

Politecnico di Torino

SCUOLA DI DOTTORATO

Dottorato di ricerca in Beni Culturali – XXIV ciclo

Indirizzo: comunicazione, valorizzazione e territorio

Settore scientifico disciplinare:

SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi

Tesi di Dottorato

Connecting places.

Il coinvolgimento delle comunità locali nella valorizzazione partecipata del territorio: le prospettive aperte dai locative media



Giulia Bertone

Tutore
prof. Mario Ricciardi

Marzo 2012

Questa tesi non esisterebbe senza l'aiuto di alcune persone.

Un ringraziamento particolare a: il Professor Mario Ricciardi, Alberto Cau, Irene Sorrentino, Marco Cau, Antonio Santangelo, Luca Storti, gli amici della Fondazione Rete Civica di Milano, Davide Agnelli, Maya Cybelle Carpenter, Francesco Sordi, i miei genitori.

Quando il Petrarca poteva dire degli antipodi, e che 'l di nostro vola A gente che di là FORSE l'aspetta, quel forse bastava per lasciarci concepir quella gente e quei paesi come cosa immensa, e diletteosissima all'immaginazione. Trovati che si sono, certamente non sono impiccoliti, né quei paesi son piccola cosa, ma appena gli antipodi si son veduti sul mappamondo, è sparita ogni grandezza ogni bellezza ogni prestigio dell'idea che se ne aveva.

Giacomo Leopardi (Zibaldone)

INTRODUZIONE	5
---------------------	----------

PARTE I: CORNICI

1. LA QUESTIONE DEL LUOGO	11
1.1. Morte del luogo della tradizione: dissoluzione, schizofrenia, trincea	12
1.2. Il luogo rivisitato: apertura, movimento, relazione	16
1.3. Identità e luogo	19
1.4. "Comunità": un termine problematico	21
2. IL RUOLO DEI MEDIA	25
2.1. Media, modernità e <i>disembedding</i> : libertà ed emancipazione oltre il senso del luogo	25
2.2. L'ansia della distanza tecnologicamente mediata	29
2.3. <i>Flâneur</i> e <i>blasé</i> : resistenze e rifugi nostalgici	30
2.4. Tra il qui e l'altrove: dal glocal al netlocal	34
2.5. Luoghi connessi: andarsene per ritornare	38
3. TECNOLOGIE INCARNATE	42
3.1. <i>Embodiment</i> : quando il «trucco da Dio» è proibito	46
3.2. Telefoni mobili	52
3.3. I luoghi nel web	54
3.4. La mappa: storia di un'incarnazione	64
3.5. Il web nei luoghi	69
3.6. <i>Place based social network</i> : il mondo è piccolo!	74
3.7. L'informazione negli oggetti: bit tangibili e atomi sensibili	79

PARTE II: STRUMENTI

1. LOCATIVE MEDIA: LE TATTICHE	86
1.1. Mapping	90
1.2. Annotare e aumentare: il luogo come interfaccia	98
1.3. Tracing: tracciare posizioni, spostamenti e flussi	104
2. PLACE BASED STORYTELLING: LE STORIE DEI LUOGHI, LE STORIE NEI LUOGHI	111
2.1. Un'identità narrativa per i luoghi e le comunità	111
2.2. Raccontare con il resto del mondo	113
2.3. Autori, lettori, storie individuali e storie collettive	117
2.4. I locative media tra database e narrazione	119
3. LUOGHI COMUNI E PERCORSI EMOTIVI	122
3.1. Luoghi (comuni) d'Oltrepò	124
3.2. Percorsi emotivi: una mappa affettiva per Bologna	136
4. PARTECIPARE ALLA SFERA PUBBLICA	142
4.1. Una sfera pubblica digitale locale	144
4.2. ComunalMilano2011	148
4.3. Uno strumento per riprogrammare le reti locali	156

BIBLIOGRAFIA	166
---------------------	------------

ALLEGATO 1: schede dei progetti

ALLEGATO 2: indagine ComunalMilano2011 – questionario ed elaborazione dei dati

INTRODUZIONE

L'interazione mediata è comunemente utilizzata come sinonimo di interazione a distanza, come pratica intimamente connessa con l'"altrove" e con lo spazio smaterializzato dei flussi, in antitesi alle relazioni faccia a faccia legate, invece, alla presenza fisica e al "qui e ora" del luogo. A questo proposito Thompson (1995) scrive:

«l'interazione mediata si estende nello spazio e nel tempo, e acquista perciò una serie di caratteristiche che l'interazione faccia a faccia non possiede. Mentre quest'ultima ha luogo in un contesto di compresenza, coloro che partecipano a un'interazione mediata si trovano in ambienti lontano nello spazio e nel tempo. Essi non condividono lo stesso sistema di riferimento spazio-temporale». (p. 123)

A partire da questo legame con la lontananza, il ruolo dei media – sia di quelli tradizionali sia di quelli cosiddetti "nuovi" – è stato spesso associato ai fenomeni di *disembedding* che hanno caratterizzato l'avvento della modernità e la progressiva perdita di rilevanza del locale nelle esperienze delle persone e nei loro progetti identitari. Secondo alcune interpretazioni, la globalizzazione, con i processi di de-territorializzazione che spostano attività, funzioni e relazioni nello spazio dei network, rappresenterebbe oggi l'esito più radicale di questo fenomeno, che porterebbe o alla definitiva scomparsa del luogo o a un conflitto schizofrenico e psicotico tra queste due dimensioni, i poli opposti delle nostre esperienze (globale-locale; flussi–luogo).

In questo panorama, le tecnologie della comunicazione e i network digitali vengono analizzati prevalentemente nella loro funzione de-localizzante, come strumenti che, in positivo o in negativo, possono slegare le esperienze delle persone e le relazioni sociali in una dimensione altra, "virtuale", emancipandole dalle costrizioni dei luoghi e dalle loro tradizioni (visione tecno-progressista), o, al contrario, disumanizzandole e mettendo fine a qualsiasi possibilità di relazioni vere e di coesione sociale (visione tecno-apocalittica).

Sono convinta che guardare solo a questa dinamica precluda alcune possibilità, oggi sempre più attuali, di utilizzare, invece, i media digitali per favorire l'integrazione, le relazioni sociali e il coinvolgimento delle persone in nuove narrazioni comuni e "sitate", in grado, pur nel contesto radicalmente mutato, instabile e complesso della società di oggi, di fornire una cornice condivisa per la progettualità.

Sono cresciuta a Voghera, una piccola città nella provincia di Pavia, ai piedi degli Appennini e, forse per questo carattere provinciale della mia vita, per me i luoghi sono sempre esistiti: la via Emilia, il cinema Arlecchino della SOMS, le trattorie in collina, il mulino di Godiasco, il parco di Salice, il pub di Codevilla, la Gerlina... sono luoghi che, in positivo o in negativo, significavano.

Concluso il Liceo, forse, non significavano abbastanza e allora decisi che dovevo esplorarne altri. Non so se fu un caso, ma all'Università di Torino dedicai la mia tesi di

laura, insieme ad altre due compagne di provincia, al cyberspazio e alle possibilità di emancipazione che, soprattutto per le donne (il tema era il cyberfemminismo) poteva offrire.

I casi della vita mi riportarono a Voghera e lì, in una dimensione molto locale, incominciai a occuparmi di progetti per lo sviluppo e la valorizzazione del territorio, nella cornice di quello che viene definito "sviluppo locale". Da questa esperienza ho ricavato alcune consapevolezza: il valore che hanno ancora i luoghi, le città, i paesi e i quartieri per le persone che ci vivono, soprattutto in termini di investimento affettivo; le risorse che le persone riescono ad attivare in relazione ai luoghi in cui spendono la loro esistenza quotidiana; la chiusura, a volte soffocante, di uno sguardo spesso rivolto solo alla tradizione e al passato e la mancanza, insomma, di un senso dell'"altrove", che molte di queste esperienze locali hanno.

D'altra parte i racconti di emancipazione e progresso legati ai network e a quello che un tempo veniva definito cyberspazio non mi hanno mai convinto e mi hanno sempre un po' infastidito per un loro certo ottimismo: mi sembrano di solito discorsi di élite inconsapevoli dell'esperienza reale delle persone comuni, che, con i loro problemi e vincoli, sono radicate, spesso in modo drammatico, al senso del luogo.

Nel giugno del 2010, per il mio dottorato, sono stata a San Francisco e mi sono stupita: la città alle porte della Silicon Valley, la mitica patria dove la storia dei network ha avuto inizio, il posto dove le grandi *corporate* della comunicazione globalizzata hanno sede, era davvero molto *local*, anzi *netlocal*. Gli amici che mi ospitavano erano un *interaction designer* vogherese che vive negli USA da anni e passa la sua vita tra San Francisco, Londra, Shanghai e Tokyo e una newyorkese di origine francese, che lavora per una società di investimento nella Silicon Valley. Mi sono accorta che avevano entrambi una passione sfrenata per tutto quello che avesse un luogo, una storia, una tradizione: dal cibo (di cui mi sapevano raccontare la storia e il luogo di provenienza di ogni ingrediente) agli oggetti che utilizzavano. Il pane, la frutta, la carne, le sedie, le mensole, il sapone del bagno, il cibo per i gatti, la pelle della sella della bicicletta, tutto era "localizzabile", conosciuto e particolare; e i miei due amici, come tanti loro colleghi, si rifornivano regolarmente di frutta, verdura, carne e vino presso una *farmhouse* di un'altra valle della California, situata a nord, in direzione opposta a quella del silicone: la Napa Valley.

E poi tutta la città era invasa da tecnologie *location-aware* e social network *site specific*. I posti in cui fare colazione, bere una birra, cenare si sceglievano sulla base di quello che altre persone scrivevano su *Yelp*, la guida *mobile location aware* che consultavano dallo smartphone ogni dieci passi. Con *Craigslist* trovavano l'idraulico, il falegname, la babysitter per i gatti e mi facevano vedere gli annunci della sezione *Missing Connections* in cui persone che si incrociavano per caso nella giornata cercavano di ritrovarsi con un annuncio in rete. Senza smartphone e una connessione web comincio anche io a sentirmi persa e "spaesata". Una cosa era evidente: i network in quella città cosmopolita venivano utilizzati non per connettersi con

l'altrove e andarsene, ma per fare esperienza della città e per stabilire connessioni con persone e luoghi. Dei media e del *mobile* non spiccava la natura estraniante, ma una funzione profondamente locale e anche profondamente comunitaria. Il pensiero di questi amici, che, lavorando e vivendo quotidianamente nello spazio dei flussi e abitando in una metropoli in cui nessuno è mai davvero a/di casa, utilizzassero i network e le tecnologie per avere consapevolezza del luogo (*location aware*), mi fece sorridere e mi incuriosì.

Questa parentesi personale serve per motivare il senso di questo lavoro, che è quello di riuscire a conciliare due dimensioni, quella del "qui" e quella dell'"altrove".

L'obiettivo che mi sono data è di mettere un po' più a fuoco la condizione che ho descritto sopra, analizzando proposte teoriche ed esperienze che, superando una certa visione dicotomica tra luoghi e flussi, locale e globale, qui e altrove, aiuti a vedere il ruolo del web e dei network digitali non più solo in senso delocalizzante, ma come vettori per creare dinamiche di connessione e relazione tra le persone e gli spazi in cui vivono. La mia convinzione è che sia possibile proporre un'azione situata dei media, in grado di coniugare il bisogno di casa e di rifugio con il desiderio di movimento e di cambiamento.

La tesi è divisa in due parti. Nella prima ("Cornici") affronto alcuni nodi teorici legati alla relazione tra spazio, agire sociale, comunità e media. Cerco di focalizzare i termini della "questione del luogo", analizzando come tecnologie e mezzi di comunicazione siano stati interpretati in relazione alle dimensioni del qui e dell'altrove e approfondendo il loro ruolo per la vita delle comunità, delle relazioni sociali e degli spazi pubblici.

Mi soffermo sul concetto di *Net Locality*, proposto di recente da Gordon e de Souza e Silva (2011), che aiuta a indagare come negli spazi di oggi, altamente tecnologizzati, mediati e connessi, le tecnologie *mobile* e *location aware* possano assumere una funzione attiva e di promozione di nuove forme di socialità. I luoghi connessi (*Net Localities*) sono spazi ibridi di connessioni materiali e immateriali, di bit e di atomi, in cui le tecnologie e i network, al posto di disarticolare e disgregare i luoghi e gli spazi pubblici locali, sono utilizzati per costruire relazioni e condividere significati.

In questa sezione descrivo il nuovo paradigma tecnologico *post-desktop*, *ubiquitous* e *mobile* e il processo di cambiamento a esso legato, che determina il progressivo ibridarsi di spazio del web e spazio del luogo (i luoghi entrano nel web, il web entra nei luoghi e negli oggetti della nostra vita quotidiana). In particolare, collego questo processo al concetto di *embodiment* ("incarnazione"), e descrivo il cambiamento di paradigma come una progressiva incarnazione delle tecnologie informatiche e della comunicazione che, a partire dalla fine degli anni Novanta, abbandonano il mito della virtualità e la metafora del cyberspazio, per adottare quella

del *post-desktop*, spostando sempre di più l'interazione fuori dalla scrivania, nel mondo dell'esperienza reale e situata della vita di tutti i giorni.

Una tappa fondamentale di questo percorso di incarnazione è la diffusione del *mobile*: se durante gli anni Novanta essere connessi significava guardare un monitor, seduti a una scrivania, in un setting che precludeva lo svolgimento di altre attività quotidiane, oggi è possibile navigare nel web e accedere ai nostri network mentre camminiamo per le vie della città, negli spazi pubblici, mentre facciamo la spesa, ci spostiamo sui mezzi pubblici, portiamo i bambini a scuola o siamo in coda alle poste. Con la diffusione degli smartphone e delle applicazioni *location aware* il luogo diventa sempre più un riferimento e un criterio per la fruizione e la produzione delle informazioni: non solo oggi l'informazione è direttamente disponibile nel luogo, ma riguarda sempre più direttamente il luogo.

La seconda parte della tesi ("Strumenti") presenta una mappa ragionata di alcune esperienze riferite all'ambito dei locative media, con la finalità di identificare tattiche e strategie di intervento utili per un impiego delle tecnologie *location aware* in progetti con finalità sociali e pubbliche. Benché oggi il termine locative media sia utilizzato come termine ombrello per fare riferimento, in generale, alle tecnologie di posizionamento e alle applicazioni *site specific*, nella tesi mi riferisco ai locative media come esperienze che utilizzano queste tecnologie con scopi chiaramente civici, sociali, culturali e politici. Richiamando l'impronta avanguardistica delle loro origini, considero i locative media come quei mezzi di comunicazione, legati in modo evidente al luogo e al territorio, che utilizzano le tecnologie per costruire *net localities*, nel senso inteso da Gordon e De Souza e Silva: ciò luoghi praticati, intessuti di relazioni sociali e significati condivisi.

Il lavoro ha analizzato circa sessanta esperienze nazionali e internazionali raccolte tra il 2010 e il 2011, individuate secondo alcuni criteri:

- sono esperienze che, come ho illustrato sopra, utilizzano le tecnologie *location aware* con l'obiettivo di tessere e attivare relazioni nei luoghi dal punto di vista sociale, civico o culturale;
- sono esperienze documentate on-line;
- sono esperienze segnalate come rilevanti su riviste internazionali, blog, siti del settore o direttamente da studiosi e attivisti.

Il primo capitolo della seconda sezione ("Locative media: tattiche") analizza alcune tattiche tipiche impiegate nei progetti locative e mutate dall'esperienza situazionista: la mappatura e la cartografia personale; l'annotazione dei luoghi; il tracciamento delle posizioni e dei flussi. Per ognuna di queste tattiche vengono riportati riferimenti di progetti significativi al riguardo, la cui descrizione è presente nell'allegato 1.

La seconda parte si concentra maggiormente su strategie di attivazione legate a dimensioni tematiche particolari. Ho individuato tre fondamentali approcci con cui i progetti locative possono attivare significati e connessioni tra persone e luoghi: la narrazione, nelle sue varie forme *location based*, da quelle più tradizionali a quelle più

destrutturate, compreso il gioco; l'affetto e le emozioni, rievocando il senso intimo del luogo come risposta al bisogno di protezione e rifugio; la partecipazione civica e politica, utilizzando media e tecnologie con lo scopo di promuovere una nuova «sfera pubblica digitale locale».

In particolare, in questa seconda parte, ho dato ampio spazio alla descrizione di due recenti esperienze italiane che hanno utilizzato approcci locative per l'attivazione delle popolazioni locali verso il territorio. La prima, Luoghi (comuni) d'Oltrepò, è un progetto realizzato in ambiente prevalentemente rurale (Oltrepò Pavese), finalizzato al coinvolgimento dei giovani nella valorizzazione del proprio territorio. Nell'ambito del progetto è stata creata una mappa di comunità *web based*, puntando in particolare su alcune strategie locative (affetto, intimità, narrazione) e integrando ambienti mediali differenziati (blog, social network, YouTube, mappe digitali, incontri e azioni *face to face*). La seconda esperienza è quella di "ComunaliMilano2011", l'ambiente web in cui la comunità on-line milanese ha partecipato alla discussione pubblica in occasione delle elezioni amministrative cittadine che, con l'elezione di Giuliano Pisapia, hanno portato un cambiamento radicale nell'orientamento politico del governo della città. L'analisi che propongo mette in luce l'incorporamento di questo spazio web locative nelle pratiche quotidiane dei propri utenti, evidenziando le strette relazioni intermediali che si sono create durante la campagna elettorale tra web e piazza, tra spazi on-line, mass media tradizionali e spazi di interazione faccia a faccia.

