatore, che anzi Hollywood si è sempre premurata di educare, garantendogli la competenza necessaria per decodificare la rappresentazione dello spazio dei film senza difficoltà. Producendo appunto, se vogliamo ribaltare l'espressione di Westphal, *consenso eterotopico*.

Se il cinema americano può creare un'interferenza disturbante nella rappresentazione dello spazio, lo deve fare, e lo ha fatto, provocando invece un'*interferenza omotopica*. Cioè, come già si è detto, chiamando Hollywood col proprio nome, creando così inevitabilmente effetti metadiscorsivi e stranianti. Hollywood può filmare se stessa in molti modi diversi e a livelli molto differenti, ad esempio mettendo in scena personaggi che interpretano attori, ambientando le storie nel mondo dello *show business*, filmando le scenografie dei teatri di posa, filmando le strade di Hollywood e di Los Angeles dal vero ecc. Non ci interessa qui fornire una tipologia completa, quanto piuttosto rimarcare come questo rappresenti un ribaltamento rispetto a quanto affermano, per il medium che più direttamente compete loro, la teoria della letteratura e la geocritica letteraria. Il *consenso geografico*, nella classicità hollywoodiana, mi pare sia stato di norma una conseguenza di strategie eterotopiche (invisibili), e non omotopiche (le quali in questo contesto sarebbero invece inevitabilmente anche più visibili).

4. Hollywood, Bulgaria. *Stat Hollywood pristina nomine*

Come si è visto, può essere suggestivo mettere in relazione la progressiva visibilità cinematografica assunta da Los Angeles, e quindi da Hollywood, soprattutto nel film noir, e il collasso del sistema classico, e dunque la sperimentazione di uno *stile postumo*, e perciò disturbante. La qualità metadiscorsiva, autoriflessiva, del noir starebbe nell'adozione (a fianco di uno stile già forse anti-classico) di una pratica di ripresa realistica, in esterni, proprio nei "veri"

luoghi del distretto cinematografico californiano, trasformati in luoghi da incubo. La strategia omotopica – fondandosi sulla necessaria corrispondenza tra la rappresentazione e il suo referente, su un “designatore rigido” – sembra anche far leva sul valore indicale dell’immagine. Può essere emblematica l’immagine dei titoli di testa di *Viale del tramonto* (*Sunset Boulevard*, Billy Wilder, 1950), film noir autoriflessivo per eccellenza: il titolo del film, che è la famosa via di Hollywood, è proprio il segnale stradale della via stessa – la scritta “Sunset Blvd.” impressa con lo *stencil* sul bordo del marciapiedi (fig. 2; comparirà più avanti in bella vista anche il cartello col nome della stessa strada, fig. 3).



Figure 2-3. Viale del tramonto (Billy Wilder, 1950).

L’inclusione in un neo-noir come *Black Dahlia* della grande scritta “Hollywoodland” sulle colline della città potrebbe rappresentare allora un simile elemento al contempo indicale e autoriflessivo, un altro “designatore rigido” (fig. 4).¹² Se non fosse che a rendere ancora più complicato il gioco tra rappresentazione e referente geografico c’è il fatto che il film di De Palma è stato girato in Bulgaria. E che quelle colline sono verosimilmente le propaggini del massiccio di Vitoša, pochi chilometri a sud di Sofia.

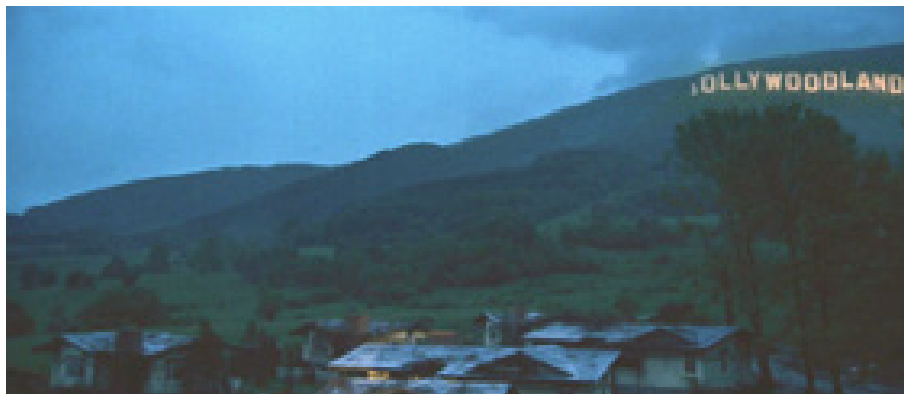


Figura 4. *Black Dahlia* (Brian De Palma, 2006).

¹² La scritta “Hollywoodland” manca pure di parte dell’H, com’è storicamente corretto per quell’epoca. Sulla storia e le particolarità semiotiche dell’“Hollywood Sign” cfr. Braudy (2011).

O piuttosto, *Black Dahlia* è stato certamente girato in parte in esterni a Los Angeles, ma soprattutto in Bulgaria per le scene d'esterni più complicate e virtuosistiche (che sono anche tra quelle narrativamente più importanti), oltre che per gli interni. Precisamente è stato girato nei Boyana Film Studios, già storico complesso produttivo statale in epoca comunista (dal '62) e oggi tra i maggiori studi europei, dopo la privatizzazione e l'acquisto nel 2006 da parte delle hollywoodiane Nu Image e Millennium Films, che hanno prodotto *Black Dahlia* quello stesso anno. E sul fatto che molte riprese siano state fatte in Bulgaria la stampa e la critica hanno molto insistito. Forse anche più del dovuto, perché il film è stato girato per la verità *anche* in vere (e tipiche) location losangeline, come il Pantages Theater in Hollywood Blvd., o Echo Park, o gli "Alto-Nido Apartments" già filmati in *Viale del tramonto*. Secondo il direttore della fotografia Vilmos Zsigmond nel piano di lavorazione rientravano infatti comunque due settimane di scene d'esterni a Los Angeles (cfr. Fisher 2006). Ma non c'è quasi recensore che manchi di notare come *Black Dahlia* sia invece un film "bulgaro". De Palma «resuscita Los Angeles in Bulgaria» (Viviani 2006), o «riduce il mito di Hollywoodland a una collinetta bulgara» (Manzoli 2006: 52). E infatti nel sito internet "Bulgaria Film Locations" (BFL) si afferma orgogliosamente, in un inglese imperfetto, che quasi l'intero film è stato girato a Sofia e nei dintorni della capitale. Anche le case abbandonate alla base delle colline di "Hollywoodland" sono in realtà bulgare, come si vede dalle foto mostrate nel sito BFL – malgrado il sito ufficiale dell'"Hollywood Sign" consideri invece il film di De Palma come una delle pellicole che mostrerebbero *davvero* la grande scritta che campeggia sulle colline di Los Angeles.¹³

Il film di De Palma allora provoca un cortocircuito vertiginoso, comprensibile alla luce dell'intero discorso fatto fin qui. *Black Dahlia* si rifà (anche cinefilicamente) alla tradizione noir della rappresentazione di Los Angeles e di Hollywood, una tradizione che a sua volta si opponeva alla consuetudine hollywoodiana classica che faceva significare alle location californiane luoghi geograficamente differenti da quelli "reali". Una tradizione che, si è visto, funzionava proprio in virtù di quel suo carattere oppositivo rispetto alle convenzioni classiche, quel carattere di "violazione" tipico del noir, che da una parte investe il piano stilistico, e dall'altra è tematizzato a livello diegetico. Ma la Hollywood di *Black Dahlia* non è la vera Hollywood, e non solo perché è in parte una ricostruzione storica, ma perché, semplicemente, quello di De Palma è un film girato all'estero, nell'Europa dell'Est¹⁴. La qual cosa reintroduce un forte elemento di consenso eterotopico in un film che invece fa autoriflessivamente riferimento all'uso, che era già all'epoca a sua volta autoriflessivo, dell'interferenza omotopica nella tradizione noir di mezzo secolo prima.

Black Dahlia è infatti una *runaway production*, ovvero uno di quei film statunitensi girati all'estero per tagliare i costi di produzione "sotto la linea" (i costi del personale tecnico, non creativo), cioè per sfruttare una manodopera a costo più basso rispetto a quella nordamericana. Le *runaway production* hanno avuto un incremento costante dagli anni Novanta e, com'è immagina-

13 Cfr. <<https://www.bulgariafilmlocations.com>> e <<https://hollywoodsign.org>>.

14 Inizialmente De Palma intendeva girare a Roma. Cfr. Grando (2010: 182n).

bile, sono responsabili di un numero notevole di «crimini contro la geografia», come sono stati icasticamente definiti (cfr. Lukinbeal 2006; Lukinbeal, Zimmermann 2006: 319), proprio come il film di De Palma. Crimini in realtà piuttosto tipici dell'epoca classica, dove la violazione era invece rappresentata, ripetiamo, proprio dal realismo geografico del noir. È curioso che la riammissione di una forte componente di consenso eterotopico nel genere avvenga adesso in uno scenario produttivo che cerca di approfittare delle diseguglianze sociali ed economiche. L'immaginario noir implicava la rappresentazione di Los Angeles e di Hollywood come distopia sociale, come un inferno del lavoratore dello spettacolo, un luogo che faticava a tutelare i diritti dei propri lavoratori sul finire degli anni Quaranta, quando si moltiplicavano gli scioperi, "comunisti" secondo le major (Shiel 2010: 92ss.). È paradossale che proprio un neo-noir degli anni Duemila rappresenti un esempio paradigmatico di delocalizzazione, di *outsourcing* produttivo, di sfruttamento della manodopera su scala transnazionale.