Come si vedrà, nella tesi non ho fatto particolare distinzione terminologica tra "spazio" e "luogo", pur sapendo che in molte riflessioni questa distinzione viene posta, con accenti e significati diversi, rimandando solitamente alla distinzione tra qualcosa che ha un significato per qualcuno (luogo, o *place* in inglese) e qualche cosa che non ne ha, o non ne ha ancora (spazio, o *space* in inglese). Riferendomi ai lavori di Merleau Ponty, Lefebvre e de Certeau, intendo lo spazio sempre come uno spazio praticato e dunque significato, intessuto di relazioni e di rapporti di potere. Considero quindi tale distinzione poco pregante da un punto di vista operativo (se non ingannevole) e, comunque, inerente meramente a un piano speculativo:

«ogni astratta interpretazione dello spazio come qualcosa che può esistere prima o senza i corpi è solamente pura teoria che non si attualizza mai. Dal momento che i corpi producono lo spazio e lo spazio produce i corpi, i luoghi non praticati e non abitati devono rimanere puri concetti teorici».(Farman 2012, p. 19, trad. mia)

PARTE I: CORNICI

1. LA QUESTIONE DEL LUOGO

Secondo la geografa culturale Gillian Rose (1995) «il significato del luogo è, teoricamente e politicamente, una delle questione più urgenti che dobbiamo affrontare oggi». Essa si lega, infatti, ad altre questioni decisive per la nostra epoca: al problema dell'identità culturale, al ruolo delle comunità, allo statuto delle città e degli spazi pubblici, e alle politiche che intendiamo sviluppare su tutti questi fronti. La questione del luogo, che, come emerge dalle parole di Rose, è essenzialmente una questione di potere, sta diventando sempre più un nodo centrale per interpretare le trasformazioni culturali, sociali ed economiche. Soprattutto, tale questione si pone con forza al crocevia tra il locale e il globale, imponendo una riflessione sulla relazione tra queste due dimensioni

In alcune proposte, come quelle avanzate nell'ambito dello sviluppo locale (Triglia 2005) e dello sviluppo sostenibile (Donolo 2007), l'ambito locale viene considerato la dimensione privilegiata di intervento e di progettualità. Da questi punti di vista le specificità dei territori vengono riconosciute come risorse preziose, indispensabili a uno sviluppo sostenibile, e si ritiene utile investire in politiche per attivare legami tra luoghi e abitanti. Ma come si può affermare l'importanza dei territori, delle dimensione locale, dei luoghi e delle comunità quando i fenomeni della globalizzazione sembrano portare avanti dinamiche che vanno nella direzione opposta della de-territorializzazione, della disarticolazione sistematica tra reti globali e spazi locali, tra «spazio dei flussi» e «spazio dei luoghi» (Castells 1996)? E in che senso luogo e comunità locali, possono essere considerati il fondamento di qualche tipo di politica, quando da più parti si sottolinea la crisi delle identità collettive, delle grandi narrazioni e degli apparati identitari della modernità (Nazione, partiti, famiglia, Chiesa)? E' possibile un recupero e una nuova interpretazione di questi concetti - luogo, comunità, identità - senza cadere né in abbagli teorici né in rievocazioni mitiche e nostalgiche, se non reazionarie? O dobbiamo invece definitivamente liberarcene e imparare a vivere in una contemporaneità senza luogo e senza comunità?

Con questi interrogativi, il dibattito sul luogo appassiona da alcuni anni diverse discipline nel campo delle scienze umane e sociali, ma assume, per ovvie ragioni, un posto preminente nell'ambito delle scienze geografiche, in particolare nella geografia culturale e umana.

In "Luoghi culture e globalizzazione", Doreen Massey e Pat Jess, sviscerano la questione (Massey e Jess 1995) e avanzano alcune proposte per una rivisitazione dei concetti di luogo, identità e comunità, abbandonando l'idea di autenticità e di purezza, su cui la tradizione occidentale ha fondato questi concetti. La loro proposta assume per gli obiettivi di questo lavoro un punto di riferimento fondamentale, perché aiuta ad approcciarsi al luogo con una prospettiva che tiene conto della complessità della società attuale, e del ruolo decisivo che i network e i media giocano in questi processi. Essa getta un ponte e cerca di coniugare l'innegabile esistenza del bisogno del luogo

con i complessi fenomeni della globalizzazione e la realtà mediata dei network.

1.1 Morte del luogo della tradizione: dissoluzione, schizofrenia, trincea

Nella tradizione e nel pensiero comune, il concetto di luogo è legato all'idea di uno spazio distinto e riconoscibile, caratterizzato da elementi e caratteri unici o addirittura esclusivi che lo diversificano e lo delimitano in modo stabile e coerente (tradizioni, culture, cibi, dialetti, accenti). In questo senso, il luogo è qualcosa di distinto e separato da un più generico "spazio", che, per qualche motivo, è stato investito di significati particolari, acquisendo storicità, particolarità e identità.

Questa concezione del luogo come entità delimitata e coerente ha fondato l'interpretazione dei molti studiosi che ne hanno descritta la dissoluzione e la scomparsa a causa delle dinamiche della globalizzazione. In effetti, una tale interpretazione del luogo - e delle comunità e delle identità culturali che ad essi si sarebbero ancorate nel corso della storia - come puro ed esclusivo non può che essere messo fortemente in discussione dai processi di compressione dello spazio e del tempo tipici della società attuale, dalla globalizzazione delle produzioni e dei consumi, dalle migrazioni e dalla contaminazione dei popoli e delle loro culture.

In breve: la società di oggi è caratterizzata da una tale intensità di flussi di persone, merci, capitali, idee, culture su scala globale, che parlare di esclusività dei luoghi e di rilevanza del locale appare per molti non più possibile.

E' stato sottolineato come questa perdita di rilevanza del luogo e del locale sia un processo che la globalizzazione ha solo accentuato, ma che risale e anzi contraddistingue il carattere più significativo della modernità, il cui avvento segna la progressiva emancipazione delle relazioni sociali dall'ambito ristretto del luogo e dalla "presenza". Con lo sviluppo delle tecnologie della comunicazione e la diffusione dell'«interazione mediata» (Thompson 1995), le relazioni tra le persone si sono sempre più svincolate dalla presenza fisica e dalla necessità di condividere una stessa dimensione spazio-temporale. L'elaborazione e la condivisione dei contenuti simbolici, i processi di definizione dell'identità, personale e collettiva, il rapporto con la tradizione, cessano di essere legati in modo esclusivo al ristretto cerchio delle relazioni personali, faccia a faccia, della comunità tradizionale, si sganciano dagli ormeggi dei contesti fisici della vita quotidiana e avvengono sempre più in modo «dislocato», cioè mediato dai mezzi di comunicazione, che forniscono stimoli, informazioni, contenuti simbolici in modo indipendente dalla collocazione territoriale e dai vincoli locali. A questo proposito Giddens (1990) parla di *disembedding*, un termine che si potrebbe tradurre con "disincarnazione" e che sta a indicare la condizione moderna in cui le relazioni sociali appaiono sempre più svincolate dalle dimensioni spazio-temporali della tradizione.

Secondo la lettura di Giddens la globalizzazione rappresenterebbe il risultato più radicale di questo processo di disincarnazione, sancendo la definitiva perdita di importanza dei luoghi e del locale nella vita delle persone: «un numero sempre più

ampio di persone vive in circostanze in cui situazioni 'sradicate', che legano le pratiche locali alle relazioni sociali globalizzate, organizzano gli aspetti più salienti della vita quotidiana». L'avvento dei nuovi media e l'affermarsi della «società in rete» (Castells 1996) radicalizzerebbero ancora di più la questione della disincarnazione e della dislocazione: con il diffondersi dei network e dei flussi di informazioni e di capitali a livello sovranazionale, la vita e l'esperienza delle persone sembra per molti studiosi avere perso del tutto ogni aderenza con la dimensione locale. Partendo da questa constatazione si sono sviluppate alcune visioni sul luogo che si potrebbero definire "negative", o "crepuscolari", nel senso che considerano inevitabile il tramonto del luogo e dei discorsi ad esso legati, dando per scontata una sua deposizione in favore di altri strumenti concettuali più adatti a descrivere la realtà attuale e il nuovo rapporto tra individui e spazio. Questi approcci negativi si articolano principalmente in tre filoni: le visioni che descrivono la scomparsa dei luoghi; quelle che ne descrivono la disarticolazione schizofrenica nell'ambito dello spazio dei flussi; quelle che ne leggono la permanenza esclusivamente in termini reazionari e di trincea.

La scomparsa dei luoghi

Le interpretazioni più radicali sostengono la progressiva e necessaria scomparsa dei luoghi, sia come ambiti di appartenenza identitaria, sia come dimensioni significative nell'esperienza degli individui. Secondo questi approcci non solo la società contemporanea sarebbe caratterizzata dal proliferare dei «non-luoghi» (Augé 1992) - omologati, globalizzati, privi di relazioni significative per le persone, privi di storia e di identità - ma lo spazio stesso, in generale, cesserebbe di essere un riferimento valido per interpretare i fenomeni sociali.

In alcune letture viene messa in discussione la stessa riconoscibilità empirica dei luoghi: oggi non esisterebbero più porzioni di spazio sociali coerenti, delimitati da confini percepibili, che possiamo definire luoghi. Alcuni autori contestano dunque lo stesso valore epistemologico delle scienze che studiano i luoghi e le relazioni tra individui e spazio: i luoghi non possono più essere considerati come basi per nessun tipo di analisi sociale, che può avvenire solo su scala globale (Luhmann 1997 citato in Mela 2007, p. 54). Da questo punto di vista, le critiche investono soprattutto gli studi sociali sulla città, di cui alcuni propongono una radicale rivisitazione o un superamento. (Mingione, Saunders, citati in Mela 2007 p. 55)

Schizofrenia e disarticolazione

Per altri autori i luoghi continuano ad esistere, ma perdono completamente il loro significato sociale e il loro potere economico e culturale creando conflitti e disarticolazioni. Per Castells, ad esempio, il sociale «evapora dal luogo» e il significato delle relazioni spaziali va oggi ricercato su scala globale, nello «spazio dei flussi» (Castells 1996), in cui economia, politica e cultura organizzano in modo prevalente la loro attività:

«Lo spazio dei flussi è l'organizzazione materiale delle pratiche sociali di condivisione del tempo che operano mediante flussi. Per flussi si intendono sequenze di scambio e interazione finalizzate, ripetitive e programmabili tra posizioni fisicamente disgiunte occupate dagli attori sociali nelle strutture economiche, politiche e simboliche della società». (Castells 1996, trad.it. p. 473 trad. it.)

In queste visioni, i luoghi continuano ad esistere, ma diventano semplici supporti materiali, appendici funzionali ai flussi di dati, persone, merci, e, soprattutto, capitali che caratterizzano la globalizzazione.

Questa disarticolazione sistematica tra reti globali e spazi locali, tra «spazio dei flussi» e «spazio dei luoghi» innesca negli attori sociali dinamiche di insicurezza creando forti tensioni sociali. Ed è proprio nello schizofrenico rapporto tra questi due spazi e tra queste due logiche che, secondo Castells, risiede la minaccia sociale più pericolosa della nostra epoca:

«le persone vivono ancora in luoghi. Tuttavia poiché funzione e potere nelle nostre società sono organizzati nello spazio dei flussi, il dominio strutturale della sua logica altera in modo fondamentale il significato e la dinamica dei luoghi. L'esperienza, essendo legata ai luoghi, si astrae dal potere e il significato si separa sempre più dalla conoscenza. Ne deriva una schizofrenia strutturale tra due logiche spaziali che minaccia di interrompere i canali di comunicazione nella società. La tendenza dominante è orientata verso l'orizzonte storico dello spazio in rete dei flussi, che aspira a imporre la propria logica a luoghi segmentati, dispersi, sempre più spesso non correlati gli uni agli altri, sempre meno capaci di condividere codici culturali. A meno che non vengano deliberatamente costruiti ponti culturali, politici e fisici tra queste due forme di spazio, potremmo andare incontro a una vita scissa in universi paralleli i cui tempi non possono coincidere perché distorti in dimensioni diverse dell'iperspazio sociale. (Castells 1996, trad. it. p. 490)

Alcuni mettono soprattutto in luce come la logica oppositiva tra flussi e luoghi sia caratterizzata da diseguaglianze di potere: i luoghi smetterebbero di essere ancoraggi significativi solo per i grandi attori e per chi detiene posizioni di potere, ma non per le persone comuni, che invece continuerebbero a vivere la propria esistenza in modo "radicato". La possibilità di vivere nei flussi, spostando a piacere capitali, merci, e mezzi produttivi diventa allora il punto di forza dei grandi attori economici: «lo spazio è una preoccupazione di chi ha un ruolo marginale nei rapporti di potere e, come tale, ha un significato ridotto nel mondo globalizzato» (Bauman citato in Mela 1997, p. 54). Anche Castells legge la dicotomia flusso/luogo in termini di potere: «per dirla in breve: le élite sono cosmopolite, il popolo è locale. Lo spazio del potere e della

ricchezza si proietta in tutto il mondo, mentre la vita della gente comune è radicata nei luoghi, nella propria cultura, nella propria storia». (Castells 1996, trad. it. p. 476)

Rifugi reazionari, trincee e heritage

Altre interpretazioni leggono il luogo come concetto legato prevalentemente a posizioni di chiusura reazionaria e difensiva contro l'insicurezza generata dalle dinamiche della globalizzazione. La difesa del luogo come spazio riconoscibile sarebbe una reazione tipica della società dei flussi, in cui la mobilità spinta porta le persone a sentire più forte il bisogno di un posto sicuro e stabile, di un ormeggio, di una "casa" in grado di proteggere dall'incertezza, dall'indefinito, dalla perdita di controllo. Il bisogno di dare continuità e coerenza alla propria esperienza, il bisogno di una protezione dallo scorrere indefinito, si traduce in una difesa reazionaria della purezza, della coerenza e della verità delle origini del locale e delle comunità che lo abitano.

Castells lega il ritorno al territorio e l'affermarsi dei movimenti comunitari locali e urbani alla reazione alla globalizzazione: «quando le reti dissolvono il tempo e lo spazio, le persone si ancorano al territorio e rievocano la propria memoria storica». (Castells 1997, trad. it. p.74) E nella sua lettura la comunità è vista come una specie di rifugio, un paradiso nel quale ritirarsi alla ricerca di senso, costruendo identità difensive e resistenti al disordine globale. È soprattutto dall'analisi dei movimenti urbani degli anni Settanta – Ottanta che lo studioso rileva i caratteri di queste identità difensive e trincerate:

«ecco affiorare, dunque, il paradosso di una politica sempre più rivolta al locale in un mondo strutturato da processi sempre più globali. Vi era una produzione di senso e di identità: il mio quartiere, la mia comunità, la mia città, la mia scuola, il mio albero, il mio fiume, la mia spiaggia, la mia chiesa, la mia pace, il mio ambiente. Ma si trattava pur sempre di un'identità difensiva, di un'identità asserragliata nella trincea di ciò che è familiare contro l'imprevedibilità dell'ignoto e di ciò che non può essere controllato. Improvvisamente prive di difese contro il turbine globale, le persone sono ripartite da se stesse: qualunque cosa si avesse e chiunque si fosse, se ne faceva la sostanza della propria identità». (Castells 1997, trad. it. p.69)

Secondo Massey questa reazione è riconoscibile, oltre che nei movimenti localistici e regionalistici (l'autrice cita, a esempio, il caso dei movimenti dell'Europa orientale, dell'ex-Unione Sovietica, e per il caso italiano si potrebbe qui aggiungere il caso della Lega Nord) anche in tutte quelle visioni che propongono rievocazioni mitiche e romantiche dell'idea di heritage, rincorrendo un'età dell'oro idilliaca in cui i luoghi erano puri, veri e autentici. Si ricollega a questo discorso, ad esempio, il desiderio contemporaneo del cottage in campagna, del vero rurale in opposizione al caos indistinto metropolitano. A questi bisogni risponde, secondo Massey, l'industria dell'heritage che offre «rappresentazione mercificate, rievocazioni pasticciate,

romantiche e illusorie di tradizioni e specificità locali» (Massey 1995, trad. it. p.37). L'Heritage protegge perché offre una parvenza – artificiosa e illusoria – di coerenza e purezza.

In generale, molti studi evidenziano come alle spalle della reazione che fa scattare la difesa dell'identità dei luoghi ci sia la percezione di un senso di invasione da parte del diverso, da parte dell'Altro. La globalizzazione intera può essere letta come «l'arrivo dei margini al centro» (Allen e Hamnett 1995, citati in Massey 1995, trad. it. p. 40): se storicamente per chi viveva in Occidente, colonizzatore e colonizzati sono stati sempre separati da una distanza di sicurezza e chi viveva "al centro" ha potuto difendersi dall'idea di alterità confinandola nell'"esotico", oggi i flussi globali fanno saltare questa protezione, proiettando i margini direttamente nel cuore dell'occidente. I colonizzati sono sempre stati invasi. Ora tocca ai colonizzatori.

1.2 Il luogo rivisitato: apertura, movimento, relazione

La comunità e i luoghi sarebbero dunque un'illusione, un'utopia, ideali nostalgici che segnano come mancanza necessaria la nostra esistenza postmoderna? Dobbiamo rinunciare ad elaborare un senso del luogo?

Di fronte all'innegabile processo di trasformazione dei luoghi a causa dei fenomeni della globalizzazione, è possibile riconoscere altri approcci che propongono non un abbandono del concetto di luogo, ma una sua rielaborazione in termini di apertura, ibridazione, relazione e configurazione momentanea di significati identitari. Se si vuole, è lo stesso percorso di indebolimento di senso che si può riconoscere in altri campi e per altre categorie concettuali occidentali (l'identità, comunità, cultura) e che caratterizza gran parte delle elaborazioni teoriche nelle scienze umane e sociali contemporanee. Le trasformazioni in atto all'epoca della globalizzazione rappresentano in questo senso non uno scacco al luogo, ma una sfida per ripensare a questo concetto in modo alternativo.

La rivisitazione del senso del luogo prende diverse strade, accomunate in generale dalla necessità di abbandonare i significati che la tradizione gli ha conferito, e che, come si è visto nel paragrafo precedente, rimandano all'idea di coerenza, stabilità, possesso e tradizione. Le proposte per una nuova interpretazione del concetto cercano, in generale, di uscire dalla gabbia di opposizioni e dicotomie che hanno caratterizzato il pensiero sui luoghi - come quella tra locale e globale, tra spazio dei flussi e spazio dei luoghi, tra tradizione e innovazione, tra identità e caos, tra stabilità e mutamento, tra vicinanza e lontananza, e che troviamo sottintesa nella celebre formulazione di Augé:

«Se un luogo può definirsi come identitario, relazionale, storico, uno spazio che non può definirsi né identitario né relazionale né storico, definirà un non luogo (Augé 1992, trad. it. p. 73).

La fortuna che avuto il termine «non-luogo» sembra affermare il fatto che oggi del luogo si possa parlare solo in negativo, come qualcosa che non è più è che è pericoloso o illusorio cercare di recuperare.

Gli spunti più recenti della geografia umana e della geografia culturale sostengono invece la necessità di ripensare al luogo superando queste opposizioni, cercando di conciliare bisogno di sicurezza con quello di apertura e relazione.

Jess e Massey propongono, ad esempio, di pensare a un luogo che non sia legato all'idea di chiusura e stabilità ma a quella di relazione e mutamento. Con un'operazione tipica della critica culturale, Massey si chiede perché la nostra tradizione abbia teorizzato i luoghi in termini di chiusura identitaria, stabilità e coerenza, ignorando le molteplici connessioni e aperture che invece li hanno sempre attraversati, e che la globalizzazione ha oggi solo reso più evidenti.

Così come per la questione dell'identità, le critiche a questa idea chiusa e stabile del luogo vengono, dal versante teorico, soprattutto dalle studioso femministe che sottolineano come l'idea occidentale di luogo sia il frutto di una visione maschile patriarcale e tipicamente borghese. In particolare, il concetto di luogo come casa, quiete e ritiro, l'ideale romantico dell'*heritage* o della campagna come luogo di rifugio è privilegio di alcune posizioni sociali che possono permettersi, ad esempio, di non vedere la dura realtà del lavoro dei campi, e la violenza dei rapporti sociali che li sottendono.

Queste idee romantiche di luogo come casa-rifugio sarebbero un privilegio di chi dai luoghi se ne andato o di chi ha comunque la possibilità di farlo (e si sostiene che queste persone siano state in prevalenza gli uomini). Esse ritengono che il luogo-casa-rifugio rimandi in modo evidente all'idea di grembo, di madre, di femminile, la cui stabilità e immutabilità è strettamente funzionale al privilegio – maschile - di muoversi, di cambiare, di andare verso il cambiamento e la vita. Il luogo è il grembo materno da cui partire, da abbandonare e verso cui fantasticare di potere tornare. Negare al luogo la possibilità di evoluzione e movimento, è negare al femminile la possibilità di movimento e di vita, in un modo funzionale alle esigenze maschili di distacco.

Anche Meyrowitz osserva che l'attaccamento sentimentale e romantico al luogo è tipico di quelle società che hanno sperimentato l'abbandono/il distacco/la libertà dai legami e dai vincoli con esso. Prima della rivoluzione industriale le connessioni con i luoghi erano pre-determinate in una sorta di 'matrimonio combinato', non c'era possibilità di scelta e dunque non c'era neanche senso di identificazione conscia. Il rapporto con il luogo nell'epoca attuale, invece, è più simile all'amore romantico:

«oggi, la rivoluzione in relazione ai luoghi è simile al passaggio storico dal matrimonio combinato all'amore romantico. Ed è caratterizzato da simili conflittuali attributi: sia un attaccamento emotivo più grande, sia una maggiore possibilità di distruzione, divorzio, altro matrimonio. Ironicamente, osserviamo l'espressione di una più esplicita passione

per i luoghi, insieme a un maggiore allontanamento da esso e a più frequenti ricollocazioni in altri posti». (Meyrowitz 2006, p. 26, trad. mia)

Secondo Massey e Jess, invece che alla stabilità e al rifugio, l'idea di luogo può essere legata alla mobilità e al cambiamento: «la capacità di partire di viaggiare, di ritornare, può essere altrettanto importante per fissare un'identità – specialmente un'identità forte e indipendente – quanto può esserlo l'attaccamento ad un luogo» (Massey 1995, trad. it. p. 54). Così scrive Massey, portando come esempio le viaggiatrici dell'era vittoriana, che viaggiando, sfuggivano all'ambito ristretto delle relazioni familiari, alla relegazione nel privato della sfera domestica e al controllo del potere patriarcale.

Una simile interpretazione del luogo supera la visione dicotomica globale/locale che caratterizza molte riflessioni contemporanee. Secondo Massey, il punto di partenza è pensare il luogo come a uno spazio sociale: in questo spazio sociale i soggetti, nell'ambito delle loro attività, intessono relazioni estese e complesse con gli altri attori, creando reti di interazione e interconnessioni differenziate. L'autrice sottolinea come tale «spazio di attività»¹ comprenda relazioni molto eterogenee, che si collocano sia su scala locale, che su quella globale: a livello macro, le industrie, le imprese, le istituzioni, e, a livello micro, gli individui, sperimentano continuamente, nel loro agire, sia spazi locali "prossimi", che spazi globali "lontani", in un contesto in cui le pratiche sociali si fanno sempre più complesse, articolate ed estese.

La crescente complessità dello spazio di attività dei soggetti e la sua accresciuta estensione non implica tuttavia la sparizione del concetto di luogo, bensì una sua rivisitazione in termini di "apertura". Il luogo è, ed è sempre stato, «luogo di incontri, ubicazione delle intersezioni di particolari quantità di spazi di attività, di collegamenti e interrelazioni, di influenze e movimenti» e luogo di apertura e movimento: «possiamo pensare ai luoghi come essenzialmente aperti, permeabili, come il prodotto di legami con altri luoghi, piuttosto che a spazi chiusi ed esclusivi, separati dal mondo esterno» (Massey 1995).

Legare l'idea di luogo alla relazione e al mutamento non ci impedisce di continuare a parlare di "specificità locali", ricercando nei luoghi quell'identità, quelle particolarità, quei caratteri specifici che distinguono certi posti da altri. In questa interpretazione alleggerita, l'unicità del luogo non è più determinata dal concetto di separazione, di chiusura e di esclusività, ma è il prodotto delle relazioni particolari che il luogo intesse con altri luoghi; delle connessioni globali e locali che "trovano luogo" proprio lì e non altrove; dell'incontro dei diversi significati che le persone che lo abitano riversano in esso. La specificità del luogo è intesa, cioè, come l'incarnazione della complessità delle relazioni significanti che lo attraversano e che lo caratterizzano, anche in quegli aspetti che possono sembrare più puri e locali, o più "naturali". Ogni luogo, insomma,

¹ Lo "spazio di attività" è definito come «la rete spaziale di legami e attività, di collegamenti spaziali e ubicazioni, entro cui opera un dato agente» (p. 43)

è una stratificazione di segni, di particolari e "locali" unioni tra significanti e significati.

Sue Clifford (2006) sottolinea come uno degli obiettivi della valorizzazione partecipata dei paesaggi e dei patrimoni culturali sia oggi proprio quello di fare emergere questa specificità locale, questa unicità del modo in cui natura, cultura e individui, le loro necessità, i loro bisogni, le loro aspettative, interagiscono e hanno interagito nel corso del tempo, determinando l'identità unica di un luogo: «l'unicità della griglia di riferimento è resa ancora più forte dall'incrocio tra cultura e natura, la complementarità e l'intensità della loro azione reciproca forgia i luoghi e li arricchisce di una maggiore o minore specificità locale». (Clifford 2006, p.1)

Rimangono dunque le caratteristiche distintive dei luoghi e ne rimangono i confini, che però, come ogni convenzione storica e sociale, non sono intesi come immutabili ed eterni, ma in continua evoluzione e contrattazione, compresi i confini che possono sembrare "naturali", ma che sono, anch'essi, frutto delle pratiche e delle relazioni di potere che attraversano i luoghi.

I confini continuano a rivestire una fondamentale importanza perché organizzano lo spazio di attività degli attori, dando forma (pur momentanea e instabile) alla complessità delle relazioni, permettendo o escludendo l'attivarsi di connessioni, determinando la possibilità di accedere alle risorse.

I confini sono, cioè, «esercizi di potere»:

«il potere è una delle poche cose che si vedono raramente rappresentate su una mappa. Eppure una geografia del potere – cioè di relazioni sociali estese attraverso lo spazio – sostiene molto di quanto sperimentiamo intorno a noi in qualunque contesto locale – dal nervosismo nel percorrere una data strada di notte, al finanziamento della compagnia locale in fondo alla via, all'arrivo dell'ultima pellicola degli Stati Uniti nella multisala. Ed è dalle intersezioni di tutte queste geografie che ogni 'luogo' acquisisce sia la propria unicità che la sua interdipendenza con l'altrove». (Massey 1995, trad. it. p. 61)

1.3. Identità e luogo

Dalla prospettiva della geografia culturale, i luoghi non sono entità di per sé presenti in natura, ma sono oggetti culturali creati dalle persone e dalle società, attraverso processi individuali e collettivi di significazione e identificazione.

Ma se i luoghi non esistono e non contengono nessun significato intrinseco, se non quello che gli viene fornito dalla storia e dalle persone, perché gli individui e le comunità hanno sempre sentito il bisogno di crearli, dando un nome e dei confini – seppur mutevoli e instabili – ad alcune porzioni di spazio?

Se alcune spiegazioni fanno ricorso alla biologia e a una certa naturalità di senso-istinto del luogo (l'istinto animale per il controllo di un territorio, legato al bisogno di sopravvivenza di ogni specie animale), altri approcci, nell'ambito delle scienze sociali, forniscono interpretazioni diverse.

L'approccio culturale ritiene, ad esempio, che il senso del luogo sia una prerogativa distintiva dell'essere umano, delle sue facoltà culturali e cognitive e del bisogno di organizzare il mondo in significati. Il luogo fa parte dei sistemi di significati che utilizziamo per dare senso al mondo, a ciò che ci circonda e alla nostra vita. In particolare il senso del luogo servirebbe a tracciare confini, creare differenze, rendendo possibile il riconoscimento di porzioni di realtà e significati coerenti a cui dare un nome. Il senso del luogo è un modo per marcare le differenze, in particolare le differenze culturali e sociali tra diversi gruppi, sia a scala locale (il graffito che identifica la comunità di un quartiere urbano dal resto della città) sia a scala sovralocale (l'oriente vs l'occidente), solitamente sulla base di rapporti diseguali di potere.²

Altri approcci mettono più chiaramente in luce il legame che il luogo ha con il processo di costruzione dell'identità personale, le cui dinamiche inconscie ed emotive richiedono la presenza del "senso dell'Altro", solitamente creato attraverso processi, anche violenti, di esclusione e di confinamento del diverso in zone di marginalità controllate da confini. A questa idea di esclusione, come si è visto, è possibile contrapporre, un senso del luogo che riconosca e consideri l'Altro, tendo conto delle sue dinamiche emotive:

«il concetto di Altro ci permette di collegare sensi del luogo, potere e identità in una maniera analitica che non trascura le dinamiche emotive del luogo. In alcuni sensi del luogo si possono anche intendere come tentativi di pensare a luogo e identità secondo modalità che sfuggono al processo di esclusione dell'Altro» (Rose 1995, trad. it. p. 85).

Sulla base di questi presupposti, l'espressione "senso del luogo" è spesso utilizzata, soprattutto nelle scienze geografiche, per descrivere come il luogo sia fondamentale per le persone, un nodo significativo di investimento simbolico e affettivo talmente denso da risultare centrale nella costruzione delle identità culturali, sia personali che collettive. Rose (1995) riconosce tre modalità attraverso le quali il senso del luogo può essere elaborato, tre vie attraverso le quali i sentimenti e le emozioni legate al luogo si collegano e contribuiscono a formare l'identità culturale:

- *l'appartenenza*: quando la nostra identità si collega a un luogo perché lì ci sentiamo in qualche modo a casa, percependo una sensazione di sicurezza e di rifugio. L'identità come appartenenza non si sviluppa solo per luoghi domestici (la casa, il nostro giardino, la nostra stanza), ma anche su scale molto più ampie: il villaggio, la regione, la nazione e addirittura la scala globale, quando, in qualche modo grazie ai media, possiamo sviluppare un senso del luogo «che abbraccia il mondo intero». Il senso di appartenenza non è esclusivo: si possono sviluppare identità legate ad appartenenze multiple, globali e locali.

² Secondo Sack (citato in Massey 1995) «la territorialità è un'espressione geografica primaria di potere sociale».

- *L'antagonismo*: alcuni processi di identità si basano, invece, non sul senso di appartenere ad un luogo, ma sul senso di non appartenere ad un altro. Il sé è fondato partendo da una relazione di antagonismo profondo contro il luogo, come quella che secondo molti studiosi ha caratterizzato l'identità dell'Occidente fondata sull'opposizione a un Oriente, creato attraverso rappresentazioni e miti funzionali alle necessità identitarie del vecchio continente.
- *La neutralità*: le identità si costruiscono attraverso relazioni di appartenenza/antagonismo rispetto ad alcuni luoghi e di indifferenza verso altri. I luoghi sono percepiti come irrilevanti nella formazione del sé delle persone e non suscitano nessun investimento emotivo, quando, ad esempio, si sente di appartenere in primis ad altri luoghi, quando, dunque, si è stranieri, migranti, esuli o rifugiati.

Queste tre modalità con cui il nostro sé si relaziona ai luoghi mettono in luce la complessità del senso del luogo e come esso possa essere investito da significati ed emozioni diverse da persona a persona, da popolazione a popolazione; soprattutto come una stessa persona possa essere abitata da identità differenti: multiple appartenenze, diversi antagonismi, oppure indifferenze.

1.4 "Comunità": un termine problematico

Nonostante oggi venga utilizzato con una certa frequenza, in ambito sociologico il termine "comunità" è sempre stato considerato con grande diffidenza, dovuta a un'ingombrante polisemia del termine, che lo renderebbe eccessivamente problematico ed equivoco. Gli studiosi che ne hanno ripercorso la storia nella letteratura sociologica sottolineano come si tratti di uno dei concetti più controversi ed equivoci, tanto da risultare addirittura inutilizzabile da alcuni autori.

L'uso del termine può essere ricondotto principalmente a due tradizioni di studi: la prima è quella inaugurata da Tönnies (a cui si riconosce la paternità del suo utilizzo nella sociologia classica) e poi ripresa da Durkheim, Weber, Parsons, Luhmann. In questa tradizione di pensiero il concetto di comunità (*Gemeinschaft*) è contrapposto a quello di società (*Gesellschaft*) in un'opposizione che si configura come tipica del processo di modernizzazione, quando dal modello organizzativo tipico della famiglia o del vicinato basato sulla «volontà naturale (organica) e caratterizzato da un alto livello di integrazione, personalizzazione e reciprocità dei modi di pensare, particolarismo, tradizione e diffusività dei ruoli» (Colombo 2005, p.39), si passa a forme associative più complesse e razionali, quelle "sociali" basate sulla volontà razionale, su relazioni impersonali e convenzionali relative ai "ruoli". Nell'analisi di Parsons vengono individuate alcune variabili strutturali che sono tipiche delle forme associative comunitarie - affettività, orientamento verso la collettività, particolarismo, ascrizione, diffusività del ruolo, - e alle quali si contrappongono le variabili societarie - neutralità affettiva, orientamento verso l'io, universalismo, acquisizione, specificità del ruolo -. In generale, come sottolinea Bagnasco, l'opposizione classica comunità-società ha indirizzato gli studi sociologici verso l'analisi (spesso di sapore

conservatrice, a volte introducendo utili istanze critiche) di ciò che viene percepito come perdita nel passaggio dalle società tradizionali a quelle moderne: il processo di razionalizzazione dei comportamenti e delle organizzazioni, con cui viene identificata la modernizzazione stessa, comporterebbe la scomparsa dei legami tradizionali comunitari, cioè la scomparsa di quelle «relazioni molto coinvolgenti per l'individuo, confidenziali e intime, esclusive, piccole unità sociali ad alta integrazione immaginate come qualcosa di naturale, non artificiale o contrattato». (Bagnasco 1999, p.8)

Per quanto riguarda l'utilizzo classico del termine, il modello comunitario descritto sopra, così come i valori e le relazioni organiche e naturali che sottende, paiono oggi improponibili nelle loro forme pure, in un contesto sociale che ha ampiamente percorso il processo di razionalizzazione tipico dalla modernità, anche nelle sfere più vicine all'ideale comunitario di Tönnies (la famiglia, il vicinato, le relazioni amicali). Bagnasco ne mette in discussione sia la scarsa utilità analitica originaria, sia l'inadeguatezza ad affrontare problematiche tipicamente moderne: «Comunità è un concetto denso, che vuole riferirsi in origine a strutture di relazioni immaginate come naturali. Il concetto era fin dall'inizio troppo inclusivo, organicistico, già per l'interpretazione delle società tradizionali, ma ha perso in ogni caso capacità analitica nei confronti di aspetti seppure parziali della società di oggi»(Bagnasco 1999, p.9); oppure: «un'analista deve riconoscere che la comunità probabilmente non è mai esistita da nessuna parte, e che in ogni caso oggi dobbiamo pensare alla società». (Bagnasco 2004, p.61) L'enfasi con cui vengono riproposti valori comunitari puri (l'appartenenza, la fiducia, la lealtà, la comprensione reciproca...), sia in contrapposizione alla deriva razionalista della società moderna, sia al disorientamento e alla frammentazione dell'epoca della globalizzazione, rischia allora di rivelarsi non solo anacronistica e nostalgica (di qualcosa che per altro non è mai esistito), ma anche insostenibile, quando ripiega nel mito reazionario e totalitario della tradizione.