Il cinema noir metteva in scena la disillusione del sogno americano, un Ovest privato delle sue originarie promesse e degradato a luogo simbolico di ogni corruzione – disturbante perché mostrato con effetto di realismo topografico. È davvero ironico che un neo-noir come *Black Dahlia* ricostruisca all'estero quella che non è che una tragica narrativa nazionale. Il gioco di specchi tra consenso, interferenza, omotopia ed eterotopia, il carattere confuso della strategia di costruzione dello spazio del film di De Palma, al contempo molto colta e altrettanto liquidatoria rispetto alla tradizione della strategie di *locational imaging* (e del loro senso) nel film noir, è come se aggiungesse ragioni di malessere e turbamento a un film che ne avrebbe già in abbondanza, tematicamente e narrativamente, oltre a quelle, forti, dell'immaginario del genere e della convocata nostalgia cinefila. Un film tanto trascurabile nella storia del cinema quanto denso e, si avverte, emblematico del rapporto ambivalente della Hollywood contemporanea con lo spazio geografico, che mostra come per analizzare questo rapporto siano richieste categorie analitiche diverse da quelle solitamente adoperate della geocritica letteraria, e specifiche per il medium cinematografico – è per questo che abbiamo parlato di interferenza omotopica. Ma a essere richiesta è anche, apparentemente, una consapevolezza storica dell'uso della geografia e dello spazio nei film: il cinema talvolta si ricorda di quello che è stato, e di come filmava i luoghi e a quale scopo, anche quando oggi si limita a citare quelle modalità rappresentative e ne usa altre (perfino, paradossalmente, più "classiche" di quelle evocate).

Bibliografia

Aubron, Hervé
2006 "A plat", *Cahiers du cinéma*, 617, 2006, pp. 30-31.

Balio, Tino (ed.),
1985 *The American Film Industry*, Madison, The University of Wisconsin Press.

Barbera, Alberto; Turigliatto, Roberto

1978 *Leggere il cinema*, Milano, Mondadori.

Bordwell David; Staiger, Janet; Thompson, Kristin

1985 *The Classical Hollywood Cinema: Film Style and Mode of Production to 1960*, London, Routledge.

Boschi, Alberto

1998 *Teorie del cinema. Il periodo classico 1915-1945*, Roma, Carocci.

Braudy, Leo

2011 *The Hollywood Sign: Fantasy and Reality of an American Icon*, New Haven, Yale University Press.

Caquard, Sébastien

2009 "Foreshadowing Contemporary Digital Cartography: A Historical Review of Cinematic Maps in Films", *The Cartographic Journal*, 46.1, 2009, pp. 46-55.

Conley, Tom

2007 *Cartographic Cinema*, Minneapolis, University of Minnesota Press.

Dimendberg, Edward

2004 *Film Noir and the Spaces of Modernity*, Cambridge (MA), Harvard University Press.

Douchet, Jean

2007 "Mi ami et faux frères", *Cahiers du cinéma*, 621, 2007, p. 65.

Elsaesser Thomas; Buckland, Warren

2010 *Teoria e analisi del film americano contemporaneo*, Milano, Bietti.

Fadda, Michele (a cura di)

2004 *Lo specchio scuro. Percorsi del noir hollywoodiano (1940-1960)*, Bergamo, Edizioni di Cineforum.

Fisher, Bob

2006 "Vilmos Zsigmond on *The Black Dahlia*", *Film & Video*, 20 settembre 2006, <www.studiodaily.com/filmandvideo/features/7036.html>

Gandini, Leonardo

2001 *Il film noir americano*, Torino, Lindau.

Grando, Elisa

2010 "Nero e freddo. *The Black Dahlia* e *Wise Guys*", in Massimiliano Spani e Fabio Zanella (a cura di), *La scrittura dello sguardo. Il cinema di Brian De Palma*, s.l., 2010, pp. 176-192.

La Polla, Franco

1978 *Il nuovo cinema americano (1967-1975)*, Venezia, Marsilio.

Locatelli, Massimo

2011 *Perché noir. Come funziona un genere cinematografico*, Milano, Vita e Pensiero.

Lukinbeal, Chris

2006 "Runaway Hollywood: Cold Mountain, Romania", *Erdkunde*, 60, 2006, pp. 337-345.

Lukinbeal, Chris; Zimmermann, Stefan

2006 “Film Geography: A New Subfield”, *Erdkunde*, 60, 2006, pp. 315-25.

Manzoli, Giacomo

2006 “De Palma attraversa James Ellroy”, *Cineforum*, 458, 2006, pp. 49-52.

Marmo, Lorenzo

2011 “Los Angeles Noir. La metropoli frammentata e gli spazi del perturbante”, in Andrea Minuz (a cura di), *L'invenzione del luogo. Spazi dell'immaginario cinematografico*, Pisa, Ets, pp. 123-140.

McHale, Brian,

1987 *Postmodernist Fiction*, London-New York, Methuen.

Monaco, James

1979 *American Film Now: The People, The Power, The Money, The Movies*, New York, New American Library.

Roberts, Les

2012 “Cinematic Cartography: Projecting Place through Film”, in Id. (ed.), *Mapping Cultures: Place, Practice, Performance*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, pp. 68-84.

Shiel, Mark

2010 “A Regional Geography of Film Noir: Urban Dystopias On- and Offscreen”, in Gyan Prakash (ed.), *Noir Urbanisms: Dystopic Images of the Modern City*, Princeton, Princeton University Press, pp. 75-103.

Sobchack, Vivian

1998 “Lounge Time: Postwar Crises and the Chronotope of Film Noir”, in Nick Browne (ed.), *Refiguring American Film Genres: History and Theory*, Berkeley, University of California Press.

Telotte, J. P.

1989 *Voices in the Dark: The Narrative Patterns of Film Noir*, Urbana, University of Illinois Press.

Viviani, Christian

2006 “Le Dahlia noir. Conjurer l'éphémère”, *Positif*, 549, 2006, pp. 36-37.

Westphal, Bertrand,

2009 *Geocritica. Reale, finzione, spazio*, Roma, Armando.

Giorgio Avezzi is Postdoctoral Researcher at the Catholic University of Milan, working on a project about metadata for audiovisual content. He has written articles in international journals and volumes about film geography, media archaeology, and digital distribution. He is co-editor (with Teresa Castro and Giuseppe Fidotta) of a special issue of *Necus* on mapping and the media, and has written the book *L'evidenza del mondo. Cinema contemporaneo e angoscia geografica* (2017).

I luoghi, il senso Costruzione e decostruzione dell'effetto del luogo nelle fotografie di Instagram

Guido Ferraro

Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione, Università di Torino

guidfer@gmail.com

Abstract

L'articolo studia le particolarità delle tipiche fotografie di Instagram (uso dello sfocato, di "filtri" che diminuiscono la gamma cromatica, ecc.), in relazione all'idea per cui dovrebbe trattarsi di modi per rappresentare con immediatezza il flusso della vita, nonché in relazione all'uso di media geolocalizzati, e alla conseguente ambizione di dar vita a una sorta di mappa visiva del mondo. Gli strumenti di un'analisi semiotica permettono di ipotizzare che le funzioni di queste immagini vadano al di là dei loro scopi apparenti, e che si tratti di un caso tutt'altro che banale, e anzi teoricamente rilevante, di composizione tra le funzioni referenziali e le capacità di senso delle immagini.

Parole chiave

Fotografia, Locative media, Semiotica, Instagram, Iconismo

Abstract

Locations and their meaning. How the sense of place is constructed and deconstructed in Instagram photos – This article deals with the peculiarities of typical Instagram photographs (use of blurring, "filters" that decrease the chromatic range, and so on), in relation with the idea that these images should represent with immediacy the flow of life, as well as in relation with the use of geolocalized media, and the consequent ambition to create a sort of visual map of the world. The tools of a semiotic analysis allow us to assume that the functions of these images go beyond their apparent purposes; this is a case that is anything but trivial, indeed theoretically relevant, as we can see a way of composition between the referential functions of images and their capacity to produce meaning.

Key Words

Photography, Locative media, Semiotics, Instagram, Iconic signs

Sommario

1. Nel contesto di una più ampia trasformazione culturale
 2. Iconismo e analogia
 3. Instagram: caratteri delle immagini
 4. Resistere all'irrelevanza
 5. La generazione di un'immagine fotografica
- Bibliografia

1. Nel contesto di una più ampia trasformazione culturale

Il passaggio da quella che è stata l'epoca della multimedialità e del web ad accesso da computer all'epoca attuale degli *smartmedia* personali, e consapevoli della loro localizzazione, implica di fatto molti più cambiamenti significativi rispetto a quanto inizialmente si pensasse. Vi sono mutamenti importanti che interessano i sociologi (nuove forme di relazione e di aggregazione), gli psicologi (a partire tra l'altro dal tramonto del modello della "mente multi-tasking"), gli studiosi di stili di vita (una trasformazione profonda cui faremo cenno), e ovviamente i semiologi. Nel nostro caso, non si tratta però soltanto di analizzare dei modi e dei prodotti di comunicazione che presentano tratti non consueti, ma anche di dover riflettere su una trasformazione che investe il rapporto tra formazioni culturali e la dimensione semiotica in quanto tale, forse i modi e il valore stesso dell'*aver senso*.