Per sgombrare il campo dall'equivocità del termine e per non cadere nell'equivoco di una proposta comunitaria oggi inverosimile, Bagnasco propone di adottare la dicitura «società locali»: «in sostanza, il punto decisivo è che ogni comunità locale – anche la più piccola – deve essere programmaticamente considerata oggi una *società* locale, all'interno della quale osservare anche rapporti di tipo 'comunitario', senza l'ingombro del concetto di comunità. Non si deve cadere nella trappola di pretendere di trovare necessariamente relazioni di tipo comunitario nelle comunità locali, anche piccole. Certo, relazioni affettive, durature, diffuse, fiduciarie si trovano spesso nelle piccole comunità, ma non necessariamente e comunque accanto anche a relazioni di tipo societario». (Bagnasco 2004, p.7)

Una seconda tradizione di studi fa riferimento alla sociologia empirica, all'ecologia urbana (Burgess, Wirth) e al filone degli studi di comunità (Lynd, Banfield, Merton). In questa prospettiva, il termine "comunità" assume connotazioni più operative e viene sostanzialmente a coincidere con il concetto di "comunità locale", indicando empiricamente un gruppo di persone che condivide uno stesso territorio. Ciò che

definisce una comunità è la contiguità fisica e il fatto che le pratiche quotidiane delle persone siano caratterizzate da «un'esposizione comune alle influenze del territorio». In questa tradizione assume dunque una valenza decisiva il rapporto con lo spazio, con la dimensione locale, con il territorio, inteso come ambiente fisico e ambiente socio-culturale "che costituisce la fonte primaria per la costruzione della coesione, delle reti di solidarietà e dell'attaccamento alla comunità, alla luce della produzione di simboli e significati collettivi". (Colombo 2005, p. 39)

Anche l'uso empirico del concetto, legato alla dimensione territoriale, mostra però i suoi limiti, poiché pone eccessiva enfasi sull'importanza della vicinanza, della presenza e della contiguità fisica, senza tenere in adeguata considerazione legami e relazioni che i membri delle comunità locali possono tessere con persone a distanza, fuori dalla dimensione strettamente locale e fisica del territorio.

L'esperienza delle comunità virtuali ha dimostrato la possibilità di instaurare relazioni fiduciarie, di tipo comunitario, anche a distanza, fondate su interessi e progetti condivisi e rese possibili grazie alla comunicazione mediata e alle tecnologie. In una versione molto radicale di questa idea, le «comunità senza vicinanza» di Webber (1963), sottolineano addirittura l'inutilità della prossimità fisica per lo sviluppo delle comunità di interessi, tra persone che si riconoscono e interagiscono a distanza in una società «liberamente comunicante». I seguaci delle comunità virtuali sono stati i primi a vedere nelle tecnologie di rete e nei nuovi media non gli elementi distruttivi e corrosivi dell'ideale comunitario, ma strumenti utili per ripensare il concetto di comunità e costruire nuove opportunità di relazioni e comunione tra le persone, abbandonando l'idea che le comunità debbano essere per forza locali e dimostrando come le tecnologie possano invece unire le persone in rete attorno a valori e interessi condivisi.

Tuttavia queste visioni si sono spesso basate su un'idea di web e di cyberspazio disincarnato e completamente sradicato dai luoghi, e dunque di comunità virtuali contrapposte e slegate dalle comunità organiche. Come si evidenzierà in questo lavoro (cfr. parte I cap.3) questa contrapposizione è oggi sempre meno efficace: la crescente integrazione delle reti nella vita quotidiana delle persone e la progressiva incarnazione e localizzazione del web disegnano un panorama in cui non è più possibile parlare di separazione tra spazi *on-line* e *off-line*, in quanto anche gli spazi fisici sono oggi spazi continuamente connessi (*on-line*) e le comunità caratterizzate da un ventaglio assai diversificato di relazioni e pratiche sia in presenza, sia mediate e a distanza.

In questo lavoro si è scelto di non abbandonare il termine comunità, nonostante la sua problematicità, volendo con esso recuperare il riferimento a quel tipo di «relazioni affettive, durature, diffuse, fiduciarie» che anche Bagnasco riconosce nelle società attuali, e che possono contraddistinguere, a volte, gruppi di persone "localizzate", accumulate dal fatto di utilizzare o frequentare lo stesso luogo, e dal fatto di svolgere pratiche incarnate in esso. E' queste pratica quotidiana dello spazio condiviso –

profondamente mediata dalla tecnologia e dai network - che definisce le comunità di oggi: sono comunità alleggerite, temporanee e progettuali, tenute insieme, come le identità individuali, da progetti e narrazioni comuni, in grado di mettere in campo valori temporaneamente condivisi.

Si tratta di un ordine comunitario transitorio, organizzato sulla base di obiettivi pragmatici e concreti, che può reggere e fare da collante all'agire della collettività proprio perché caratterizzato dalla sua dimensione incarnata del "qui" e "ora". Questa idea di comunità, basato sul modello dell'identità-progetto (Abruzzese 2004), agisce in uno spazio aperto e ibrido, continuamente ri-contestualizzato, re-interpretato e ri-mediato da relazioni in presenza e a distanza e dai materiali simbolici veicolati dai media. Rullani lo definisce uno «spazio riflessivo», «costruito dialogicamente sul terreno simbolico da soggettività diverse e in movimento», la cui identità è legata non all'essere ma al divenire: «ciò che definisce un'identità soggettiva o un contesto non è la storia che si intravede nel loro passato, ma il progetto a cui tende, la relazione che condivide, il movimento che si dà». (Rullani 2004, p. 80)

2. IL RUOLO DEI MEDIA

Una delle caratteristiche principali dei mezzi di comunicazione è la capacità di alterare la percezione e l'uso sociale dello spazio. Per Innis, uno dei primi studiosi a indagare in modo analitico e sistematico le relazioni tra media e organizzazione spazio-temporale nelle diverse civiltà, ad esempio, questa capacità di modificare l'equilibrio spazio temporale su cui le società si reggono rappresenta il potere fondamentale dei mezzi di comunicazione e il vettore dei mutamenti delle civiltà. Poiché ogni società si fonda sul controllo sistematico e totale dello spazio e del tempo, la capacità di alterare l'equilibrio di queste dimensioni attraverso i media rappresenta una vera e propria forma di potere che determina lo sviluppo e il crollo degli «imperi».³

Come sono interpretate, oggi, le tecnologie della comunicazione digitale in relazione alla spazialità? Che ruolo hanno i media – vecchi e nuovi – nel conformare la nostra percezione del qui e dell'altrove e a quali visioni, miti, paure corrispondono?

2.1 Media, modernità e *disembedding*: libertà ed emancipazione oltre il senso del luogo

Gli studiosi dei media e dei fenomeni sociali sono concordi nel considerare il ruolo che lo sviluppo dei mezzi di comunicazione ha avuto nel passaggio dalle società tradizionali alle società moderne. Per alcuni i media sono anzi i protagonisti di quei processi di *disembedding* che Giddens individua come costitutivi della modernità, poiché rendono possibile la divaricazione e l'autonomia tra spazio dell'azione sociale e luogo e portano all'instaurarsi di relazioni sociali basate non solo sulla presenza e sull'interazione faccia a faccia.

In *Mezzi di comunicazione e modernità* Thomspon (1995) ha indagato a fondo l'importanza decisiva che il diffondersi dell' «interazione mediata» e lo sviluppo delle reti di comunicazione globali hanno avuto nel passaggio dalle società tradizionali a quelle moderne. Nella sua analisi, il ruolo dei media è evidenziato soprattutto in relazione alla loro capacità di trasmettere contenuti simbolici a distanza, nello spazio e nel tempo, riorganizzando in modo radicale l'uso sociale di queste dimensioni. A partire dall'invenzione e dalla diffusione del telegrafo e del telefono, la comunicazione tra le persone non è più vincolata dai limiti dello spazio e del tempo, del qui e ora: gli individui possono agire e interagire a distanza. Ciò porta allo sganciamento del concetto di spazio da quello di tempo, che fino all'epoca delle interazioni non mediate

³ «Un mezzo di comunicazione ha un'importante influenza sulla diffusione della conoscenza nello spazio e nel tempo e diviene quindi necessario studiarne le caratteristiche per valutare l'influenza che esercita sul suo ambiente culturale. Secondo le sue caratteristiche esso può essere più adatto alla diffusione della conoscenza nel tempo di quanto possa essere nello spazio, in particolar modo se il mezzo è pesante e durevole e non adatto al trasporto, oppure alla diffusione della conoscenza nello spazio invece che nel tempo, in particolar modo se il mezzo è leggero e facilmente trasportabile. L'importanza nei riguardi della cultura di cui uno di questi fa parte sarà determinata dal maggior flusso che il mezzo eserciterà sul tempo o sullo spazio».

in presenza erano stati necessariamente legati. Con l'interazione mediata, alla distanza spaziale non è ora più collegata una distanza temporale, lo stesso tempo non richiede più lo stesso luogo e il concetto di simultaneità smette di essere legato al luogo (Thompson parla di «simultaneità de-spazializzata»). Lo sviluppo dei mezzi di comunicazione elettrici e la diffusione di mezzi di trasporto sempre più veloci fa nascere, per altro, la necessità che l'organizzazione del tempo e il coordinamento spazio-temporale avvenga non più su scala locale, ma su scala globale (per far fronte a tale necessità di standardizzazione del calcolo del tempo, nel 1884 si decide di adottare il sistema dei fusi orari, dividendo il globo in 24 fusi orari).

I media sono alla base di quel processo di compressione spazio-temporale iniziato nella modernità e tipico del processo di globalizzazione: con lo sviluppo dei nuovi mezzi di comunicazione e di trasporto. Lo spazio si riduce e sembra diventare sempre più a portata di mano, rappresentabile, misurabile, controllabile e modificabile dall'uomo.

Thompson evidenzia come i media abbiano giocato un ruolo fondamentale nello svincolare i processi culturali e di formazione del sé dall'ambito locale. La mediatizzazione della cultura ha introdotto nell'esperienza delle persone materiale simbolico proveniente da dimensioni non più esclusivamente locali, portando a profonde trasformazioni nel campo dei valori, delle credenze, degli atteggiamenti verso le comunità di riferimento:

«Modificando la nostra percezione dello spazio e del passato, lo sviluppo dei mezzi di comunicazione ha mutato anche il nostro senso di appartenenza — il senso, cioè, dei gruppi e delle comunità dei quali riteniamo di essere parte. In una certa misura, il senso di appartenenza deriva dalla convinzione di condividere una storia e un luogo comune, una comune traiettoria nel tempo e nello spazio. E tuttavia, quanto più il nostro senso del passato dipende da forme simboliche mediate, e il nostro senso del mondo e del posto che in esso occupiamo è alimentato dai prodotti dei media, tanto più si modifica anche il nostro senso dei gruppi e delle comunità con cui condividiamo un sentiero comune nello spazio e nel tempo, la stessa origine e lo stesso destino: sentiamo di appartenere a gruppi e comunità costituiti almeno in parte dai media» (Thompson 1995, trad. it. p.55)

La dimensione locale perde così progressivamente importanza nella definizione del nostro senso di appartenenza, nel rapporto con la tradizione⁴ e, soprattutto, nella definizione dell'identità personale. Con la modernità, la costruzione del sé diventa, per Thompson, un «progetto simbolico» sempre meno dipendente dalle sole risorse locali e dalla «conoscenza locale» (Geertz 1983) che gli individui hanno a disposizione nel

⁴ Con il concetto di «tradizione dislocata» (Thompson 1995, trad. it. pp.274-288), Thompson sostiene che il diffondersi dei media ha influito in senso de-ritualizzante, de-personalizzante e de-localizzante sul rapporto tra individui e tradizione.

posto in cui vivono e nei contesti delle interazioni faccia a faccia, poiché diventa possibile, grazie ai media, accedere a contenuti simbolici sempre più complessi e differenziati. Gli orizzonti di comprensione non sono più limitati all'interazione locale, tipicamente orale, ristretta e controllata – ma si estendono sempre più su scala globale:

«Il processo di autoformazione si lega in misura sempre maggiore all'accesso a forme di comunicazione mediata – alla stampa, in primo luogo, e successivamente alle forme simboliche elaborate elettronicamente. La conoscenza locale è integrata e progressivamente sostituita dai nuovi tipi di conoscenza non locale fissati su un sostrato materiale, riprodotti tecnicamente e trasmessi attraverso i media» (Thompson 1995, trad.it. p. 294)

La stessa perdita di rilevanza del luogo nella strutturazione delle relazioni e nello sviluppo dei processi identitari viene sottolineata da Meyrowitz (1985). Egli sostiene, piuttosto radicalmente, che i «media elettronici» abbiano portato alla definitiva dissociazione tra luogo fisico e luogo sociale, sradicando – o meglio liberando – l'esperienza sociale dalla necessità della presenza e dai vincoli delle relazioni o con le persone. Il luogo sociale – cioè lo spazio dell'interazione sociale, delle attività e delle relazioni, in cui si articolano i processi di elaborazione simbolica del sé, e dell'identità culturale e sociale degli individui – non aderisce più al luogo fisico, si disancora da esso e si diluisce in uno spazio mediato globale ricco di potenzialità di emancipazione:

«..i media elettronici sminuiscono il significato del luogo fisico come determinante delle situazioni sociali» (Meyrowitz 1995, trad. it. p. 201)

«quando comunichiamo attraverso il telefono, la radio, la televisione o il computer, la nostra collocazione fisica non determina più dove e chi siamo a livello sociale». (Meyrowitz 1995, trad.it. p.190)

Come quella di Thompson, anche la visione di Meyrowitz sulla dissociazione tra presenza e spazio sociale è particolarmente ottimista: egli vede nel cambiamento che provocano i media elettronici una ridefinizione dei rapporti di potere che la tradizione della materialità dei luoghi, alfabetica e fordista, ha incapsulato in rigidi e isolati rapporti gerarchici tra gli attori sociali:

«la mia tesi fondamentale è che molte differenze che una volta si percepivano tra individui appartenenti a gruppi sociali, a diversi stadi di socializzazione e a differenti livelli di autorità, erano sostenute dalla suddivisione degli individui in mondi di esperienza molto diversi. La separazione delle persone in varie situazioni (o in diversi insiemi di situazioni) ha favorito diverse visioni del mondo, ha creato nette distinzioni tra comportamenti da "palcoscenico" e da "retroscena", e ha permesso agli individui di

svolgere ruoli complementari anziché reciproci. [...] Queste distinzioni erano favorite anche dall'isolamento di persone diverse in luoghi diversi, il che creava differenti identità sociali basate sulle esperienze specifiche e limitate che si potevano vivere in determinati luoghi. Riunendo tanti tipi diversi di persone nello stesso 'luogo', i media elettronici hanno favorito la confusione di molti ruoli sociali un tempo distinti. Dunque, i media elettronici ci influenzano non tanto con i loro contenuti, ma modificando la 'geografia istituzionale' della vita sociale.

«i media elettronici hanno alterato gli aspetti di identità di gruppo, socializzazione e gerarchia che un tempo dipendevano da luoghi fisici particolari e da particolari esperienze che in quei luoghi era possibile fare». P. 206

Il fatto che le interazioni e le relazioni sociali non siano più determinate esclusivamente dalla presenza e dalla materialità dei luoghi ha forti ripercussioni sui processi di costruzione dell'identità. Come Mead sostiene, la costruzione del sé è un processo riflessivo: l'idea che ci facciamo di noi stessi dipende strettamente dall'immagine che gli altri ci restituiscono di noi. Il sé sarebbe un «altro generalizzato», poiché nascerebbe dallo sguardo degli altri, dalla cui prospettiva noi ci guardiamo e ci giudichiamo. Per Meyrowitz i media si introducono in questo processo modificandolo e rendendolo più complesso. La costruzione dell'io non è più legata solamente agli sguardi delle persone con cui interagiamo in presenza (le persone presenti nella nostra cerchia locale), ma dipende anche dalle relazioni che sviluppiamo a distanza, oltre i confini fisici del luogo. Le persone della nostra cerchia intima – il vicinato, il paese, la casa, i nostri "congiunti" – hanno dunque meno influenza sull'immagine che ci facciamo di noi, poiché attraverso i media possiamo entrare in contatto anche con chi non è fisicamente presente.

Meyrowitz sottolinea un altro fattore di emancipazione legato ai media, tipico della modernità avanzata e relativo alla maggior facilità psicologica con cui oggi è possibile spostarsi da un luogo all'altro, senza troppi traumi: l'abbandono di un luogo non vuol più dire l'abbandono delle persone che per noi sono importanti, poiché possiamo continuare a rimanere in contatto con esse attraverso la comunicazione mediata dal computer, che oggi estende e potenzia in modo prima impensabile il concetto di *psychological neighbourhoods* che Sidney Aronson aveva coniato nel 1971 in relazione alle conversazioni telefoniche.

La posizione di Meyrowitz rispecchia la fiducia ottimista nelle potenzialità di emancipazione dei media, in particolare dei media elettronici. Secondo la sua visione essi ci permettono oggi di essere maggiormente liberi di scegliere dove vogliamo vivere e chi vogliamo essere senza i vincoli della materialità fisica dei luoghi della tradizione: «la glocalità resa possibile dai media e dai network permette di avere identità multiple, stratificate, fluide e modificabili di continuo» (Meyrowitz 2005, trad. mia).