In effetti, l'epoca cui ci riferiamo con l'espressione emblematica di "rivoluzione multimediale" è stata caratterizzata da una straordinaria attenzione per le dimensioni del senso. In moltissimi ambiti, gli aspetti materiali e funzionali delle cose sono stati esplicitamente riconosciuti come secondari rispetto ai loro valori immateriali e simbolici. Gli oggetti da indossare o da usare, persino il cibo, sono stati ripensati nei termini delle loro capacità di esprimere senso. La multimedialità propriamente detta, quale convergenza di differenti modi e tradizioni di comunicazione, appariva sancire la centralità dei processi semiotici rispetto ai tradizionali processi di produzione e di scambio. È stata quella l'epoca della *dematerializzazione* e della *virtualizzazione*; sul modello della struttura aperta ipertestuale si pensava in termini (tipicamente paranarrativi) di alternative perennemente molteplici, dunque di orizzonti possibili che non conoscevano confini, di progetti e intelligenze collettive, di relazioni virtuali; si è giunti a dematerializzare persino le relazioni erotiche.

Ora invece, nel clima profondamente diverso del nuovo secolo, prospettive progettuali ed entusiasmi per le dimensioni del senso si sono andati ridimensionando. Fattori come un nuovo orientamento al "realismo", l'incertezza per il futuro, il timore della complessità, insieme alla diminuzione della ricchezza diffusa eccetera, hanno condotto verso forme di pensiero inevitabilmente segnate da limiti più strettamente marcati. L'anelito a una socialità virtuale ad ampio raggio e alla costruzione di un'intelligenza collettiva lasciano il posto alle piattaforme private e alle utilità commerciali che si impongono nel cosiddetto "web 2.0", ridefinendo per molti la socialità nei termini degli "amici" di Facebook. Non è dunque un caso se si affermano nuovi strumenti che per loro natura sono inclini a fornire una visione *a corto raggio*. Utilissimi nell'indicare il bancomat più vicino o la migliore pizzeria dei paraggi, questi strumenti sviluppano tutta una serie di funzioni che tendono a *localizzare* su un territorio ristretto i nostri interessi, il nostro agire possibile, le nostre relazioni sociali.

Tutto questo accade nel quadro di quella profonda trasformazione culturale che vari scienziati sociali avevano previsto e analizzato già diversi anni fa: quella per intenderci che Francesco Morace e Linda Gobbi (2007) avevano definito nei termini del passaggio da un'*economia dell'occhio* a un *modello organico*, ove il secondo appare appunto segnato da un ritorno alla materialità, ai caratteri di una sensorialità immediata come quella legata al tatto e al gusto, e da una preferenza verso il contatto diretto con le cose e le persone. All'interno di tale modello, generico ma a conti fatti davvero preveggen- te, si possono ben inserire anche certe caratteristiche chiave dei nuovi strumenti tecnologici, riconoscendo un valore più pregnante ad esempio alla sostituzione dell'interfaccia visiva con quella tattile, all'enfatizzazione del riferimento alla localizzazione, o a quella singolare rappresentazione arricchita dell'immagine del *qui* che è propria alla "realtà aumentata". La convergenza multimediale, che aveva rivoluzionato l'universo della comunicazione, lascia il posto in misura crescente a un altro tipo di convergenza, strumentale e funzionale: lo smartphone, in particolare, diventa capace di coordinare un complicato insieme di sensori, di dati, di applicazioni software e di capacità d'intelligenza per raggiungere volta a volta un *obiettivo precisamente definito*, tipicamente legato al *tempo presente* e al *luogo in cui ci si trova*. A questo si aggiunge il fatto che negli ultimi decenni – a causa di una serie di fattori socioculturali che stanno conducendo a una vera disgregazione delle precedenti grammatiche di lettura del reale – si è significativamente indebolita la tendenza a una rappresentazione narrativa dell'esperienza,¹ sostituita da forme espressive più adatte a elaborare una visione volutamente frammentaria e contingente, che eviti le ombre e le angosce prodotte dai principi della continuità, con le loro impie- tose connessioni tra tempi e condizioni. Ne discende logicamente la concen- trazione dell'attenzione sul *real time*; l'accento sul *qui* ed *ora* appare anche, indubbiamente, tanto come un difensivo rifiuto a vedere oltre quanto come rivendicazione di un'ubiqua presenza di senso.

La "localizzazione" presenta dunque dimensioni culturali importanti, ben al di là dei suoi immediati aspetti tecnici, ed è in tale luce che sarà considerata in questo articolo. Di tale mutamento di prospettiva culturale fa parte con evi- denza anche la propensione all'impiego del *selfie*, in quanto fotografia a forte localizzazione, realizzata potremmo davvero dire "per contatto" tra soggetto e luogo. È certo significativo questo modo, ingenuo quanto si voglia, di portare il soggetto dentro l'immagine, testualizzandone potremmo dire il *fare auto- riale*: il *selfie stick* rappresenta bene il concetto di una connessione fisica che travalica le sue ragioni meramente pratiche. Nella stessa direzione si colloca del resto il fenomeno – neppur più tanto "di nicchia" – del ritorno della foto- grafia a sviluppo e stampa immediata (Polaroid, secondo il suo nome tradizio- nale). Tale ritorno è certo emblematico delle tendenze *vintage* legate ai nuovi indirizzi culturali, ma in questa sede dobbiamo sottolineare come i "filtri di Instagram", di cui parleremo tra poco, ricordino da vicino, e in qualche misu- ra effettivamente riprendano, caratteristiche chiave delle vecchie fotografie a stampa istantanea: scarsa nitidezza e perdita di dettagli, colori poco saturi e

1 V. Stafford 2007.

poco brillanti, chiusi in una sorta di tavolozza obbligata... insomma, un senso generale di impoverimento dell'immagine e di – ci verrebbe da dire – *imperfezione*. Si trattava in origine di limitazioni tecniche subite più che pianificate, ma questo rende ancor più significativo il fatto che questi tratti siano ora ripresi anche là dove le condizioni tecniche non li implicano affatto. Vi sono tra l'altro app dedicate agli smartphone che manipolano le immagini dichiaratamente per ricalcare questi effetti, e che della classica foto stampata dalla Polaroid riproducono anche il formato quadrato e la struttura tipica dello spazio bianco lasciato intorno, o che addirittura riproducono componenti del *rituale* legato agli apparecchi a sviluppo istantaneo, introducendo un artificiale ritardo tra lo scatto e il momento in cui l'immagine può essere vista, o persino la necessità di agitare fisicamente lo strumento per ottenere il risultato!

Peter Buse, che ha recentemente scritto un interessante libro sul fenomeno Polaroid (Buse 2016), sottolinea in particolare tre elementi rilevanti per la nostra analisi. Innanzi tutto, la nostalgia per queste tecniche fotografiche d'altri tempi ha a che vedere con un desiderio di *materialità*, di un'immagine che possa non soltanto essere vista su uno schermo ma possa essere toccata, presa in mano – ecco dunque un altro aspetto del ritorno alla *tattilità* di cui parlavamo. In secondo luogo, la fotografia si presenta non soltanto quale prodotto visibile ma anche quale *processo* della sua produzione – era questo in effetti un aspetto decisivo del fascino un po' magico di questi strumenti: nei nostri termini, il testo fotografico è qualcosa che *accade*. Infine e soprattutto, emerge una (solo apparente) contraddizione tra il fatto che la fotografia istantanea esalta l'immediatezza della sua produzione, nel momento e nel luogo dell'evento, e quanto invece la caratterizza a livello visivo: giacché questa immagine dai colori ridefiniti e dalle forme smussate, incorniciata in un formale e canonico spazio vuoto, parrebbe volutamente sottolineare la distanza tra la fotografia e la visione diretta: si tratta di un oggetto artefatto che è ben lungi dal valere come mera riproduzione del mondo.

2. Iconismo e analogia

L'evoluzione che porta all'affermazione degli strumenti tattili e geolocalizzati segue dunque una logica in cui ben si inserisce anche la modificazione nell'uso diffuso delle immagini fotografiche. Mentre perde forse in capacità espressive e in varietà di linguaggio, la fotografia sembra voler puntare sul lato delle capacità di documentazione immediata, di un bisogno sempre più forte di fermare nel flusso di vita un *qui-ed-ora*, magari in sé irrilevante ma di cui comunque appare opportuna la registrazione. Per quanto costituisca un caso estremo, è però sintomatico il fatto che si possa oggi far uso della fotografia con valenze di *pura localizzazione*, escludendo ogni funzionalità d'ordine iconico o analogico, come avviene nel caso in cui si scatti una fotografia per inviarla a persone che, senza rivolgere all'immagine il minimo sguardo, la impiegano come input per chiedere a un software di navigazione di condurli nel luogo in cui la foto è stata scattata. Caso estremo, certo, ma l'immagine fotografica si trova sempre più spesso a essere impiegata come un *indice di localizzazione*: "guarda, sono qui". Tuttavia – ed è questa la ragione del nostro

interesse – le cose non sono di fatto così semplici, come ci segnala il fatto che non ci sia corrispondenza tra un impiego delle immagini che apparirebbe in prima battuta semplice e immediato e la tendenza a realizzare fotografie di carattere spesso per nulla *trasparente* e direttamente *referenziale* come ci si sarebbe allora dovuto attendere. Questo studio nasce in effetti anche da una curiosità rispetto al singolare impiego dei cosiddetti “filtri”, espressione con cui si designano modalità d’innaturale manipolazione delle immagini: una pratica ormai diffusa in molte forme, ma che è tradizionalmente legata, in particolare, al nome di Instagram.

Questo studio tocca dunque aspetti rilevanti per una riflessione semiotica su certi usi attuali della fotografia, e sulla connessione di questa con nuove forme di comunicazione e di relazione con lo spazio. Inevitabilmente, tocchiamo anche questioni d’interesse più generale relative ai modi della significazione visiva e alla modellizzazione del percorso generativo di un’immagine fotografica. È però necessario a questo scopo far precedere alcune sintetiche puntualizzazioni teoriche, che ci collocano nella prospettiva della semiotica detta “neoclassica”²: una prospettiva che riprende in chiave più attuale e avanzata i concetti della semiotica classica, rifiutando nei confronti di questi tanto le sconcertanti dichiarazioni d’obsolescenza quanto la mummificazione in precetti immutabili. La realtà culturale in cui ci troviamo è del resto oggi profondamente diversa, e abbiamo dovuto prendere consapevolezza di una dimensione di *complessità* che era prima molto meno avvertibile. Abbiamo dunque bisogno di una semiotica rinnovata, pur nel solco del suo prezioso patrimonio acquisito.

Riconosciamo allora che la semiotica visiva si è trovata fortemente impacciata dalle imprecisioni e dalle ambiguità che caratterizzano le definizioni originarie di Peirce, e ancor più la loro versione vulgata. In modo alquanto semplificato, si è anche riferita all’icona di Peirce una natura nettamente referenzialista, laddove lo studioso aveva pensato anche a casi di icone prive di capacità referenziale, come quando ad esempio aveva provato a ragionare sui tratti segnici dell’espressione musicale.³ In ogni caso oggi, sulla base di oltre un secolo di studi e riflessioni, possiamo rilevare che solo una parte ridotta delle forme di significazione fondate su similarità o analogia è predisposta per mirare a *effetti di referenza*. Da precisare anche che questa espressione, in semiotica, ha assai poco a che vedere con la tradizionale “referenza” dei filosofi: non immaginando alcun legame con entità di cui si supponga l’esistenza nel mondo, pensiamo invece alla realizzazione di un *atto semiotico* (“far referenza”, come “promettere” o “ringraziare”, sono processi semiotici che legano la loro esistenza e la loro natura al piano discorsivo cui appartengono). Sulla base delle definizioni più correnti di Peirce, parliamo in questi casi di “somi-glianza”, e diciamo in senso stretto *iconiche* queste forme di significazione, fondate su un atto semiotico mirante a effetti di referenza. Tuttavia, una parte più ampia delle forme di significazione a base analogica è predisposta piuttosto per attivare effetti di senso, e – esattamente come i segni linguistici – si

2 Per una presentazione di tale prospettiva cfr. Ferraro (2012).

3 Si veda in proposito la discussione in Cumming (2000).

correla a un sistema di significati corrispondenti a classi concettuali, anziché a entità individualmente definite. Diciamo *analogiche* (e dunque non “iconiche”) queste forme di significazione. Nell’universo visivo, possiamo dunque disporre di due modelli di significazione ben distinti per natura e per finalità; come vedremo, questa distinzione tra icone e segni analogici ci risulterà preziosa.

Bisogna poi anche ricordare quanto deleteria sia stata la confusione, che la semiotica ha ereditato forse soprattutto da alcuni esempi originari di Peirce, tra la dimensione del segno e quella del testo. Per ragioni che, a riflettervi un attimo, risultano del tutto ovvie, un ritratto, o più in generale un’immagine fotografica o pittorica non possono essere “icone” (e neppure “indici”), giacché non sono segni ma *testi*. Ad esempio, quando leggiamo una fotografia la analizziamo in una serie di componenti distinte: possono esserci delle linee capaci di rimandare al volto di una persona ritratta o alla forma di un fiore, ma accanto a questi ci sono altri elementi che attivano effetti di senso: l’uso dei colori e delle *textures*, il gioco delle luci e delle ombre, il disegno dello sfondo, la strutturazione dello spazio e così via. Un testo visivo è dunque una realtà semiotica complessa, analizzabile in una serie di *formanti* ciascuno dei quali svolge un suo lavoro di significazione e può rivestire una differente natura semiotica.

Su questa base schematica è possibile introdurre riflessioni più complesse, che ci serviranno ora per parlare delle specifiche immagini di cui ci occupiamo. Osserviamo allora che, fatta salva ogni distinzione teorica, nella pratica testuale rileviamo spesso che formanti a funzionalità iconica (cioè con effetti di referenza) e formanti a funzionalità analogica (con effetti di senso) vengono a combinarsi e sovrapporsi tra loro in modi anche sottili e raffinati. Mi si consenta, per ragioni di sintesi e di chiarezza, di prendere un esempio solo, ma tanto celebre quanto, spero, evidente.

La *Gioconda* di Leonardo costituisce senz’altro, in prima battuta, un ottimo esempio per spiegare a studenti del primo anno la differenza tra valenze referenziali ed effetti di senso. Tra l’altro, è ben nota sul primo versante l’esistenza di un gran numero di studi destinati a determinare chi sia la persona ritratta nel dipinto, o anche in quale parte della Toscana si trovino gli elementi del paesaggio raffigurato sullo sfondo. Si tratta di studi non inutili, poiché permettono ad esempio di precisare meglio a quale periodo della produzione leonardesca l’opera vada attribuita⁴; per quanto ci interessa, però, si presenta evidente la connessione tra l’opera e una persona fisicamente presente al momento della realizzazione, una modella in carne ed ossa nonché nome e cognome, le cui fattezze Leonardo ha in certo modo *iconicamente* riprodotto sulla tela. Certo, a noi interessano assai più i raffinati *effetti di senso* del dipinto, ma dobbiamo notare che per buona parte questi sono costruiti proprio *lavorando sugli effetti di referenza*. Per cogliere davvero quella sensazione sottile di enigma, di assenza, di quasi incorporeità della donna ritratta (cito per semplicità alcune tipiche espressioni ricorrenti nei discorsi interpretativi sull’opera), bisogna *prima* cogliere l’effetto di presenza, di fisicità, d’indubbio

4 Cfr. ad esempio Sassoon (2001).

contatto visivo con il volto della donna. Bisogna cioè avere la sensazione indiscutibile che la modella fosse fisicamente lì davanti all'autore, per poi sentire che Leonardo si è distanziato da questa evidenza per affievolirla e trasformarla, sì da mutare la materialità di quel viso e di quel corpo in qualcosa che si allontana verso una dimensione sfuggente, ove tutto è reso quasi impalpabile, sorprendentemente cangiante, non più determinato e non più afferrabile, tanto da sfiorare per qualcuno lo stesso senso, opposto, di un'assenza. L'effetto estetico sarebbe dunque almeno in parte costruito – fatto per noi semiotici molto interessante! – per via di *differenza*, grazie alla messa in evidenza di uno *scarto* tra due piani visivi, concettualmente dipinti quasi, potremmo dire, *l'uno sull'altro*. Il senso nasce dunque anche dal modo in cui è trasformato l'effetto di referenza: sicché senso e referenza, o se vogliamo valori analogici e valori iconici in un testo visivo, non abitano mondi separati e del tutto sconnessi. Il valore semantico più profondo di un testo visivo si costruisce forse spesso così, attraverso questo gioco di progressiva dissoluzione del legame che annoda il testo alle cose del mondo.

3. Instagram: caratteri delle immagini

In questo articolo faccio riferimento a Instagram, che con il suo miliardo di utenti attivi si presenta come un gigantesco contenitore d'immagini, fungendo da riferimento primario per la gran massa delle persone comuni (gli appassionati di fotografia e gli utenti evoluti del mezzo fanno notoriamente capo ad altre realtà sulla rete). Ovviamente non si può pensare di affrontare lo studio di un universo così sterminato, e s'intende che, come non esiste una generica "semiotica della fotografia", così neppure può esistere uno studio semiotico di Instagram nella sua multiforme eterogeneità. Dato il nostro tema, è certo significativo rilevare che abbondano fotografie di luoghi, spesso legati a viaggi compiuti dagli utenti, e che queste tendono in effetti a disporsi su una sorta di *mappa del mondo* – aspetto che i responsabili della community opportunamente curano e valorizzano. Penso però soprattutto ad aspetti, particolarmente rappresentativi della cultura visiva di Instagram, che ne qualificano la dimensione "social", legandosi a un uso della fotografia connesso a effetti di documentazione della vita quotidiana di ciascun utente.

Ricordiamo peraltro che frequentano questo, come altri social network centrati sull'immagine, anche aziende che vi trovano spazi per la loro promozione, professionisti di varie discipline che usano la community come showroom professionale, e soprattutto utenti che aspirano a raggiungere lo status semiprofessionale del cosiddetto *influencer*, cioè di chi da una sua passione per la documentazione fotografica (di luoghi, cibi, capi di vestiario o altro) riesce a ricavare più o meno significative somme di denaro. Anche in quest'ultimo caso, si tratta di esporre un flusso di eventi quotidiani in cui gli oggetti che vengono promossi devono valere – come scrive una delle più note *instagrammer*, Aimee Song (2016) – come un modo per raccontare la propria storia, esprimendo insieme il proprio stato d'animo, la propria agenda del giorno, il carattere del luogo in cui ci si trova – si noti anche qui la connessione tra *agenda*, *mappa* e *narrazione* di sé, con il capo d'abbigliamento indossato che

viene a valere come un distillato chiamato a sintetizzare l'essenza di tutte le componenti.