2.2 L'ansia della distanza tecnologicamente mediata

Altre posizioni interpretano invece il ruolo dei media e, in particolare, quello dei network digitali e dei dispositivi mobili che oggi estendono in modo *ubiquitous* la capacità di connessione, in chiave decisamente più negativa. Molti accusano questi nuovi strumenti di comunicazione di essere la principale causa del declino degli spazi pubblici, che verrebbero dissolti proprio dal proliferare delle connessioni a distanza in cui le persone sono sempre più intensamente coinvolte. Le dinamiche di disconnessione locale sarebbero in questo modo legate soprattutto alle connessioni globali, in una relazione causa-effetto che vede i media come principali colpevoli.

Gordon e de Souza e Silva (2011) passano in rassegna alcune di queste posizioni: secondo lo psicologo David Uzzel (2008), ad esempio, l'utilizzo della tecnologia negli spazi pubblici sarebbe un vero e proprio crimine «contro l'umanità», poiché permette che i «luoghi ci vengano sottratti proprio sotto i nostri occhi».

In queste letture, i media sono strumenti che sradicano gli attori dai contesti reali dei luoghi fisici e li proiettano in uno spazio altro, compromettendo seriamente le relazioni, la coesione sociale e la partecipazione agli spazi pubblici: «non sei in Madison Avenue se hai un piccolo oggetto nelle orecchie che ti spinge verso una persona in Omaha». (Goldelberg 2007) Da queste prospettive, le relazioni sociali "vere" richiederebbero la completa attenzione e la presenza fisica degli individui. Le tecnologie della comunicazione vengono viste come strumenti che alterano in modo negativo questa condizione, perché instaurano quella «presenza assente» - la condizione per cui uno è «fisicamente assorbito da un mondo altrove tecnologicamente mediato» (Gergen 2002 citato in Gordon e De Souza e Silva, 2011, p. 85) che compromette o distrugge la qualità della relazione sociale.

La possibilità di creare relazioni sociali autentiche con le persone a distanza sarebbe solo un'illusione. Si affermerebbero, al contrario, tendenze considerate disarticolanti e distruttive delle relazioni sociali e degli spazi pubblici, come il *networked individualism* (Wellman 2002) che porta le persone a connettersi attraverso la rete, ma non con lo spazio fisico che li circonda; o il *telecocooning* e la *selective sociality*, in cui piccoli gruppi di amici interagiscono tra loro in rete e ignorano la più grande sfera pubblica (Habuchi 2005 e Matsuda 2005, citati in Gordon e de Souza e Silva 2011. p. 89).

Le connessioni digitali isolerebbero, insomma, le persone nel mondo autistico delle loro reti familiari, facendo venire meno il capitale sociale che invece dovrebbe essere costruito e scambiato direttamente negli spazi pubblici locali.

Secondo Gordon e de Souza e Silva, alla base di questi attacchi vi è quell'ansia e quella paura generata dalla distanza mediata dalla tecnologica che già Simmel aveva colto in relazione al telescopio e al microscopio, due media simbolo della rivoluzione scientifica e della modernità. La diffusione di questi strumenti ha trasformato una realtà prima lontana e invisibile e quindi «istintiva o inconscia», in qualcosa di più vicino, di più controllabile e manipolabile, ma al tempo stesso di più frammentato.

Quello che era distante un tempo ora è diventato più vicino, ma al costo di una distanza maggiore di ciò che prima era vicino. In molti hanno applicato la stessa analisi ai nuovi media e ai dispositivi mobili, come il telefono cellulare, che attiveranno connessioni con ciò che è distante, sacrificando ciò che è vicino e locale (i due autori citano in particolare: Plant 2001, Gergen 2002, Habuchi 2005).

Alla base di queste posizioni apocalittiche si può riconoscere l'ansia del distacco e la paura della perdita del locale, della vicinanza e di quella sicurezza ancestrale che invece solo la presenza e l'intimità delle relazioni faccia a faccia sarebbero capaci di garantire. In esse emerge una sorta di attaccamento nostalgico a un'idea di relazione e di spazio pubblico autentico ormai disgregato, a causa dell'effetto dei nuovi media e delle tecnologie dell'informazione. Per Virilio, ad esempio, la città informatizzata è una città spersonalizzata e la perdita del locale una specie di minaccia all'"umano" (Virilio 1984).

I media digitali e i network porterebbero alle estreme conseguenze la condizione di alienazione e disarticolazione già descritte in alcuni celebri resoconti sulla città moderna, come quelli che troviamo in Benjamin e Simmel, che tra i primi hanno descritto i cambiamenti radicali avvenuti nella relazione con lo spazio e con la città con l'avvento dei media e della modernità, raccontando il passaggio da forme coese di legame comunitario (*Gemeinschaft*) a forme più spersonalizzate e sradicate di relazione (*Gesellschaft*).

2.3 Flâneur e blasé: resistenze e rifugi nostalgici

Quando si parla di media, spazio e città, si fa spesso riferimento al *flâneur* di Benjamin e al *blasé* di Simmel, come metafore emblematiche che descriverebbero bene la condizione dell'uomo moderno nella metropoli.

Attraverso queste due figure, entrambi gli autori descrivono tale situazione paragonandola a un vero proprio *shock*, collegato al tracollo della tradizione e alla riorganizzazione dell'esperienza, dovuta, almeno in parte, anche alla diffusione di nuovi media, come la fotografia e il cinema. I media ridefiniscono in modo radicale i concetti di vicinanza e di lontananza, modificando lo spazio per l'intimità, la relazione, il contatto, portando vicino quello che è lontano e lontano quello che è vicino.⁵

Lo *shock* a cui essi fanno riferimento è dato dalla sovraesposizione a stimoli sempre più numerosi e intensi che l'uomo moderno, in città, incontra.

Benjamin descrive questo *shock* metropolitano riferendosi a stimoli di natura eterogenea ma egualmente destabilizzanti (lo scatto del fotografo, il traffico, gli incroci pericolosi, i titoli degli annunci sul giornale), e richiamando Baudelaire, descrive la folla metropolitana in cui l'uomo moderno è immerso come un «serbatoio di energia elettrica». Le nuove tecnologie della comunicazione – il cinema, soprattutto – fanno

⁵«Col primo piano si dilata lo spazio, con la ripresa al rallentatore si dilata il movimento» (Benjamin 1936, trad. it. p. 41).

pienamente parte di questa nuova «coscienza caleidoscopica», sia perché alimentano lo shock, sia perché diventano strumenti utili per adattarvi:

«Così la tecnica sottoponeva il sensorio dell'uomo a un training di ordine complesso. Venne il giorno in cui il film corrispose a un nuovo urgente bisogno di stimoli [...] Se i passanti di Poe gettano ancora (apparentemente) senza motivo occhiate da tutte le parti, quelli di oggi devono farlo per forza per tenere conto dei segnali del traffico». (Benjamin, in Ricciardi 2008, p.66)

Cambiamento, velocità, imprevedibilità caratterizzerebbero la vita metropolitana, determinando nelle persone atteggiamenti e mentalità decisamente differenti da quelle che caratterizzavano la vita nei piccoli centri.

La reazione a una tale condizione è però di tipo nevristenico. Per potersi adattare al bombardamento metropolitano, il soggetto stanco, disorientato e sovrastimolato oppone strategie di resistenza a questa condizione di disagio psichico, cercando rifugi che assumono diverse forme: il disincanto e il distacco o la fuga onirica.

Il blasé: il distacco e il disincanto

La vita metropolitana spinge le persone a sviluppare una capacità di adattamento al cambiamento e all'imprevedibilità che chi vive nei piccoli centri non ha.

«Ciò innanzitutto permette di comprendere il carattere intellettualistico della vita psichica metropolitana, nel suo contrasto con quella della vita di provincia, che è basta per lo più sulla sentimentalità e sulle relazioni affettive. Queste ultime si radicano negli strati meno consci della psiche e si sviluppano innanzitutto nella quieta ripetizione di abitudini ininterrotte; la sede dell'intelletto, invece, sono gli strati trasparenti consci e superiori della nostra psiche. L'intelletto è la più adattabile delle forze interiori: per venire a patti con i cambiamenti e i contrasti dei fenomeni non richiede quegli sconvolgimenti e quei drammi interiori che la *sentimentalità*, a causa della sua natura conservatrice, richiederebbe necessariamente per adattarsi ad un ritmo analogo di esperienze». (Simmel, citato in Calabrò 2005, p. 47).

La capacità di distaccarsi dalle situazioni, di non rimanerne troppo emotivamente coinvolto è alle base dell'atteggiamento *blasé*, che contraddistingue l'individuo metropolitano distaccato, razionale, indifferente, calcolatore capace di non lasciarsi sconvolgere dall'imprevedibilità, dalla velocità e dalla complessità degli stimoli che l'esperienza urbana continuamente gli propone. È l'atteggiamento a cui le posizioni più apocalittiche sulla città normalmente si rifanno: nelle metropoli – e oggi nel mondo dei flussi globali – non esistono relazioni vere, umane; le persone sono estraniare e assenti, non si ha più la possibilità di instaurare rapporti intimi, profondi e autentici con le persone o di essere coinvolti in relazioni affettive significative,

poiché predominano forme autistiche di individualismo.

Sebbene questa lettura critica e negativa dell'atteggiamento *blasé* sia presente in Simmel,⁶ egli ne offre anche un'interpretazione più positiva, legata all'inedita e straordinaria possibilità di libertà che la metropoli offre. Se la vita nella città porta a una forzata razionalizzazione della vita quotidiana, essa, allo stesso tempo, rompe le costrizioni tipiche delle piccole città. L'anonimato e l'individualismo che la caratterizzano possono essere visti come una perdita, ma anche come una possibilità da cogliere per progettare in modo autonomo e svincolato dalle costrizioni della tradizione e dai vincoli soffocanti delle piccole comunità, la propria vita e il proprio futuro aprendolo al cambiamento.

Emerge l'ambivalenza tipica dell'epoca moderna, e rintracciabile nelle diverse interpretazioni che abbiamo fin qui passato in rassegna in relazione al problema dei luoghi, dei media e della tecnologia: la seduzione e il fascino (spesso: il senso di onnipotenza) della libertà e della possibilità di cambiamento si accompagna all'ancestrale paura dell'abbandonare la sicurezza (spesso costrittiva) dei nostri «rifugi».

Il flâneur: sogno e fuga romantica

Il *flâneur* di Benjamin è un'altra figura di reazione allo shock metropolitano, un altro modo per sottrarsi allo stress percettivo e psichico della vita moderna, ma di segno opposto. Se il *blasé* si adatta alla metropoli con il distacco razionale e cinico, il *flâneur* se ne sottrae attraverso la fuga onirica, mettendosi ai margini, costruendosi un tempo e uno spazio individuale.

Come sottolinea Ricciardi, la *flânerie*, il peregrinare senza meta e senza uno scopo preciso per le vie della città, è un vero e proprio atto di resistenza:

«La resistenza è propria del *flâneur* che non vuole seguire il ritmo sincopato e alienante dei flussi metropolitani: ancora una figura di intellettuale, sia pure un intellettuale la cui aureola è gettata nel fango. Il *flâneur* resiste senza troppa esibizione, ma si mette ai margini di questi processi di modernizzazione e di progresso; prende il suo tempo e lo lascia passare in modo individuale». (Ricciardi 2008, p. 67)

Il «modo individuale» con cui il *flâneur* vive gli spazi e i tempi della città è, per Benjamin, paragonabile alla condizione onirica, in cui è possibile vivere in mondi altri, costruiti dalla propria soggettività, mondi fantasmagorici, nei quali le leggi e i tempi del reale sono sospesi. È una condizione alterata, una dimensione altra che questo «sognatore ozioso» insegue attraverso diversi espedienti (la droga, l'estasi per la teatralità di Napoli, la conformazione delle gallerie e dei *passage*), un'«ebbrezza anamnestic», che lo porta a sconnettersi con la realtà, con la città vera che rimane

⁶ «Per lui il significato e il valore delle differenze, e con ciò il significato e il valore delle cose stesse, sono avvertiti come irrilevanti. Al *blasé* tutto appare di un colore uniforme, grigio, opaco, incapace di suscitare preferenze» (Calabrò 2004, p. 50)

per lui «estranea e fredda» come la camera che lo accoglie al termine delle sue peregrinazioni oniriche:

«Chi cammina a lungo per le strade senza meta viene colto da un'ebbrezza. A ogni passo l'andatura acquista una forza crescente; la seduzione dei negozi, dei bistrot, delle donne sorridenti diminuisce sempre più e sempre più irresistibilmente si fa, invece, il magnetismo del prossimo angolo di strada, di un lontano mucchio di foglie, del nome di una strada. Poi sopravviene la fame. Egli non vuole sapere nulla dei mille modi per placarla. Come un animale ascetico si aggira per quartieri sconosciuti, finché sfinito crolla nella sua camera, che lo accoglie estranea e fredda». (Benjamin 1982, trad. it. p. 466)

Al contrario del blasé, il *flâneur* di Benjamin è una figura coinvolta e appassionata, la sua esperienza si conforma come «un'immersione percettiva, emozionale e sensoriale nei percorsi della città» (Amin e Thrift 2001, trad. it. p. 29) che mette in gioco l'affetto e la passione. Il *flâneur* è inebriato, gli palpitano le vene e i polsi. (Benjamin 1982, trad. it. p. 466)

La *flânerie* è stata spesso indicata come strategia poetica e lirica utile per cogliere la complessità e la mutevolezza della città, o come osservano Amin e Thrift, la sua «transitività» (Amin e Thrift 2001), che secondo alcuni sarebbe afferrabile soltanto attraverso una sorta di «apertura e aspettativa lirica e entusiastica» come quella suggerita da Breton. Gli strumenti della modernità - la guida Baedeker, le mappe tradizionali - non possono più farci da guida nella complessità metropolitana. Servono altri espedienti, altri strumenti per cogliere questa complessità mutevole. Servono mappe e racconti alternativi basati sulla peregrinazione.

Nonostante la fortuna che la figura del *flâneur* di Benjamin ha avuto nelle riflessioni su esperienza, spazio e media (proprio per la sua capacità di descrivere con un secolo di anticipo processi e problematiche tipiche della società contemporanea), essa è stata anche sottoposta ad alcune critiche. Amin e Thrift (2001) sottolineano il limite di affidare la descrizione dell'esperienza urbana a un'interpretazione esclusivamente soggettiva, al perdersi romantico e onirico. Lo sguardo poetico del *flâneur* è soggettivo, personale e parziale, incapace da solo di cogliere la molteplicità e l'ambivalenza della metropoli. Queste peregrinazioni romantiche e intellettuali, ad esempio, sono incapaci di rendere conto dell'esperienza che persone diverse - come ad esempio le donne - hanno della città: «la *flânerie* non è mai stata di genere neutro: i racconti sono stati sempre principalmente al maschile, spesso carichi di connotazioni sensuali (folla, strade, saloni ed edifici considerati eccitanti o con analogie troppo frequenti con il corpo femminile o la femminilità)». (Amin e Thrift 2001, trad. it. p. 33)

In particolare, come sottolineano Amin e Thrift, queste metafore sono accumulate da una visione estremamente nostalgica e ancorate a un'idea di spazio di relazione

autentico di cui si rimpiange la fine:

«Buona parte dei resoconti sulla vita urbana moderna e in particolar modo quelli di Georg Simmel e Walter Benjamin narrano di una città autentica, tenuta insieme dall'interazione faccia a faccia, la cui coesione è ormai solo un ricordo. Se la città autentica esiste, non è che una mera ombra di se stessa, un'ombra che serve solo a mettere maggiormente in evidenza quel che è andato perduto. Nei grandi resoconti storici, la città moderna è più perdita che guadagno». (Thrift 2001, trad. it. P. 56)

Soprattutto queste metafore – *flâneur e blasé* – non sono giudicate più in grado di cogliere e descrivere la condizione post-umana della città contemporanea, intessuta di relazioni complesse, che oggi coinvolgono agenti materiali e immateriali, umani e non umani.

2.4 Tra il qui e l'altrove: dal glocal al netlocal

Sia nelle visioni progressiste, sia in quelle pessimistiche, sia in quelle nostalgiche, è possibile riconoscere una matrice oppositiva che caratterizza la dicotomia tra locale / globale e che oppone la presenza alla distanza; il qui all'altrove; l'interazione diretta a quella mediata; i luoghi ai flussi.

Queste dicotomie fondano posizioni spesso fortemente in polemica tra loro: se per alcuni, come abbiamo visto, i processi di *disembedding* significano innovazione, progresso, sviluppo, libertà dai vincoli del luogo, per altri la progressiva perdita delle relazioni faccia a faccia e la scomparsa del locale come dimensione prioritaria dell'agire sociale costituiscono, invece, il prodotto negativo della modernità prima e della globalizzazione poi.

Lo spazio della tecnologia e dei media (a cui gli autori più ottimisti associano i valori del progresso, di emancipazione, di cambiamento e di libertà) è generalmente visto in contrapposizione allo spazio locale non mediato, al rifugio protetto, ma ingessato e costrittivo del luogo, a cui sono solitamente associati i valori più tradizionali delle relazioni autentiche e umane. Nelle visioni più pessimistiche o nostalgiche, l'affermazione del primo implica la rinuncia al secondo e dunque la rinuncia alla possibilità di relazioni autentiche. Il progresso, la crescita e la libertà sono conquistate al prezzo dell'individualismo dell'alienazione, della mercificazione.

Alcune proposte cercano invece di conciliare queste opposizioni, a partire da quella tra globale e locale, evidenziando le dinamiche di interconnessione tra flussi e luoghi, tra locale e globale, tra assenza e presenza.