Il mio campione d'immagini, necessariamente composito, comprende una carrellata (del tutto parziale, certo) di immagini postate dagli utenti comuni, cui ho affiancato alcuni informali colloqui con giovani utenti della community, e poi alcuni riferimenti all'attività di questi *influencer* di particolare esperienza, e soprattutto un libro dedicato alle immagini di Instagram (Watson Payne 2013), cui ho fatto riferimento per le brevi analisi e gli esempi di cui ora tratterò. Il libro presenta un titolo e un sottotitolo certamente significativi: il primo, *This is happening*, e il secondo, indicato a mo' di hashtag, *#Life through the lens of Instagram*, dichiarano infatti un riferimento all'immediatezza della vita, a un presente dell'accadere, e dunque a un'idea della condivisione d'immagini quale diario di una vita quasi mostrata in diretta – tutto questo sia pure mediato, o diremmo propriamente *filtrato*, attraverso “la lente di Instagram”. Ma questa titolazione può lasciare perplessi nel momento in cui sfogliamo il volume, essenzialmente costituito da una serie di fotografie, oltre duecento, senza commenti e didascalie: si tratta perlopiù d'immagini prive di persone, quasi mai orientate a mostrare eventi o a registrare in senso stretto momenti di vita quotidiana. Eppure, questa raccolta cerca senz'altro di presentare una sintesi di ciò che è più tipico di Instagram, almeno secondo una delle letture possibili da parte di chi ne abbia una conoscenza approfondita. Alla lunga serie di fotografie priva di scansioni o raggruppamenti, il libro fa precedere solo una paginetta introduttiva, di poche righe ma significative: vi si sottolinea che questo è un libro fatto dagli utenti di Instagram, si inneggia al piacere della condivisione, e si aggiunge: “Quasi non possiamo credere ai nostri occhi. Sta davvero accadendo questo? Sì, sta accadendo. Noi afferriamo i nostri smartphone e scattiamo. Diamo a tutto un tocco di sogno, di bellezza e di vintage”. A noi cercare di capire cosa questo significhi, e cosa tenga insieme il senso dell'istante e dell'accadere con la sensazione del sogno e del tempo passato. La prima impressione è quella di immagini che siano state ad arte opacizzate e impoverite. Non di rado le fotografie si presentano parzialmente sfocate, in una maniera innaturale o addirittura incongrua, che palesemente non ha nulla a che vedere con le ragioni ottiche dello sfocato tradizionale. Inevitabilmente, siamo portati a chiederci quale relazione queste immagini abbiano con i *luoghi*, e in che senso possano far riferimento a degli *eventi* collocati nello spazio e nel tempo.

Cerchiamo però di capire meglio, esaminando alcuni esempi. Parto da una delle primissime immagini del libro, collocata a pagina 12 (fig. 1). Come si può vedere, gran parte della fotografia è occupata da due classiche sedie a sdraio con telaio in legno e telo a strisce bianche e azzurre, appoggiate su una spiaggia di ciottoli e voltate verso il mare. L'inquadratura dal basso rende le sedie in primo piano innaturalmente imponenti, mentre al tempo stesso limita la visione del mare a una striscia ristretta; si vede invece un'ampia distesa di cielo, azzurro e bianco di nuvole. Unico essere vivente, piccolo e poco visibile, è un gabbiano fermo sulla riva. Contiamo così cinque distinti *formanti figurativi*, cui tuttavia dobbiamo in certo senso aggiungere un sesto, pur se solo implicitamente presente: giacché la coppia di sedie accostate l'una all'altra allude a



Figura 1.

due occupanti la cui assenza viene nettamente percepita, tanto più in quanto la presenza della coppia avrebbe reso l'immagine del tutto ovvia e comune. La mancanza delle due persone è così avvertita *per differenza*, risultando anche sottolineata dall'effetto visivo di una leggera brezza che "riempie d'aria" – di *vuoto*, diremmo – le due sdraio.

Questa, come tutte le altre fotografie contenute nel libro, presenta forma quadrata, secondo quello che era l'uso originario di Instagram (formato vintage, proprio tra l'altro alle foto Polaroid, e prima ancora ad apparecchi mitici come la Rolleiflex). La costruzione interna dello spazio è piuttosto curata, specie per le simmetrie che combinano linee che nella metà bassa sono leggermente inclinate verso l'alto a destra (orizzonte marino compreso) e nella metà alta dell'immagine sono inclinate invece verso l'alto a sinistra. La sovrapposizione della parte centrale, fotografata in controluce ma un po' esasperatamente schiarita, e poi compensata da una vignettatura che della fotografia scurisce invece leggermente i bordi, rende il telo delle sdraio alquanto evanescente e quasi immateriale, tanto più se confrontato alla scabrosità pesante e ruvida del terreno pietroso. L'effetto, che possiamo davvero riconoscere come un po' "dreamy", si accompagna all'elaborazione cromatica che, tramite un ti-

pico *cross-processing*, ridefinisce i colori in modo innaturale, riducendone la tavolozza a sole due regioni cromatiche, rispettivamente centrate sull'arancio e sull'azzurro. Poiché queste due dominanti si dispongono in modo da spartirsi verticalmente l'immagine, l'effetto complessivo è quello di riempimento e pesantezza, e di terrestre e bruta materialità verso il basso, e al contrario di vuoto e leggerezza, e di aerea indefinita chiarezza, verso l'alto.

Tutto contribuisce a instradare una lettura dell'immagine sottilmente evenemenziale. Le due sedie a sdraio sono state volutamente accostate e poi lasciate: la fotografia coglie uno stato successivo. Ma è determinante il comporsi di una serie di *formanti plastici*, tra cui il rigore delle misure, la regolarità del gioco delle inclinazioni, l'innaturalità della prospettiva e dei volumi, l'omogeneità delle due dominanti di colore che suggellano il carattere attentamente predisposto dell'immagine. La fotografia ferma volutamente, accuratamente, del tutto consapevolmente, un certo momento nel flusso degli eventi: un vuoto di cui l'autore percepisce palesamente la carica di senso, e che ci propone come *focus* del suo testo.

Altre foto appaiono significativamente imparentate con questa. A pagina 26 due paia di bassi stivali in gomma campeggiano prepotentemente in primo piano, sullo sfondo di un porticciolo zeppo di barche da pesca. La fotografia è decisamente giallastra, segnata dalle macchie, ingombra di particolari superflui, ma le due coppie di stivali suggeriscono, nel loro enfaticizzato abbandono, una qualche vicenda vagamente inquietante, che l'immagine, scattata a posteriori, non ha potuto documentare. A pagina 40 le scarpe abbandonate sono invece soltanto due, lasciate sulla sabbia, una allacciata e una no. Anche qui l'immagine, a effetto davvero "dreamy", è stata sottoposta a una dominante sul giallo, anche qui troppo chiara in centro e troppo buia sui bordi. Si tratta, capiamo, di un intervento decisamente grammaticalizzato, di natura enunciazione: un segnale di evidenziazione di cui cominciamo ad avvertire l'importanza, pur se ancora non ce ne sono chiare le ragioni.

A pagina 73 vediamo una fila di poltroncine di plastica, tutte rovinate e diverse l'una dall'altra, abbandonate vuote lungo un muro. Due pagine prima c'è un'immagine molto simile, ma la poltroncina è una sola, e non ci sono colori. A pagina 184 riconosciamo un'immagine molto vista: i lucchetti attaccati al mancorrente di un ponte, con i nomi degli innamorati che sono stati qui, non si sa quando. A pagina 119 il paesaggio è invece quello di un lago; in primo piano la punta di un kayak con un remo appoggiato di traverso. Anche qui, nessuna traccia di soggetto umano; anche qui, diremmo, lo scatto fotografico è arrivato troppo tardi; l'ampio spazio di acqua scura che finisce lontano ci comunica un gran senso di vuoto e solitudine.

Un po' diverso il caso della figura 2, a pagina 189 del libro. Qui c'è apparecchiata, sul tavolo, una colazione per due, e nulla sembra ancora essere stato toccato. Di fronte, poggia i gomiti sul tavolo una donna, di cui l'immagine taglia fuori la testa (si possono riconoscervi reminiscenze di certe celebri opere fotografiche di Alfred Stieglitz). Le braccia angolate della donna e la profonda V della sua scollatura, così come i piatti e i vasetti sul tavolo, formano un gioco silenzioso di simmetrie. Ma la scena è ferma, quasi al modo di una *natura morta*, e la donna con una mano appoggiata al piatto vuoto non è intenta a far



Figura 2.

colazione né vi si sta preparando; chiaramente sentiamo che la scena implica la presenza – ma potremmo davvero dire l'assenza – dell'altro membro della coppia, e questi non può essere collocato se non nella posizione stessa da cui stiamo guardando. È nostra, insomma, questa assenza dallo spazio visivo.

Per certi versi analoga, ma più particolare, è l'immagine di pagina 50 (fig. 3): una fotografia piuttosto scura, come presa verso l'imbrunire, mostra un piatto ancora verde su cui si sono posate molte foglie secche, ciò che suggerisce una collocazione in principio d'autunno. Sul piatto è steso un telo visibilmente stropicciato e in disordine, e su questo si contano otto libri che si presentano come i veri protagonisti dell'immagine. L'insieme può suggerire l'idea di una sorta di picnic letterario, un'occasione di lettura presumibilmente partecipata tra più persone, dato che i libri sono sparsi in aree diverse – penseremmo, in effetti, ad almeno due lettori distinti.

Buttati sul telo senza un ordine chiaro, i libri ci appaiono senz'altro usati, invecchiati. Alcuni hanno la copertina malamente piegata, che si apre sulla pagina interna: forse un soffio di vento ha sollevato il cartoncino, magari lo stesso vento che ha fatto posare sul telo foglie secche, polvere, granelli di sporco. Ci appaiono dunque, questi libri, abbandonati da qualche tempo. Dove sono i lettori, di cui non abbiamo altri indizi? Forse l'immagine presuppone,



Figura 3.

anche qui, una piccola storia che non ci è dato conoscere, e la fotografia cerca di recuperare a posteriori il ricordo di un momento, presumibilmente piacevole, di un pomeriggio di lettura condiviso. Tra l'altro, notiamo che, per quello che si può leggere su alcune delle copertine dei libri (a parte un romanzo di fantasy di Piers Anthony), si tratta anche di libri su tematiche sociali (*Ethnicity* e *Encounter Groups*), ciò che ancora può venire a sottolineare maggiormente il senso di solitudine.

A pagina 89 campeggia in primo piano una gran tazza vuota o semivuota, parrebbe fatta di una terracotta grezza, o forse legno; di colore marrone chiaro, sta appoggiata su un pianetto in legno altrettanto grezzo. Anche qui, l'oggetto è stato usato ma l'evento è ormai passato. E la posizione della tazza, in particolare quella del manico che si volta verso di noi sulla destra, fa pensare che sia la tazza dalla quale noi, di fatto, abbiamo prima bevuto. La novità è che le si apre davanti una sorta di *non-vista* sull'esterno: quello che potremmo vedere attraverso il vetro di un finestrino, forse quello di un treno, ma il bagliore del riflesso della luce esterna sul vetro annulla ogni trasparenza.

Appare del resto relativamente diffusa, in queste immagini, la presenza di vetri dalla trasparenza dubbia: finestre e finestrini, vetrine che oppongono allo sguardo fotografico un certo grado di *opacità*. Ad esempio, a pagina 24



Figura 4.

un'altra fotografia, a dominante ancora una volta gialla e marrone, ci mostra la vetrina di un negozio di carattere decisamente *vintage*: si tratta di macchine da cucire di vari tipi, collocabili intorno ai primi del Novecento. La vetrina è offuscata da riflessi di luce giallastri, e in parte opacizzata da scritte relative al produttore degli oggetti, anche queste in colore giallo-oro. Riflessa nella vetrina è l'ombra scura di una persona: difficile dire se si tratti di qualcuno all'interno, o più probabilmente di chi, come il fotografo e noi stessi, sta guardando dall'esterno. A pagina 15, invece, una finestra di legno scrostato incornicia l'immagine di uno spazio d'acqua deserto, anche qui probabilmente un lago, ma non si sa dire se l'immagine è vista *attraverso* il vetro di una finestra o vi è riflessa *sopra* – ancora torna l'ambiguità tra i due spazi.

A proposito di fotografie *localizzate*, l'immagine della figura 4 (da pagina 55 del libro) dichiara la sua localizzazione due volte, tramite la silhouette famosissima del ponte e tramite la scritta San Francisco, che leggiamo rovesciata su quello che probabilmente è un edificio del *dock* del porto. Ma ciò che ci colpisce è che noi vediamo la scena attraverso una finestra, grazie a una mano che sta aprendo una tenda leggera, spostandola verso destra. L'atto fotografico del *farci vedere* è dunque ripreso e simbolicamente testualizzato in questo gesto. Le fotografie di Instagram sono come finestre sul mondo, che gli utenti



Figura 5.

aprono per condividere con gli altri ciò che vedono, e questo gesto è spesso reso percepibile, se non del tutto esplicito come in questo caso.

Affine ad altre immagini di cui abbiamo parlato, ma più elaborato, è il caso della fotografia in figura 5, da pagina 96. Elementi figurativi due vagoni merci e un traliccio dell'alta tensione. La scena è vista anche qui attraverso un vetro, sensibilmente opaco, sul quale si notano gocce e strisce d'acqua e macchie di varia natura (fuori, evidentemente, sta piovendo). La presenza del vetro è in questo caso molto sensibile, sì da dar vita a due piani visivi nettamente distinti. Ma il rapporto tra i due piani è complesso e, ancor più che in alcuni dei casi precedenti, difficilmente decidibile. Ad esempio, all'estrema sinistra c'è una linea verticale irregolare che sembra essere dovuta a un rivolo di umidità, e dunque appartenere al vetro, ma non giureremmo lo stesso della linea più regolare che la affianca appena più a destra, e che potrebbe corrispondere tanto a un cavo esterno quanto ad esempio alla giunzione tra due porzioni del vetro. Ma poi: i numerosi fili elettrici che solcano la metà alta dell'immagine sono accompagnati da tracce nettamente più chiare, che potrebbero essere riflessi sul vetro di qualcosa presente nello spazio interno, e che tuttavia accompagnano i fili elettrici sovrapponendosi con un parallelismo davvero singolare. E anche le sbarre verticali che rinforzano le fiancate dei vagoni possono apparire

singolarmente simili al disegno di alcune delle strisce di umidità che solcano verticalmente il vetro. Talune porzioni più luminose (compreso lo strano triangolo regolare sulla sinistra) danno poi vita a un formante ambiguo che parrebbe corrispondere a riflessi di luci collocate nello spazio interno, ma non si può negarne l'analogia con strisce di luminosità che diremmo invece far parte piuttosto dello spazio esterno, supponendo si tratti di un riflesso sulla fiancata del vagone.

È insomma singolare l'ambiguità tra gli spazi, e ci colpisce il gioco di casualità che pone gli spazi in parallelo, creando corrispondenze che sarebbero frutto di coincidenze. E ancora una volta il più classico degli effetti di *cross-processing* unifica l'intera scena nell'accostamento dei due colori che tradizionalmente regnano su Instagram: un giallo-marrone sbiadito e un pallido azzurro virato verso il verde. Un insieme di elementi di per sé stessi insignificanti compone così un'immagine sfuggente, in cui elementi e spazi componenti si rincorrono e si sovrappongono. Forse, scorgiamo in questo una chiave per entrare nella logica espressiva dell'universo di Instagram. Forse, incominciamo a capire, c'è una ragione in questa tendenza a ridefinire i colori, riducendone la gamma naturale, riducendo cioè quella naturale disposizione variata che nel mondo separa gli oggetti e scompone il visibile in un insieme di entità indipendentemente nominabili. E allo stesso modo c'è una ragione nell'ostinarsi a lavorare sui regimi di nitidezza e sullo statuto delle trasparenze, su tutto ciò che insomma scandisce i piani e distribuisce il visibile in spazi distinti. Non si tratta forse di un *vezzo*, ma di tecniche espressive destinate a consentire una presa sul reale e a operare sul dato immediato del suo "essere lì".

4. Resistere all'irrelevanza

L'attenzione di uno sguardo semiotico coglie il nesso, non immediatamente evidente, che lega questa ambiguità del guardare attraverso un dispositivo opacizzato alla presenza/assenza del Soggetto – fenomeno che come ora vedremo assume in questo caso un suo valore particolare. Nessuno compare nello spazio visivo dell'immagine, eppure questa allude a qualcuno che c'è o che c'era, e che molto spesso è collocato al di qua del ritaglio di presa d'immagine, grosso modo nel luogo che noi stessi lettori occupiamo. La mano che scosta la tenda nella foto sui docks di San Francisco non ci appare come la nostra stessa mano? I libri abbandonati sul telo disteso sull'erba non sono forse evidentemente orientati verso il nostro sguardo? Non siamo noi che stiamo tardando a interagire con gli oggetti fotografati, o che li abbiamo lasciati? Non è nostra la tazza che ci appare, ormai vuota, poggiata davanti a noi? E non era poco prima occupata da noi una delle due sedie a sdraio la cui tela fluttua ora nell'aria? Questo effetto di "impronta" ci ricorda uno dei modi in cui la fotografia è stata considerata in semiotica, ma al tempo stesso la maniera specifica di rappresentare tale effetto ci appare qui profondamente diversa rispetto al consueto: l'effetto di "replica del reale", troppo ingenuamente attribuito da alcuni al procedimento fotografico, appare qui insieme realizzato e messo in causa. Non a caso, esso si combina appunto con questo gioco dell'*esserci* e del *non esserci*, e con un sotterraneo svuotamento dell'idea del "momento deci-

sivo” alla Cartier-Bresson: ogni momento è fotografabile, nessun momento è decisivo, nessuna immagine coglie il “momento giusto”, il flusso della vita è *memorabile per intero o per nulla*. Dov’è dunque l’effetto del “qui ed ora”, a cosa corrisponde quell’idea del cogliere la vita mentre accade, quel senso del “this is happening” che pure vediamo essere così esplicitamente enfatizzato? A che serve l’atto del postare l’immagine nella sua immediatezza, a che vale la capacità di localizzarla con precisione assoluta?