La prima intuizione sul ruolo dei media come connettori tra flussi e luoghi è stata di McLuhan, che con la celebre espressione del «villaggio globale», coglie in modo premonitore il mutamento profondo che i media elettrici stanno portando nella concezione dello spazio.

Ricciardi sottolinea come il villaggio globale di McLuhan non descriva solo, ottimisticamente, la condizione di un'umanità perennemente connessa nei network e nei flussi di comunicazione, ma sia anche un modo per recuperare, in essi, forme di relazione premoderne e comunitarie, fondate sull'oralità:

«Il villaggio invece richiama la riapparizione di forme di associazione premoderne, comunità più ristrette e più semplici in cui tutti si conoscono e tutti partecipano, opposte all'alienazione della società industriale. Il villaggio è anche una regressione, un ritorno a forme di civilizzazione – fondate principalmente sull'oralità – che sembravano scomparse o limitate a zone periferiche». (Ricciardi 2010, p. 84)

Meyrowitz – l'autore che aveva teorizzato il superamento del «senso del luogo» - scrive nel 2004 un breve articolo in cui parla di *glocality*, affermando il perdurare del luogo e la necessità di adottare approcci che tengano conto del fatto che «nel mondo mediato tutte le esperienze sono globali e locali insieme». Nell'articolo prosegue mettendo soprattutto in luce come l'esperienza globale dei media influenzi quella locale estendendo il nostro campo percettivo: «persone e cose di cui facciamo esperienza non sono esclusivamente locali».

Per Meyrowitz l'esperienza mediata *glocal* si caratterizza da un forte ruolo del globale sul locale ed è ancora legata al concetto di altrove e di distanza. L'interazione mediata, egli osserva, enfatizza le possibilità di fuga e sconvolgimento dei luoghi: «spesso non c'è connessione essenziale tra il contesto fisico e le esperienze mediate che stiamo avendo in quei contesti locali». Possiamo, cioè, essere fisicamente in un luogo, ma non essere socialmente o psicologicamente presenti. Possiamo vivere in un quartiere, in un villaggio, e non essere minimamente coinvolti nelle sue dinamiche; così come possiamo essere fisicamente in un posto e assenti, o in fuga mentalmente e psicologicamente da esso (Meyrowitz fa ad esempio riferimento alle chat e alle linee telefoniche frequentate dai gay).

Certo, Meyrowitz ammette che i media elettronici possono anche favorire attaccamento al luogo, ma ciò avviene soprattutto grazie al fatto che ci rendono consapevoli di quello che avviene nell'altrove. I media elettronici hanno, infatti, influito notevolmente sull'idea che abbiamo dei nostri luoghi, e sull'esperienza che ne facciamo: espandono e rendono maggiormente complesso il senso che abbiamo del nostro locale, relativizzandolo e collocandolo in una dimensione globale a fianco di tanti altri locali: «siamo meno portati a vedere i nostri contesti fisici come il centro dell'universo». Siamo più portati a pensare al posto in cui viviamo da altri punti di vista, da più prospettive e come se fosse pensato dall'altrove: «La prospettiva mediata Meyrowitz – che fornisce una sorta di 'sguardo dall'alto' anche per quelli 'a terra' – ridefinisce molti problemi locali in 'problemi sociali'; cioè in battaglie tra più astratte categorie sociali». (Meyrowitz 2004).

Il *glocal* di Meyrowitz sembra dunque recuperare un senso del luogo, ma lo fa in un

modo esclusivamente dipendente dal globale e proiettato nell'altrove.

Con il concetto di *Net Locality*, invece, Gordon e De Souza e Silva (2011) adottano una nuova prospettiva per pensare la relazione tra queste due dimensioni, valorizzando maggiormente il ruolo del locale e delle pratiche che in esso hanno luogo:

«Net Locality inverte la tradizionale idea della globalizzazione, focalizzandosi su come il locale influenza il globale. I luoghi non sono rilevanti perché sono connessi alla rete globale; sono rilevanti perché hanno il potere di cambiare le pratiche globali. Nell'ambito della netlocality, valorizziamo il locale non solo per le sue connessioni con il globale, ma anche perché siamo costantemente in contatto con conoscenza locale e informazione». (Gordon e De Souza e Silva 2011, p. 156, traduzione mia)

Net Locality

Alla base dell'idea di *Net Locality* c'è un senso differente della mediazione tecnologica: non solo verso l'altrove, ma anche verso il qui e l'ora. Questa è sicura una condizione nuova, poiché per interazione mediata si intende solitamente un'interazione che utilizza i media per unire persone distanti nel tempo o nello spazio:

«l'interazione mediata si estende nello spazio e nel tempo, e acquista perciò una serie di caratteristiche che l'interazione faccia a faccia non possiede. Mentre quest'ultima ha luogo in un contesto di compresenza, coloro che partecipano a un'interazione mediata si trovano in ambienti lontano nello spazio e nel tempo. Essi non condividono lo stesso sistema di riferimento spazio-temporale». (Thompson 1995, trad. it. p. 123)

Gordon e De Souza e Silva analizzano, invece, le opportunità che si aprono alle persone e alle società quando i media vengono utilizzati per l'interazione tra soggetti che condividono lo stesso contesto spaziale. Come essi mettono in evidenza, le tecnologie *mobile*, *location aware* e *ubiquitous* stanno riconfigurando radicalmente il modo di intendere le relazioni tra le persone e i luoghi, e il modo di vivere le dinamiche tra il globale e il locale, tal il qui e l'altrove. Sta emergendo un nuovo contesto in cui il ruolo dei media deve essere considerato non solo in funzione dell'opportunità che offre al locale per connettersi con il globale, ma anche in relazione alle possibilità di promuovere, attraverso, la tecnologie, nuove possibilità di consapevolezza locale e pratiche sociali nei luoghi.

«Net Locality: una forma emergente di consapevolezza del luogo – della localizzazione. Il concetto Net Locality ci aiuta a indagare e cercare di comprendere cosa avviene alle persone e alle società quando virtualmente tutto è localizzato o localizzabile. Soprattutto ci aiuta a immaginare cosa gli individui e le società possono fare di queste opportunità: dall'organizzare proteste politiche, al trovare risorse e amici collocate vicino a loro». (Gordon e De Souza e Silva 2011, p. 2, traduzione mia)

Una *Net Locality* è un luogo mediato in cui le tecnologie vengono utilizzate per attivare connessioni tra le persone che lo praticano, lo spazio fisico, e i flussi di comunicazione in cui è inserito. Come Gordon osserva, i luoghi sono sempre mediati dalla tecnologia: edifici, segnali, strade, macchine, sono tutti apparati tecnologici che mediano la nostra esperienza dello spazio e della città. Le tecnologie *mobile* e *location aware* modificano lo spazio come prima avevano fatto la fotografia e il cinema. *Net Locality* è l'insieme di questi ambienti, la connessione di questi apparati mediali e tecnologici che in forme sempre più connesse e *ubiquitous* mediano la nostra esperienza della città, producendo nuove modalità di interazione e nuovi contesti per l'interazione sociale.

In questo contesto, la co-presenza non esclude e non si oppone all'interazione in rete, le relazioni dirette nei luoghi e quelle virtuali dello spazio dei flussi non sono viste in opposizione, ma come componenti di un'unica dinamica, in cui esse si influenzano reciprocamente. Questi contesti sono definiti da De Souza e Silva (2006) come: «situazioni sociali in cui i confini tra contesti remoti e contigui non possono essere più definiti con chiarezza». In questi spazi ibridi le persone fanno quotidianamente uso di più ambienti tecnologici e network di comunicazione per organizzare e programmare la loro esistenza quotidiana. Come osserva Castells, con il diffondersi delle tecnologie *wireless* e mobili, le interazioni quotidiane – che avvengono comunque in luoghi e spazi fisici – sono costantemente immerse nello spazio dei flussi, e ciò determina una riconfigurazione profonda dei confini tra il qui e l'altrove:

«Poiché la comunicazione mobile modifica inesorabilmente il riferimento al luogo, lo spazio dell'interazione è interamente definito all'interno dei flussi di comunicazione. Le persone sono qui e altrove, in una ininterrotta combinazioni di luoghi. Tuttavia i luoghi non scompaiono. Piuttosto, mentre praticano una sorta di *rendevouzing*, gli individui camminano o si dirigono verso la loro destinazione, mentre, nello stesso tempo, decidono quale destinazione debba costituire la loro meta sulla base della comunicazione istantanea nella quale sono coinvolti. Dunque i luoghi continuano a esistere, comprese le abitazioni e i luoghi di lavoro, ma esprimono la loro esistenza come punti di convergenza nei network di comunicazione creati e ricreati dalle decisioni degli individui». (Castells 2007, trad. it. p.187)

In particolare, come si vedrà meglio nel paragrafo 3.2 di questa sezione, il cellulare e in generale il *mobile* sono riconosciuti come gli strumenti tecnologici che maggiormente contribuiscono a questa connessione locale-globale. Farman (2012) sottolinea come la tensione tra prossimità e distanza, e tra intimità ed estraniamento sia sempre stata presente nei modi con cui i media mobili sono stati utilizzati. Alcuni studi sottolineano il carattere fondamentalmente estraniante dei dispositivi mobili,

evidenziando soprattutto il loro utilizzo come mezzi per evadere ed allontanarsi dall'obbligo di essere coinvolti nelle relazioni in presenza con le persone. Il termine *cocooning* (Ito et al. 2009), ad esempio, descrive la situazione in cui le persone utilizzano cellulari e i-Pod per isolarsi in personali "bozzoli-rifugio" (*cocoon*) che permettono, in situazioni affollate, di non dovere interagire con le persone e i contesti locali. Altre ricerche, invece, mettono in luce come gli usi dei dispositivi mobili siano per la maggior parte localizzati e come i network mobili siano utilizzati, solitamente, in modo funzionale alle relazioni locali. A questo riguardo, vengono analizzate, ad esempio, le pratiche di *rendevouzing* (o di micro-coordinamento attraverso la comunicazione mobile), che permettono il coordinamento geografico locale delle famiglie e di piccoli gruppi sociali (Colbert 2001; Ling e Haddon 2001). Oggi la diffusione degli smartphone, che rende possibile connettersi in rete praticamente ovunque, introduce in queste pratiche dimensioni sicuramente globali; ma, allo stesso tempo, la presenza di tecnologie *location aware* in questi dispositivi riporta il ruolo del luogo e della posizione in primo piano. Come sottolinea Castells, il *mobile* si colloca proprio all'incrocio della dimensione locale con quella globale:

«se teniamo in considerazione entrambe le osservazioni – vale a dire la prossimità di alcuni impieghi e la percezione di una dimensione globale – si può ipotizzare che la diffusione della comunicazione mobile non cancelli lo spazio, ma crei uno spazio nuovo che è locale e globale allo stesso tempo». (Castells 2007, trad. it. p.190)

2.5 Luoghi connessi: andarsene per ritornare

Net Locality descrive questa una nuova situazione in cui l'interazione mediata è *presente* e si inserisce direttamente nei contesti locali, arricchendo e non per forza distruggendo il riferimento spazio-temporale condiviso dagli attori: «dal momento in cui i dispositivi mobili sono diventati parte naturale delle nostre relazioni sociali, esse possono ora essere accettate nella cornice generale delle interazioni sociali, permettendo di alterare la situazione, senza distruggerla». (Gordon e De Souza e Silva 2011, p. 91, traduzione mia)

Gli autori osservano come spesso l'utilizzo delle tecnologie mobili negli spazi pubblici sia stato letto come un modo per "filtrare" gli stimoli a cui siamo esposti in città: telefonini, smartphone *location aware* e altri dispositivi mobili possono essere visti come strumenti che l'uomo metropolitano ha a disposizione per organizzare la propria vita nella città. Recuperando Simmel, è possibile dare una lettura delle tecnologie in senso *blasé* (cfr. paragrafo 2.3 di questa sezione), considerandole come strumenti di sopravvivenza che le persone usano per gestire la complessità degli stimoli metropolitani in cui sono immerse: «mappe e dispositivi mobili sono interfacce utili per relazionarsi con l'apparente incomprensibilità del mondo attorno a noi». (p. 88) I network oggi ampliano ancora di più gli stimoli e le possibilità di incontro e di

esperienze nuove che già Simmel riconosceva come elemento seduttivo caratteristico della città («la persona che partecipa a una località in rete non è limitata a ciò che immediatamente la circonda; ha l'abilità di associarsi e venire in contatto con una varietà ben più ampia di informazioni e persone»).

Le tecnologie possono essere viste, dunque, non come strumenti che distruggono le connessioni con il locale, ma come dispositivi che permettono di selezionare e scegliere con chi e con quali spazi interagire e di organizzare la nostra esperienza urbana in modo autonomo. I dispositivi mobili di comunicazione, in particolare, sarebbero strumenti che ci aiutano a governare quei distacchi ragionati, quelle fughe momentanee dai contesti, necessari per sopravvivere alla complessità metropolitana. L'esempio riportato dagli autori è significativo: una persona che sta camminando per le vie della città con le cuffie dell'iPod nelle orecchie può di volta in volta *scegliere* se fermarsi a salutare le persone che incrocia oppure no, decidendo in quale "luogo" rimanere sulla base della valutazione del contesto e della situazione. In casi come questo, i dispositivi mobili forniscono l'occasione di fughe momentanee, riconfigurando le regole e le aspettative della situazione. Essi costituiscono un sistema per filtrare la città, per creare quell'apparenza esterna di riserva a cui Simmel si riferiva, ma in un modo che rafforza il coinvolgimento individuale e il controllo del contesto secondo i termini di ognuno.

Come sottolinea Marinelli (2008) nella prefazione a *Mobile Communication e trasformazione sociale*, le tecnologie *wireless* e i network in mobilità determinano nuovi contesti in cui gli individui possono «esercitare maggior controllo sui network delle loro relazioni personali e professionali» e ciò «li svincola tendenzialmente dalle organizzazioni, dalle istituzioni, dalle norme e dai limiti materiali della loro vita di relazione» (Marinelli 2008, p. 13). I network mobili possono, cioè, essere supporti ai progetti di autonomia del singolo individuo, rafforzando notevolmente il *networked individualism*: «quel processo di appropriazione individualizzata delle dinamiche di relazione sociale affidata a network facilmente permeabili e interscambiabili che fanno perno sui singoli individui» (Marinelli 2008, p. 13). E i protagonisti della nuova cultura *mobile*, i giovani professionisti che vivono nei contesti urbani (Castells 2008) possono essere visti come nuovi *blasé* contemporanei. Questi giovani «hanno individuato nel telefono cellulare uno strumento appropriato per potere esprimere i propri bisogni di 'autonomia in condizioni di sicurezza', di connettività ubiqua e di gestione dei network di pratiche sociali condivise che ruotano intorno ai singoli individui». (Castells 2007, trad. it. p.261)

Oltre che favorire pratiche di autonomia e filtro dei contesti locali, nella prospettiva del *netlocal*, le tecnologie e i network *location aware* possono rinforzare e arricchire la relazione con il locale.

Secondo Gordon e de Souza e Silva, gli studi di Goffman sull'interazione faccia a faccia e sul comportamento in pubblico ci aiutano a capire meglio in che senso le

nuove tecnologie della comunicazione possono diventare strumenti che attivano il coinvolgimento e le relazioni locali piuttosto che distruggerle.

Anche Goffman, come Simmel, riconosce la necessità di sottrarsi dal coinvolgimento di stimoli e dalle richieste pressanti della città, che ci chiede continuamente di aderire a situazioni sociali complesse, diverse, performanti, con rituali e regole sempre diverse che dobbiamo imparare a riconoscere e padroneggiare. Con l'espressione "*going away*", Goffman descrive questo bisogno di fuga momentanea e di distacco dalla situazione che i partecipanti a un contesto sociale normalmente manifestano e che soddisfano permettendo alla loro attenzione di spostarsi da quello che viene considerato il *frame* dominante, il contesto e reale che definisce la situazione sociale in cui sono immersi, per rifugiarsi momentaneamente in un mondo ludico solitario, un altrove privato. Pur rimanendo presenti fisicamente, essi si allontanano momentaneamente dal contesto in cui sono immersi, sfuggendo, almeno inconsciamente e solo temporaneamente alle regole che lo governano.

La necessità di allontanarsi anche solo per un attimo dal *frame* sociale, dal rito organizzato, e di non farsi coinvolgere mai del tutto dal «luogo», è aiutato da alcune pratiche note come guardare i cartelloni pubblicitari, sfogliare una rivista, guardare e giocare con il cellulare. Questo temporaneo allontanamento, secondo Goffman, non pregiudica necessariamente il rituale sociale, non lo distrugge. In primo luogo perché questo andare può essere solo momentaneo. L'altrove - così come il qui - non è mai totale, poiché viviamo, con o senza la tecnologia, comunque e continuamente immersi in diverse dimensioni. Come Goffman evidenzia, la nostra esperienza si divide continuamente tra "coinvolgimenti in set primari" e "coinvolgimenti in set secondari" tollerati nella misura in cui questi ultimi non interferiscono e non corrompono il set primario. Le tecnologie della comunicazione hanno semplicemente reso più evidente e più comune questa situazione: «Ora è diventato comune navigare due spazi contemporaneamente», e si rende necessario lo sviluppo di abilità, competenze sociali e tecnologiche sempre più raffinate per governare le interazioni e gli *shift* tra i diversi *frame*.

Nella condizione del *netlocal*, l'andarsene momentaneo, il cambiamento di *frame* supportato dai dispositivi tecnologici in rete è non solo tollerato (perché non compromette il *frame* momentaneo), ma anche giustificato dal fatto che può arricchire la situazione sociale dominante, migliorando il coinvolgimento degli attori in essa:

«Nei luoghi connessi, lo spazio locale è il setting dominante; ma lo spazio locale non è da intendersi come solo puramente fisico. Nello spazio fisico della strada la tecnologia viene portata per far fronte alla valutazione della situazione. Lo spazio locale è il *frame*, la cornice, il coinvolgimento dominante, anche se l'attenzione dell'individuo è rivolta a uno schermo». (Gordon e De Souza e Silva 2011, p. 93, traduzione mia)

L'attenzione delle persone nelle località connesse è divisa su una pluralità di fuochi che non interferiscono con il *frame* dominante, ma contribuiscono anzi a creare l'esperienza e alimentare il coinvolgimento locale. L'attenzione delle persone può spostarsi dal contesto fisico perché tutti i partecipanti interpretano la situazione in cui sono immersi in modo esteso, considerandola in relazione non solo alla prossimità fisica.

Net Locality indica dunque una situazione in cui l'interazione mediata e le nuove tecnologie potenziano e arricchiscono la situazione locale. Ciò si realizza quando il coinvolgimento dominante rimane lo stesso e l'andare via è in funzione del frame locale: «Nelle *Net Localities* nonostante il bisogno di ciascuno di andarsene per interagire con un dispositivo, l'andare via rinforza il coinvolgimento dominante con il locale». (Gordon e De Souza e Silva 2011, p. 96, traduzione mia)

È evidente come la mera presenza di tecnologia "intelligente" e *location aware* nei luoghi non crei automaticamente *Net Localities*. Media e tecnologie possono essere sia strumenti che arricchiscono i contesti sociali e migliorando le relazioni con i luoghi e tra le persone, sia mezzi che portano, al contrario, a enfatizzare il senso di isolamento in pubblico, la fuga senza il ritorno.

A questo riguardo Gordon e De Souza e Silva citano una ricerca svolta da Hampton e Gupta (2008) sull'utilizzo del Wi-Fi negli spazi pubblici, in cui vengono identificati due tipologie di utenti: i *true mobiles*, che utilizzano il luogo solo come un semplice sfondo per il completamento altre attività in cui sono immersi, usando solitamente il loro portatile connesso come una specie di scudo verso l'interazione sociale che si potrebbe sviluppare nel luogo; e i *placemakers*, che usano invece il loro dispositivi mobili come strumenti per entrare nella rete sociale del luogo e attivare relazioni con le persone, servendosi del loro *device* come scusa per integrarsi nel contesto, dimostrando anche un maggiore spirito di condivisione e apertura verso gli altri.

I luoghi, quindi, non diventano *Net Localities* solo per la diffusione di applicazioni *social mobile networked, location aware*: servono progetti, interventi, strategie che promuovano la nascita di nuovi *placemakers*, che attraverso le loro pratiche trasformino gli spazi di oggi in nuovi spazi connessi di relazione.

3. TECNOLOGIE INCARNATE

Da un punto di vista tecnologico è in corso un vero e proprio cambiamento di paradigma che porta le tecnologie informatiche, gli spazi digitali e gli spazi fisici a convergere in un'unica tipologia di spazio ibrido, in cui saltano le distinzioni tra spazi virtuali e spazi reali e tra mondo dei bit e mondo degli atomi. Il cambiamento è segnato principalmente da due tendenze.

Da un lato i luoghi invadono il web: da spazio virtuale separato e lontano dalla collocazione fisica degli utenti, il web si sta sempre più popolando di riferimenti geografici ai luoghi e di dati geo-referenziati. Ne sono indici, ad esempio, l'esplosione della moda delle mappe, o le pratiche di geo-tagging, che caratterizzano oggi gran parte delle applicazioni e dei social network. Come molti eventi di questi ultimi anni testimoniano, la localizzazione sta diventando l'organizzazione logica dell'informazione nel web.

Dall'altro lato, il diffondersi dei dispositivi mobili e degli smartphone (quasi tutti dotati ormai di antenne GPS) rende possibile accedere e produrre informazione direttamente nei luoghi e direttamente riferita ai luoghi; e il progredire della tecnologia *embedded* apre nuove possibilità di incorporare l'informazione digitale direttamente nell'ambiente fisico e negli oggetti. *Pervasive, ubiquitous, tangible computing* stanno delineando un nuovo contesto in cui il web esce dalla scrivania, dal *desktop*, ed entra nei luoghi, nell'esperienza quotidiana "locale" delle persone (Dourish 2004).

Così McCullough riassume questa transizione: «Invece di risucchiarsi attraverso lo specchio in qualche mondo sterile e luminoso, la tecnologia digitale ora si riversa oltre lo schermo, nei nostri luoghi disordinati, dove regna la legge della fisica; viene costruita nelle nostre stanze, incorporata negli oggetti e nei dispositivi – ovunque». (McCullough 2005, p. 9, traduzione mia). Si tratta di un cambiamento epocale rispetto all'idea di virtualità che aveva accompagnato la metafora del "cyberspazio" degli anni Novanta, che veniva descritto come un luogo separato dalla vita reale, regno dell'informazione pura, svincolato da ogni tipo di materialità, libero dal corpo e dal luogo. Questa idea disincarnata è riassunta nella visione di Negroponte, che in *Being Digital* (1995) propone la celebre contrapposizione tra atomi (il mondo fisico, il luogo) e bit (lo spazio dell'informazione digitale, i flussi), sostenendo che «socializzeremo in un quartiere digitale in cui lo spazio fisico sarà irrilevante e il tempo giocherà un ruolo differente».

Ripercorrendo la storia dell'immaginario legato alla metafora disincarnata del web, risaliamo al mondo di "Neuromante" di Gibson, alla matrice – ripresa appunto da alcuni film come "The Matrix" (USA 1999) -, quale emblema delle esperienze sintetiche, parallele e separate dalla vita reale, e del mondo cyber concorrente al mondo della carne (*cyberspace* VS *meatplace*). Non è un caso che il film dedicato all'autore cult del *cyberpunk* sia intitolato proprio "No Maps for These Territories"

(USA 1996). Così nel 1984 Gibson descrive il cyberspazio, coniato l'espressione che sarebbe diventata d'uso comune per descrivere il web e gli spazi dell'informazione negli anni Novanta:

«Un'allucinazione consensuale sperimentata quotidianamente da milioni di operatori legittimi, in ogni nazione, da bambini ai quali sono stati insegnati concetti matematici... Una rappresentazione grafica di dati astratti da banche dati presenti in ogni computer del sistema umano. Complessità impensabile. Linee di luce ordinate nel nonspazio della mente, serie di ingranaggi e costellazioni di dati. Come luci della città che retrocedono [...]».

McCullough osserva come questa «allucinazione consensuale», oltre ad essere una diffusa metafora per descrivere il web, fosse in quegli anni diventata qualcosa di più, una specie di mito socialmente condiviso che condizionava molte visioni tecno-futuriste:

«apparentemente tutti credevano che ci fosse uno spazio là, dall'altra parte del vetro [...] era come se si trattasse di entrare in un teatro di marionette. Tu entravi nella rete attraverso lo specchio del monitor del computer, o attraverso gli occhiali, e là, al confine dei sensi aumentati, vedevi proiezioni effimere delle cose da superiori e più astratti reami. Ti immaginavi di 'visitare' siti quando in realtà il tuo browser scaricava pacchetti di dati nel posto in cui eri seduto». (McCullough 2005, p. 10, traduzione mia)

Il mito del cyberspazio smaterializzato è per molti il mito dell'emancipazione, dell'uguaglianza, della libertà, poiché promette di superare i vincoli dei corpi, dei luoghi e delle disuguaglianze inscritte storicamente in essi. Lo spazio della rete è lo spazio in cui siamo tutti liberi e uguali, in cui si possono ridisegnare i rapporti produttivi di potere e i rapporti tra i sessi. Queste visioni portano in molti a immaginare – o a confidare in – un futuro senza lo spazio fisico dei luoghi, delle città, dei corpi, dove le pratiche sociali, culturali e di costruzione dell'identità si sarebbero sempre più smaterializzate e trasferite in questo mitico spazio virtuale parallelo. Le città sarebbero diventate semplici supporti delle autostrade di bit (Mitchell 1995), agli spazi pubblici fisici si sarebbero sostituiti le agorà telematiche e gli spazi pubblici virtuali, la nostra vita e la nostra identità si sarebbe trasferita e costruita in modo più fluido e multiplo *on the screen*, negli spazi delle interazioni virtuali on-line (Turkle 1995).

L'idea di fondo che regge la metafora del cyberspazio è, in generale, la sostituzione della vita fisica che avviene nel mondo reale con forme mediate e virtuali di comunicazione; è la fiducia nel mito di una «comunicazione angelica» e di una perfetta «trasparenza» delle ri-mediazioni digitali (Bolter e Grusin 1999):

«l'idea regolativa è sempre più quella di una Angelopoli assolutamente sregolata. Questa è anche l'idea regolativa, o la 'filosofia' di base, delle tecnologie informatiche; per esse, anzi, il superamento del vincolo spaziale non rappresenta che il primo passo verso il superamento anche di quello temporale, verso, cioè, la possibilità di una forma della comunicazione davvero compiutamente angelica (gli angeli infatti si intendono reciprocamente senza mediazione alcuna, nella immediatezza del semplice pensare). Una tale forma di comunicazione rende lo spazio perfettamente indifferente e omogeneo; esso non presenta più alcuna densità particolare, alcun 'nodo' significativo. E naturalmente l'effetto di questa sua eliminazione dovrebbe consistere, così si argomenta, nella *perfetta trasparenza* e affidabilità delle informazioni. Infatti, se esse non incontrano più alcun ostacolo, se non debbono più venire 'trasportate', non subiranno più fraintendimenti ed equivoci. Il mito o l'ideologia della perfetta de-territorializzazione si accompagna a quello di una forma im-mediata di comunicazione».
(Cacciari 2005, p. 54)

L'idea di trasparenza ritorna anche nelle osservazioni di McCullough, per il quale l'idea di cyberspazio rappresenta la più recente versione del progetto della modernità, di cui si ripropone in forma digitale l'ideale razionale del controllo e della trasparenza:

«la modernità sposò la fiducia che l'umanità dovesse ricostruire il mondo in accordo con le sue proprie astrazioni razionali. In alcuni casi davvero in senso letterale, fece tabula rasa di qualsiasi cosa che metteva in discussione la predicibilità dei suoi metodi. Come la città modernista fu prima una risposta alle paure delle malattie, del disordine, della densità impenetrabile, così la paura dello spazio buio portò gli urbanisti a demolire interi quartieri nel nome del piano aperto». (McCullough 2005, p. 11, traduzione mia)

E, proprio come agli inizi degli anni Sessanta la città razionalista e modernista veniva messa in discussione, attraverso un recupero del valore del disordine caotico dei vicoli dei quartieri premoderni, così le trasformazioni e gli studi nell'ambito delle scienze informatiche, della comunicazione e dell'*interaction design* hanno da alcuni anni messo in discussione l'ideale universale, trasparente e disincarnata del cyberspazio: «oggi consideriamo un danno l'idea che l'uso del computer debba rimanere uguale ovunque, e che ci possa trasportare in qualche mondo parallelo di fantasia. Invece [...] ora gli *interaction designer* si voltano verso i sentieri del mondo vissuto considerandoli qualcosa di diverso da una tabula rasa, e come qualcosa che deve essere compreso, non combattuto». (McCullough 2005, p. 11, traduzione mia)

A partire dalla fine degli anni Novanta la metafora del cyberspazio viene progressivamente abbandonata e la dicotomia atomi / bits che aveva fondato le visioni degli anni Novanta viene messa radicalmente in discussione, anche dal punto di vista tecnologico: le nuove frontiere della ricerca nell'ambito delle ICT non cercano più di sostituire il mondo fisico con il mondo virtuale, ma di integrare gli atomi con i

bit, avvicinando il computer e la scienza informatica, fino a quel momento confinata in un mondo a parte, alla vita quotidiana delle persone.

Alex Pentland, che nel 1991 dirigeva al MIT i primi progetti di «*smart rooms*» e «*smart clothes*» descrive la sua ricerca paragonandola a una «danza di bit e atomi»:

«C'è una profonda separazione tra il mondo dei bit e quello degli atomi. Le macchine che possediamo oggi sono cieche e sorde: non ci conoscono e non conoscono i nostri desideri, a meno che noi non le si istruisca esplicitamente. Di conseguenza la maggior parte delle macchine viene usata solo dagli esperti, e anche loro devono passare molto tempo combattendo con strani linguaggi e complicate interfacce. Lo scopo generale della mia ricerca è quello di mettere in relazione questi due mondi più strettamente [...]». (Pentland 2002, citato in Rheingold 2002, trad. it. p. 153)

Grazie allo sviluppo di nuove aree di ricerca (*tangible* e *ubiquitous computing*) il silicio entra progressivamente nell'ambiente e negli oggetti di tutti i giorni fondendosi sempre di più con la nostra vita quotidiana, in accordo con quanto Marc Weiser, il padre dell'*ubiquitous computing*, preannunciava nel 1991: «piccoli computers saranno innestati negli oggetti quotidiani che ci circondano, usando connessioni *wireless* risponderanno alla nostra presenza, desideri e bisogni senza bisogno di essere attivamente manipolati». (Weiser 1991). Come sottolinea Rheingold in queste parole è evidente il segno opposto che marca la nuova era, rispetto all'epoca del cyberspazio: l'obiettivo che le nuove frontiere della ricerca tecnologica inseguono è quello di far scomparire il computer, non più il mondo.

Oggi la parola cyberspazio, a quasi venticinque anni dalla sua comparsa, suona sicuramente datata. A partire dall'inizio del millennio, alcuni avvenimenti danno anche pubblicamente il segno del cambiamento: nel 2000, la conferenza annuale dell'ACM, uno degli istituti di ricerca più importanti nell'ambito dell'*Information Technology*, viene intitolata "After Cyberspace" e dal 2002 uno degli eventi tecnologici più attesi nel mondo dell'*interaction design* è la conferenza O'Really Where 2.0, dedicata al business delle tecnologie *location aware*.

Per McCullough (2006) il cambiamento di paradigma è marcato, in particolare, da alcune tendenze generali nel mondo delle tecnologie della comunicazione e del *design* dell'informazione:

- dall'*universale al situato*: nel *design* dell'interazione e dell'informazione acquista progressivamente importanza l'"uso" degli strumenti tecnologici e la loro appropriazione situata nei contesti reali;
- dal *macro al micro*: la tecnologia dell'informazione passa dal supportare visioni e interessi globali a supportare visioni e interessi anche locali;
- dal *push al post*: la tecnologia supporta il diffondersi di rappresentazioni dello spazio dal basso e partecipate. Dalle visioni *top-down* e *push* delle grandi *corporate*, si passa a quelle *bottom up*, *social*, *grassroot* delle persone comuni.

- *dal virtuale all'incarnato*: «invece di un grande mondo disincantato in cui entrare attraverso lo specchio di un computer *desktop* [...], il nuovo paradigma mediale dell'*ubiquitous computing* riporta le cose al livello della molteplicità disordinata della strada (McCullough 2006, p.26, traduzione mia)

E' quest'ultimo tratto – l'incarnazione – che meglio di altri dà il senso della svolta. Il nuovo paradigma che si delinea è quello dell'*embodiment*, in cui le esperienze reali delle persone, lo spazio e la tecnologia sono caratterizzati dall'essere incarnati e strettamente connessi gli uni con gli altri.

3.1 Embodiment: quando il «trucco da Dio» è proibito

Il termine *embodiment* potrebbe essere reso in italiano con la parola "incarnazione" e, in diverse discipline, sta a significare la necessità di considerare la collocazione dei soggetti sociali e il carattere situato delle loro azioni. Il concetto di *embodiment* assume per questo lavoro un ruolo fondamentale, in particolare sotto tre aspetti: per come intendiamo le relazioni tra i soggetti sociali (a); per come intendiamo lo spazio e i corpi (b); per come intendiamo la tecnologia (c).

a) Soggetti e relazioni incarnate

L'idea del soggetto incarnato – nel corpo e nella dimensione locale – è ripresa da più parti nelle scienze sociali e costituisce uno dei fondamenti di ciò che Mela (2006) definisce "sociologia spazialista", un complesso di riflessioni, non ancora organiche e sistematiche, che tengono conto dell'importanza della dimensione situata del soggetto sociale, sia a livello micro che macro. Mentre l'analisi teorica nella sociologia classica è caratterizzata solitamente da un approccio a-spaziale e a-temporale, il soggetto della sociologia spazialista

«opera in un contesto entro cui si ricava uno specifico raggio di azione, e quest'ultimo va inteso sia in chiave spaziale (l'azione parte da un soggetto localizzato e raggiunge altri soggetti a maggiore o minore distanza), sia in chiave temporale (l'azione si rapporta a un arco di tempo, nel quale essa assume significato)». (Mela 2006, p. 253)

Esempi di questo approccio spazialista sono rintracciabili nei tentativi della psicologia sociale e delle scienze cognitive di evidenziare la stretta relazione tra contesto e azione, superando la dicotomia che, invece, le concezioni più classiche propongono.⁷ La teoria dell'azione situata di Suchman (1986), ad esempio, ci mostra come le persone agiscono sulla base di canovacci e programmi di azioni in continuo adattamento e cambiamento. Per Suchman, i soggetti, nel corso dei processi decisionali, si confrontano continuamente con le circostanze locali in cui sono

⁷ «In queste ultime si pone infatti una forte dicotomia tra il progetto di azione razionale che sta "dentro" il soggetto e le circostanze ambientali che stanno "fuori": il soggetto ha in mente un fine ("interno") e, allo scopo di realizzarlo, valuta razionalmente le circostanze ("esterne") in modo da selezionare i mezzi più adatti al conseguimento del fine» p. 254 Mela

immersi, che li costringe a negoziare continuamente i propri fini e le proprie strategie per raggiungerli. Le strategie di azione sono cioè sempre strategie locali, flessibili e condizionate necessariamente dalla situazione.