Eppure, se non ci fosse alla base quell’idea di immediatezza, se non ci fosse la certezza di quella precisa localizzazione spaziale e temporale, molte delle immagini mostrate su Instagram non avrebbero il significato che invece possiedono – come in effetti ci hanno confermato gli utenti comuni con cui ne abbiamo parlato. Abbiamo dunque tre direzioni su cui ragionare: la prima, di cui abbiamo appena detto, concernente il rapporto tra il soggetto e la scena, la seconda il lavoro sul tempo, la terza l’alterazione dei tratti visivi. Per quanto riguarda il lavoro sul tempo, ci hanno colpito parecchi esempi (che hanno paralleli nelle immagini postate da molti utenti comuni) ove la foto di Instagram non sembra voler registrare l’accadere ma, diremmo, gli *indizi* o la *traccia dell’accaduto*. C’è nell’ambito della fotografia d’arte, in proposito, una per noi significativa linea estetica, anche particolarmente raffinata (si pensi al nome di Sarah Moon), per la quale la fotografia si fonda spesso su una sfasatura temporale: ogni fotografia suggerisce il senso della perdita, ci presenta come l’anima di ciò che abbiamo appena sentito svanire: cattura non la visione delle cose, ma la sensazione di averle viste. Un’osservazione particolarmente interessante in questa sede: molte fotografie della Moon predispongono per il fruitore una successione temporale che offre dapprima la sensazione di qualcosa di semplice e leggibile, per poi sottrarre progressivamente tale sensazione, allontanando e ponendo in dubbio la lettura immediata. Nel suo caso, si tratta di produrre uno scarto tra la percezione dell’immagine nella forma ingenua di un riconoscimento e la presa di coscienza della sua elaborazione linguistica e della sua non corrispondenza con le cose (cfr. Ferraro 2011). Nel nostro caso l’effetto è certamente diverso, ma le analogie sono significative e interessanti. Anche qui, sia pure in tutt’altro modo, la testimonianza della “vita vissuta” sembra effettivamente arrivare tramite una sorta di documentazione a posteriori, e quasi suggerendo l’idea per cui la traccia che l’evento ha lasciato sia, per chi l’ha vissuto, più significativa del momento stesso in cui l’evento è accaduto. Due sedie a sdraio rimaste vuote, o due paia di stivali di gomma abbandonati, appaiono dal punto di vista espressivo costituire un’immagine più potente, più definitiva; in certo modo, come mi è stato detto da un appassionato di Instagram, più “perfetta”. E verrebbe da pensare che si tratti della stessa filosofia che esalta il lucchetto chiuso “per sempre” sulla ringhiera del ponte, rispetto al momento fuggibile, e in fondo più ordinario, di un abbraccio o di un bacio.

Anche quando ad essere fotografato è un momento presente, e dunque non si ha questa sensazione di riferimento a un’azione passata, il trattamento dell’immagine produce un effetto in definitiva non molto diverso. Ci sono, d’altro canto, anche nel libro che ho preso come riferimento, fotografie che, in prima battuta, diremmo ritraggano oggetti e scene del tutto quotidiani: ortaggi esposti nelle cassette di un negozio d’ortofrutta, una signora che acquista



Figura 6.

qualcosa da una commessa in un negozio di alimentari, un uomo che contempla una scena urbana dalla terrazza di un grattacielo, persone che camminano per la strada di una città, un uomo che guarda indietro dalla base di una rampa di scale, delle persone in lontananza su una spiaggia (in figura 6 un esempio, da pagina 88 del libro), e così via.⁵ Ma nella maggior parte dei casi si tratta di scene opacizzate, offuscate dal fuori fuoco, rese quasi illeggibili dalla nebbia, e soprattutto pesantemente de-naturalizzate dalle manipolazioni cromatiche, e per questa via allontanate e degradate, rese come citazioni d'immagini ripescate, anche qui, da un qualche momento passato. Non è questione di un mero *abbassamento* della qualità dell'immagine. Questo tipo di elaborazione visiva attutisce insieme la gamma dei colori, la percezione del contrasto tonale, la nitidezza delle linee che definiscono gli oggetti. La grammatica di Instagram mette in gioco una serie di strutture segniche che convergono nell'evidenza di questi formanti, d'ordine cromatico quanto eidetico.

Ma sono gli stessi utenti del social network a farci intravedere la connessione fra i tre aspetti di cui abbiamo parlato. Potremmo sintetizzare le loro

⁵ Sono presenti, certo, anche fotografie di carattere scherzoso, o immagini comunque non "trattate" alla Instagram, ma sono davvero, nel numero complessivo, molto poche.

osservazioni – talora ingenua, altre volte più ragionate – in una riflessione di questo tipo: postare una fotografia su Instagram è sì, da un lato, un modo per stare in contatto con gli amici e raccontarsi in diretta, ma questo modo d’agire rischia costantemente un senso di banalità, di appartenenza a una sorta di vita “media” – potremmo aggiungere, proprio nel senso delle celebri riflessioni sulla fotografia di Pierre Bourdieu (1965). Ne deriva dunque una strana composizione tra il desiderare e insieme il temere di “essere come gli altri”, di appartenere a una generazione di giovani che documenta tutto perché sente che tutto ciò che loro accade è parimenti marginale e anonimo, destinato a perdersi nel flusso dell’irrelevante. Ha dunque un senso la messa in atto di una strategia semiotica che, quasi contraddittoriamente, da un lato cerca di fermare la traccia oggettiva dell’evento, e dall’altro lato cerca di distanziarlo in una dimensione più astratta e interiore, psichicamente costruita, corredata di tratti universalizzanti, e proprio per questo, si vorrebbe, in qualche modo dotata di senso, e capace forse di resistere allo scorrere via verso l’irrelevanza. Come se si volesse dire che l’apparente limitatezza del qui-ed-ora può essere ridefinita, trascesa, in qualche modo affidata a una salvatrice codificazione semiotica: «È questo, è adesso, accade a me, ma al tempo stesso non è solo questo, non solo ora, non solo riferito a me». Appare in effetti in questa prospettiva avere un senso quell’effetto di ambiguità che spesso ci si presenta, tra lo spazio della scena e lo spazio del “noi”, tra il mondo osservato e lo sguardo che lo osserva, fino a giungere talvolta all’enfatizzazione di un piano intermedio di separazione, come quello del vetro di una finestra attraverso il quale guardiamo il mondo: la fotografia di Instagram introduce dunque formanti destinati a segnalare una condizione che rende *non ovvia* quella possibilità di afferrare e riprodurre il reale che sarebbe parsa, ingenuamente, garantita in partenza.

5. La generazione di un’immagine fotografica

Sulla base di questi esempi e queste riflessioni, è possibile proporre un’ipotesi relativa al possibile percorso generativo di un’immagine fotografica di questo tipo. Proviamo ad abbozzare – niente di più, al momento – uno strumento operativo che sarebbe essenziale introdurre, ponendolo accanto a ciò che è già stato proposto in altri ambiti, quanto meno quelli della musica e dei testi narrativi (oltre s’intende a quello dell’area linguistica, ove il discorso si presenta più complicato). S’intende che questa proposta non pretende affatto di valere per ogni tipo d’immagine fotografica, tanto più che si è ormai riconosciuto quanto sia improprio parlare di principi semiotici validi per “la fotografia” in generale. Lo schema che propongo colloca in primo piano quei processi di topicalizzazione e focalizzazione che vari tipi di ricerche stanno evidenziando come assolutamente centrali nel funzionamento di molti sistemi semiotici, nonché nella costituzione di quel componente semiotico di base – detto da alcuni anche “proto-narrativo” – su cui i vari sistemi specifici sembrerebbero fondarsi.⁶ Va segnalato in ogni caso che su entrambi i lati di questa struttura testuale primaria, quelli che sono detti *topic* e *focus*, devono essere fatte ulte-

6 Si veda in proposito Ferraro 2015: 145-152.

riori distinzioni – che in questa sede mi limiterò ad accennare. Ecco dunque i passi essenziali del percorso.

In primo luogo l'immagine dichiara, tipicamente, la presenza di un *topic*, nel senso di entità di riferimento (oggetti, luoghi, persone, eventi...), da intendere quali elementi tematici *dati*, ricevuti dall'esterno (in certi casi, in fotografia, questa può essere una componente importante di un'impostazione poetica: si pensi all'idea di "afferrare il flusso degli eventi", "cogliere un aspetto imprevisto del reale", e simili).

A un secondo passo, tuttavia, la *topicalizzazione* si presenta invece come un'operazione dipendente dal soggetto: l'immagine non subisce meramente ciò che essa mostra, in certo senso anzi lo ridefinisce, innanzi tutto tramite un'operazione di *ritaglio*. Il concetto di "ritaglio", va notato, si riferisce a un processo concettuale più complesso della mera definizione dei margini d'uno spazio visibile; basti pensare alle classiche considerazioni esposte nella *Poetica* da Aristotele a favore di un'operazione che ritaglia uno spazio narrativo omogeneo: si avrà allora chiaro, tra l'altro, che questa operazione (anche in fotografia, certamente!) ha carattere tanto spaziale quanto temporale. Questa operazione pone dunque in campo un soggetto attivo – pensiamo ad esempio a quanto possa essere emblematica la foto prima citata che mostra la mano che apre la tenda, rappresentando in quel gesto la decisione di renderci visibile il luogo: San Francisco esiste certo come realtà data, ma non entra nell'immagine se non grazie a questo specifico gesto del soggetto, esplicitamente testualizzato. Non possiamo in questa sede che farvi un rapido cenno, ma si comprende che il ricorrere nelle nostre immagini di tendaggi che si aprono, finestre eccetera, ha un corrispettivo per nulla casuale nella classica trattazione della descrizione letteraria da parte di Philippe Hamon (1981).

Topic dato e processo di topicalizzazione, intendendo quest'ultimo come prima forma di appropriazione dello spazio visivo: ci sembra dunque che gli utenti tipici di Instagram vogliano segnalare con chiarezza la distanza tra l'esperienza diretta di vita e la realizzazione dell'immagine, con riferimenti anche alla dimensione agentiva del *far vedere*, alla parziale opacità del dispositivo, eccetera.

Qui s'inserisce dunque il terzo componente del percorso generativo: le immagini vengono sottoposte a un definito processo di *elaborazione*, destinato tra l'altro a evidenziare la natura *processuale* del testo visivo. Certo, sappiamo bene che nessuna fotografia nasce in modo "naturale" da un qualche tipo di apparecchio; che si tratti di registrazione chimica o elettronica, un processo di "sviluppo" manipola i dati fisici "crudi"; tuttavia nel nostro caso sono scelte specifiche forme di manipolazione tali da rendere evidente la loro azione. Sappiamo già di essere di fronte a una combinazione tra operazioni d'ordine eidetico e d'ordine cromatico. Le prime abbassano nitidezza e contrasto tonale, non di rado aggiungendovi giochi d'offuscamento e riflessi confusi. Le seconde portano alla ben nota trasformazione della gamma dei colori, non a caso indicata da molti come "effetto Instagram" (anche se oggi molti utenti della community impiegano magari risorse offerte da altri software, magari un po' più raffinati, si pensi ad esempio a VSCO). Nell'insieme, si tratta sostanzialmente di una *sottrazione* più o meno forte rispetto alla gamma tona-

le e cromatica “normale”, o ancor più rispetto alla curva tonale leggermente accentuata cui siamo al contrario abituati dalle forme di sviluppo fotografico più diffuse. Si parla anche di nostalgia e di vintage, ma molti vedono in questo piuttosto la tendenza a un allontanamento temporale e a un effetto di “indefinito” – certamente lontano dall’idea di una rappresentazione del qui-ed-ora, e vicino piuttosto a procedimenti di astrazione e generalizzazione.

La tendenza alla geolocalizzazione si presenta dunque come un fenomeno più complesso di quanto si tenderebbe a pensare. Le riflessioni intorno alla composizione tra i due principi della *mappa* e dell’*agenda* (cfr. Ferraro 2014) già ci avevano segnalato come ci si stesse muovendo verso una nuova composizione tra due differenti logiche di categorizzazione della vita quotidiana, tradizionalmente ben separate, costituendo la *mappa* un’*impersonale e condivisa* rappresentazione del mondo e l’*agenda* invece una *soggettiva* rappresentazione dell’universo emozionale e dei programmi d’azione *personali*. Rilevando il prodursi di forme nuove d’ibridazione tra il principio della mappa e quello dell’agenda, comprendevamo che si veniva in qualche modo ridefinendo il modo di articolarsi dell’istanza di Destinazione e dell’istanza di Prospettività.⁷

A conti fatti, la localizzazione spaziale e temporale gioca davvero un ruolo decisivo, in quanto è assunta come base per assicurare un ancoraggio del soggetto a un reale oggettivamente indubitabile. Tuttavia, si vuole che questo mondo cui si fa riferimento, e cui ci si lega per connessioni indicali e per riproduzione iconica, presenti natura di oggetto costruito, e *collettivamente costruito*. Il mondo esiste oggi, come tanti hanno notato, *attraverso la sua rappresentazione fotografica*, e attraverso la citazione dei suoi luoghi, la recensione dei modi della sua accessibilità fisica, l’elencazione degli eventi che vi hanno luogo, eccetera. Questo non sottrae al mondo la sua oggettività, ma cambia in certo senso la provenienza dei suoi *oggettivi* caratteri: che non dipenderebbero più tanto da un Destinante istituzionale o impersonale bensì dallo sguardo condiviso di un soggetto, appunto, collettivo. L’opera fotografica dei membri della community dunque non registra il mondo ma ne determina lo statuto e i modi d’esistenza, e questo richiede da un lato la moltiplicazione degli atti di riferimento, la fotografia ubiqua, l’inventario ossessivo dei luoghi e dei fatti, dall’altro lato l’elaborazione di forme capaci di standardizzare questi gesti destinati a mostrare il mondo: forme di semplificazione, di normalizzazione, di denaturalizzazione.

Una delle questioni che eternamente si pongono alle scienze sociali, ma anche all’immaginario collettivo (si pensi alla storia emblematica narrata nella saga di *Matrix*) è quella dei rapporti e dei confini tra la logica di un vissuto personale e l’azione dei modelli collettivi – un’ambiguità che la cultura contemporanea esaspera ulteriormente. Lo stesso, ora, quando qualcuno scatta una fotografia. Senza sapere bene se si trova lui stesso dentro o fuori della scena, senza sapere bene dove finisce il suo desiderio di mostrare e dove comincia quello di cancellare, o dove arriva il suo ruolo di creatore di un’immagine e dove viene a ricoprirlo la coltre unificatrice e normalizzante

7 Cfr. Ferraro 2015.

di una grammatica espressiva che ha ineluttabilmente penetrato, da fuori, il suo smartphone.

È facile rilevare come l'espressione "condividere" porti qui a confluire i suoi due sensi diversi: si *condivide* con gli altri un momento, un luogo o un'immagine, allo scopo di sentire di *condividere* con gli altri un modo di percepire il mondo, un gusto e una *aisthesis*, una forma organizzata di rappresentazione dei fatti e di assegnazione di valori. Non si tratta dunque soltanto di una sorta di *grooming* fotografico, dato che questo atto di condividere tra membri di un'entità "social" risulta soprattutto strumentale alla costruzione e al mantenimento di questo stesso collettivo soggetto semiotico. La geolocalizzazione, la referenza specifica, il personale e il contingente costituiscono punti di partenza, ma ciò che davvero conta è la pratica della loro sottrazione dalle immagini: un'operazione forse alquanto sconfortata, ma che per certi versi si presenta davvero tecnicamente parallela a quella citata sopra a proposito di Leonardo: muovere verso l'astrazione, oltre il contingente, oltre l'effimero, alla ricerca di una qualche scintilla di senso. Lo scopo appare essere, in definitiva, quello di stabilire una qualche connessione tra lo specifico dell'esperienza personale e le categorie di una codificazione socializzata.

In termini semiotici, rileviamo come siano qui correlati i due modi fondamentali di funzionare del rinvio segnico: da un lato la dichiarazione di una capacità di *referenza* a qualcosa che si delimita come specifico e singolo, discorsivamente proposto come "entità presente nel mondo", e dall'altro lato la capacità di far capo a un *significato*, come valore concettuale corrispondente a una molteplicità di prodotti espressivi fondati su caratteri *equi-simili*, dunque correlati a un'entità d'ordine superiore, non precaria ed effimera come la prima. La messa in luce di questo modo d'operare è di notevole interesse teorico. In effetti, portandoci ad accantonare molte diatribe intorno al modo di funzionare della fotografia, ci fa constatare che quanto ci si propone non è un rapporto o/o (referente o significato), bensì procedimenti che intrecciano regimi e modi di significazione differenti. Quanto alle pratiche di geolocalizzazione, di riferimento alle mappe, di assillante disseminazione di indici di referenza ai luoghi, queste ci appaiono come aspetti di un cambiamento più profondo nella relazione con lo spazio. Il *No Sense of Place* del fondamentale lavoro di Joshua Meyrowitz (1985) è forse nuovamente da riscrivere: i media che avevano storicamente spezzato il nostro rapporto con lo spazio fisico vengono ora, sia pure in un modo profondamente nuovo, a riannodare quel rapporto, a riconciliarci con una mappa del mondo che è diventata però, nel frattempo, più plasmabile, più disponibile a un operare in chiave, in senso semiotico, *costruttiva*: non è più soltanto destinata alla lettura, ma anche *soggetta a scrittura*.

Bibliografia

- Bourdieu, Pierre et alii
1965 *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Paris, Minuit:
trad. it. *Un'arte media. Saggio sugli usi sociali della fotografia*, Milano,
Meltemi, 2018,

Buse, Peter

2016 *The Camera Does the Rest. How Polaroid Changed Photography*, Chicago, University Press,

Cumming, Naomi

2000 *The Sonic Self. Musical Subjectivity and Signification*, Bloomington, Indiana University Press.

Ferraro, Guido

2011 "Figure astratte. Dagli 'equivalenti' di Alfred Stieglitz alle 'coincidenze' di Sarah Moon, in Vincenza Del Marco e Isabella Pezzini (a cura di), *La fotografia. Oggetto teorico e pratica sociale*, Roma, Edizioni Nuova Cultura, pp. 250-274.

2012 *Fondamenti di teoria sociosemiotica. La visione "neoclassica"*, Roma, Aracne.

2014 "Dopo la multimedialità. L'evoluzione dei modelli culturali, dal web a Google Glass", in Isabella Pezzini e Lucio Spaziante (a cura di), *Corpi mediali*, Pisa, ETS, pp-41-63.

2015 *Teorie della narrazione*, Roma, Carocci.

Hamon, Philippe

1981 *Du Descriptif*, Paris, Hachette.

Meyrowitz, Joshua

1985 *No sense of place*, New York, Oxford University Press; trad. it. *Oltre il senso del luogo*, Bologna, Baskerville, 1995.

Morace, Francesco; Gobbi, Linda

2007 Nuovi percorsi di ricerca per un marketing in transizione, in Giampaolo Proni (a cura di), *Leggere le tendenze*, Milano, Lupetti, pp. 119-149.

Sassoon, Donald

2001 *Becoming Mona Lisa*, New York, Harcourt.

Song, Aimee

2016 *Capture your style*, New York, Abreams.

Stafford, A.M.

2007 Picturing Uncertainty: From Representation to Mental Representation, in Oliver Grau (a cura di), *MediaArtHistories*, Cambridge, MIT Press, pp. 453-468.

Watson Payne, Bridget (a cura di)

2013 *This is happening. #Life Through the Lens of Instagram*, San Francisco, Chronicle Books.

Guido Ferraro è dal 2002 professore associato nel raggruppamento M-FIL/05 presso l'Università di Torino, dove insegna Semiotica generale, Teoria della narrazione, Semiotica dei consumi. Insegna inoltre Linguaggi della comunicazione aziendale presso il Corso di laurea interfacoltà in Management dell'Informazione e della Comunicazione Aziendale dell'Università di Torino, ed è titolare del corso in Semiologia e multimedialità presso il Master in Progettazione e management del multimedia per la comunicazione, di cui è attualmente direttore.