Anche il lavoro di Goffman contribuisce alla comprensione del modo attraverso il quale il comportamento dipende dallo spazio fisico in cui il soggetto è situato. In *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959), Goffman sostiene che le azioni degli attori si modificano in relazione ai contesti – e ai relativi pubblici – nei quali si trova il soggetto. I concetti di «ribalta» e di «retroscena» sono utilizzati da Goffman per descrivere il cambiamento nel comportamento degli individui, dovuto ai differenti contesti spaziali – più o meno formali, più o meno istituzionali o controllati – in cui si trovano. Ribalta e retroscena sono cornici spaziali e temporali, *frame* che influenzano notevolmente l'azione sociale: «un *frame* può essere definito come una 'cornice simbolica', che rende unica una determinata situazione sociale, delimitandola rispetto ad altre situazioni. All'interno di questa cornice, ciò che gli attori 'fanno' acquista un senso specifico» (Dal Lago, citato in Mela 2006 p.261).

L'idea di luogo come cornice che conferisce senso e significato all'azione sociale dei soggetti è presente anche in Giddens, con la nozione di *locale*, che si riferisce

«all'uso dello spazio come conteso dell'interazione [...]. È normalmente possibile intendere gli ambiti locali in relazione alle loro proprietà fisiche, sia come parti del mondo fisico o, più comunemente come combinazioni di quelle parti con gli artefatti costruiti dall'uomo». (Giddens, citato in Dourish 2001, trad. mia)

L'ambito locale è per Giddens un luogo fisico, mentale e simbolico che contribuisce a rendere possibile l'interazione sociale tra le persone, perché fornisce quel contesto condiviso riconosciuto come comune dai partecipanti all'interazione, necessario alla condivisione di significati comuni o comunque compatibili tra i partecipanti all'interazione. È possibile riconoscere ambiti locali sia a scala micro che macro: la casa, ad esempio è un luogo a cui sono culturalmente associati significati condivisibili e riconoscibili (almeno dagli appartenenti alla nostra cultura) di intimo e privato; ma significati condivisi possono essere attribuiti anche a regioni di spazio collocati su una scala più macro. Secondo Mela (2006), piazze, città e anche territori nazionali possono essere interpretati come ambiti locali.

b) Spazi incarnati, corpi e di discorsi in conflitto

Due film recenti, "The Terminal" (USA 2004) e "Tra le Nuvole" (USA 2009) ci mostrano come anche lo spazio dei flussi può fungere da ambito locale, generando dinamiche di *reembedding*.⁸ La prospettiva dell'*embodiment* contrasta con l'idea per cui solo i luoghi tradizionali possono essere ambiti locali. Anche il cosiddetto spazio

⁸ Il termine è utilizzato da Giddens per indicare «la riappropriazione o la rimodellazione di relazioni sociali disaggregate in modo da vincolarle (anche se parzialmente o in vita transitoria) alle condizioni locali di spazio e tempo». (Giddens 1990, p. 85 ed. it.).

dei flussi lo è, perché l'azione sociale è comunque sempre radicata, avviene sempre da qualche parte. Non esistono spazi di disincarnazione, c'è sempre la possibilità per le relazioni di "trovare luogo".

Secondo questo approccio non ha senso, insomma, parlare di non-luoghi. Come lo stesso padre del termine riconosce, la parola non-luogo è stata spesso abusata per descrivere il dilagare, nello spazio postmoderno, di quelle zone (aeroporti, centri commerciali, autogrill) che Augé vedeva caratterizzate da anonimata, omologazione, standardizzazione e totalmente prive di capacità di integrazione. In realtà le dinamiche di appropriazione e di interpretazione condivisa del contesto possono avvenire anche in questi spazi poiché esse sono legate soprattutto alla condizione e allo status degli attori che li frequentano:

«L'espressione «non luogo» è completamente sfuggita al mio controllo, ma si tratta di un esempio minimo, minuscolo, e la sua deriva o vagabondaggio dipende dalla sua ambiguità originaria: infatti «non luogo» si applicava contemporaneamente su un piano teorico a spazi nei quali non era possibile leggere nessuna relazione sociale, nessun passato condiviso, nessun simbolo collettivo e, su un piano empirico, a ogni spazio di comunicazione, circolazione e consumo che si sviluppa attualmente sul pianeta. Nella realtà, nessuno spazio si può definire in maniera assoluta luogo o non luogo. Un aeroporto non è un non luogo per coloro che vanno a lavorarci ogni giorno, che vi trovano amici e sviluppano abitudini. Un ipermercato può servire come luogo d'incontro e aggregazione per i giovani delle periferie urbane. Ma gli spazi di comunicazione, circolazione e consumo si estendono e trasformano i paesaggi. A volte i loro responsabili sono tentati di lanciarsi in trasformazione dei non luoghi in luoghi, anzi in iperluoghi, «umanizzandoli». (Augé 2008)

L'embodiment riporta l'attenzione sulle pratiche che avvengono nello spazio, e sulle sue dinamiche di appropriazione da parte di soggetti incarnati. In quanto supporto materiale delle relazioni sociali, lo spazio è, sempre, uno spazio incarnato di pratiche in conflitto. Con il «tramonto dei non luoghi» Massimo Ilardi intende questo: nella contemporaneità i luoghi esistono eccome, come luoghi in cui si intrecciano relazioni di conflitto e potere, come il «campo aperto in cui si intersecano energie, conflitti, potere e nuove relazioni». (Ilardi 2007, p.8)

Il luogo – che sia la località corporea (il corpo, con le sue differenze di genere, di età, di etnia), o il contesto culturale a cui apparteniamo (le diverse regioni del mondo, le città, i quartieri...) – è così il posizionamento - politico - necessario, da cui nessuna soggettività può prescindere. Questa collocazione, oltre a influenzare la possibilità delle persone di accedere alle risorse simboliche e materiali, plasma punti di vista necessariamente parziali e "compromessi", conformando in modo differenziato gli obiettivi, i desideri, le speranze, i significati con cui le persone quotidianamente si relazionano.

Da questo punto di vista, una delle proposte teoriche più interessanti proviene dalla ricerca femminista e della teoria dei «saperi situati» di Donna Haraway, che riafferma il valore del locale come posizionamento epistemologico, che è in primo luogo un posizionamento corporeo:

«scrivo per sostenere politiche e epistemologie legate a un luogo, a una posizione e collocazione, dove la parzialità e non l'universalismo, è la condizione perché siano ascoltate le nostre proposte di sapere razionale. Sono proposte che coinvolgono la vita delle persone. Scrivo per sostenere la visuale che proviene da un corpo, un corpo sempre complesso, contraddittorio, strutturante e strutturato, scrivo conto la visuale dall'alto, da nessun luogo, dalla semplicità. Solo il trucco da Dio è proibito» (Haraway 1988, trad. It. p. 120).

Il «trucco da Dio» di cui parla Haraway è, in generale, il desiderio della disincarnazione, la fantasia di cancellare luoghi e corpi – tipicamente i corpi dei soggetti più deboli - inseguendo il sogno di un soggetto e di una conoscenza neutra, universale e trascendente.

La necessità di considerare, invece, l'incarnazione del soggetto viene ribadita dalla critica femminista anche in relazione ai nuovi spazi della società dei flussi, spesso investiti da eccitanti fantasie di libertà dal corpo/luogo. Anticipando le tendenze attuali, già agli inizi degli anni Novanta, Stone (1991) sottolinea il rischio che nella diffusa interpretazione della realtà virtuale come opposta alla vita reale si riproponga la visione occidentale moderna in cui a una natura e a un corpo - che è 'qui' e 'ora' - è opposta una tecnologia (e un sapere) - che è 'là', in un altrove immateriale e neutro. L'idea di uno spazio dei flussi disincarnato dalla materialità dei corpi e dei luoghi si fonda in realtà sull'esclusione di alcuni corpi/luoghi particolari: quelli a cui non è permesso il «trucco da Dio» dell'invisibilità, i luoghi e i corpi marcati e radicati in posizioni marginali e non dominanti. Per Stone, gli spazi virtuali (lo spazio dei flussi) sono, invece, profondamente incarnati nella materialità dei corpi, nei rapporti e nelle pratiche di potere, nella vita quotidiana dei loro attori, dei loro abitanti:

«Non importa quanto virtuale il soggetto possa diventare, c'è sempre un corpo attaccato. Può essere là fuori da qualche parte e il qualche parte può essere un punto di vista privilegiato – ma la coscienza rimane fermamente radicata nel fisico». (Stone 1991)

c) Tangible, social: la tecnologia è incarnata

Per Dourish l'idea di *embodiment* è alla base del nuovo paradigma tecnomediale che si manifesta, in generale, in una progressiva evoluzione verso forme di interazione sempre più ricche e complesse con il mondo «oltre la scrivania». Si tratta di quello che qualcuno ha definito con l'espressione «paradigma *post-desktop*» e che

raggruppa una serie di ambiti di ricerche focalizzate sull'idea di spostare l'informatica e l'interazione con l'informazione digitale, fuori dallo schermo del computer, direttamente nel mondo fisico e nel mondo quotidiano dell'esperienza delle persone.

A questo proposito, Dourish riconosce nelle recenti evoluzioni degli studi di *interaction design* una presenza sempre più marcata del mondo fisico e del sociale, testimoniata dall'incorporazione nella scienza informatica di approcci provenienti da ambiti apparentemente diversi ma in realtà strettamente correlati: quello del *tangible computing* e quello del *social computing*.

Con il termine ombrello *tangible computing*, Dourish indica tutte le attività di ricerca che studiano e migliorano l'interazione con il mondo fisico (*tangible bits*, *ubiquitous computing*, *augmented reality*) e che sperimentano, ad esempio, come distribuire l'informazione digitale in reti di dispositivi collocati nell'ambiente fisico, consapevoli della loro posizione e della presenza di altri dispositivi; o come aumentare il mondo di tutti i giorni con informazioni digitale, così che non solo i luoghi ma anche gli oggetti che utilizziamo possano diventare attori attivi in grado di interagire con le persone l'ambiente; o come creare ambienti nei quali sia possibile interagire direttamente attraverso l'utilizzo di oggetti fisici, piuttosto che con le tradizionali interfacce grafiche e i tradizionali dispositivi (tastiere, mouse ecc.). In poche parole, «il *tangible computing* sta esplorando come 'togliere di mezzo' il computer e fornire alle persone la possibilità di un'esperienza di interazione più diretta - *tangible*. (Dourish 2001, p. 16, trad. mia).

Parallelamente, egli osserva, con l'affermarsi del *social computing*, il *design* dell'interazione sta, in misura sempre maggiore, utilizzando approcci e stimoli provenienti dal campo delle scienze sociali - sociologia, antropologia, etno-metodologia, psicologia sociale - per ampliare la sua comprensione dei contesti sociali in ogni percorso di progettazione dell'interazione e degli artefatti tecno-mediali: «la ricerca della HCI sta rispondendo alle sfide di una tecnologia informatica che possa abitare il nostro mondo, piuttosto che forzarci ad abitare il suo».

Dourish sostiene che entrambe queste linee di ricerca (lo studio dell'interazione con il mondo fisico e lo studio dell'interazione e dell'azione sociale) si basano sullo stesso principio: mettere al centro dell'attenzione l'esperienza quotidiana delle persone. Entrambe valorizzano la familiarità delle persone con il mondo quotidiano - che sia il mondo delle relazioni sociali, o quello delle relazioni con gli oggetti della quotidianità - e lo fanno non tanto nel senso tradizionale di ispirarsi ad esso come metafora per la costruzione di interfacce per l'interazione (la scrivania, il cestino, la penna). In modo più profondo e significativo ciò che è alla base di queste ricerche è il modo con cui noi abbiamo esperienza del mondo. Entrambi questi approcci si focalizzano sull'esperienza situata e quotidiana dei soggetti che agiscono in contesti e situazioni locali: «noi agiamo nel mondo esplorando le opportunità di azione che esso ci offre - attraverso la sua configurazione fisica o attraverso i significati costruiti

socialmente». Condividono, in breve, la convinzione che non sia possibile separare l'individuo dal mondo in cui esso vive e agisce.

Entrambi questi trend di ricerca testimoniano il comune allontanamento dall'approccio positivista e cartesiano che ha tradizionalmente influenzato le scienze informatiche e che si basa sulla separazione tra la mente - come sede della coscienza e di decisioni razionali - e il mondo-oggetto esterno, costituito da una serie stabile di oggetti e eventi che possono essere osservati, rappresentati e manipolati in relazione agli stati interni del soggetto. Il nuovo paradigma tecnologico di riferimento, invece, sostiene un approccio che vede la nostra esperienza come strettamente connessa alla nostra presenza fisica e sociale "nel mondo": secondo questo approccio il nostro sapere, le nostre conoscenze e le nostre azioni si strutturano e prendono vita solo in relazione all'esperienza situata che facciamo.

L'*embodiment* è dunque una proprietà che riflette «sia una presenza fisica nel mondo sia l'incorporamento sociale in una rete di pratiche e finalità». Richiamando Heidegger e il suo concetto di *da-sein*, l'*embodiment* è la proprietà che il mondo di tutti i giorni ha di manifestarsi (negli oggetti) e al contempo la proprietà (degli oggetti) di essere presenti nel mondo di tutti i giorni; è una transizione dal mondo delle idee al mondo delle esperienze:

«l'*embodiment* denota una forma di status partecipativo. *Embodiment* riguarda il fatto che le cose sono situate nel mondo e i modi con cui la loro realtà dipende da fatto di essere situate. Questo riguarda sia le conversazioni tra le persone sia le mele o le librerie; ma è anche la linea di confine tra una mela e l'idea di una mela» (Dourish 2001, p. 19, trad. mia).

Come emerge dall'opera di Farman (2012), il concetto di *embodiment* sottolinea come spazi, corpi e tecnologie siano connessi da relazioni situate in cui:

- lo spazio è uno spazio sociale creato dai corpi attraverso la tecnologia;
- lo spazio è sempre uno spazio praticato, prodotto dai corpi, dalle relazioni e dalle attività quotidiane che in esso si svolgono;
- corpi, pratiche e spazi sono intrinsecamente connessi: cercare di immaginare un corpo senza uno spazio è impossibile. I corpi presumono sempre uno spazio e, come Lefebvre (1974) ha sostenuto, sono intrinsecamente spaziali. Allo stesso modo cercare di immaginare uno spazio senza corpi, senza pratiche, è un puro esercizio teorico:

«Non credo nello spazio non praticato, esiste solo come possibilità e come figura teorica: ogni astratta interpretazione dello spazio come ciò che può esistere prima o senza i corpi è solamente pura teoria che non si attualizza mai. Dal momento che i corpi producono lo spazio e lo spazio produce i corpi, luoghi non praticati e non abitati devono rimanere puri concetti teorici [...]». (Farman 2012, p. 19, trad. mia)

In breve: *l'embodiment* è una pratica tecnologica dello spazio. (Farman 2012)

3.2 Telefoni mobili

La svolta verso i network incarnati è influenzata soprattutto dal diffondersi del *mobile* che offre la possibilità di connettersi mentre si è in movimento nello spazio, mentre "si fanno" delle le cose, lontano dall'ufficio e dalla scrivania. Il fatto di utilizzare la tecnologia informatica e il web nell'ambito delle faccende comuni restituisce all'informazione una dimensione più umana e più praticata. Il *mobile* sgancia il computer e il web dai loro luoghi tradizionali, ai quali – nonostante quello che il mito della smaterializzazione raccontava – sono stati profondamente connessi: la scrivania e l'ufficio, i luoghi (tipicamente maschili) da sempre deputati alle produzione intellettuale e lavorativa.

Con il *mobile* il web entra invece nell'esperienza quotidiana delle persone: se durante gli anni Novanta essere connessi significava guardare un monitor, seduti a una scrivania, in un setting che precludeva lo svolgimento di altre attività quotidiane, oggi si naviga nel web mentre si cammina nelle città, si frequentano gli spazi pubblici, si guardano le vetrine, i cartelloni pubblicitari, e quando si svolgono una serie di altre attività quotidiane come incontrare gli amici in un pub, accompagnare i figli a scuola, aspettare il tram, fare la spesa, fare la coda alle poste. Il web non è più una metafora della città ma è diventato la città (Gordon e De Souza e Silva 2011).

Il processo di *embodiment* che investe il web è da ricondursi alla convergenza tra le tecnologie di rete e lo strumento incarnato per eccellenza: il telefono. Sebbene sia stato visto da alcuni come una tecnologia fondamentalmente delocalizzante (Meyrowitz 1985), il telefono può invece essere considerato un formidabile strumento di incarnazione. Proprio perché entra intimamente nella vita personale della gente, questa tecnologia ha sempre avuto un rapporto particolare e privilegiato con la dimensione locale, sia con il corpo, sia con il luogo.

McLuhan aveva intuito che il suo potere era quello di incarnare l'interazione e non di disincarnarla: nella sua interpretazione il telefono decentra – localizza – le attività e richiede una partecipazione attiva e completa di tutti i nostri sensi. Egli ne coglie da subito la "fisicità": «i bambini e gli adolescenti capiscono il telefono e abbracciano cordone e microtelefono come se fossero animaletti preferiti» (McLuhan 1964, trad. it. p. 283). E ne evidenzia la dimensione femminile ed erotica: si pensi ai riferimenti al *french phone*, e alle ragazze squillo, la nuova forma di prostituzione domestica e autogestita che nasce con il diffondersi di questo medium e che viene successivamente approfondita negli anni Novanta da Stone (1994).

Le varie trasformazioni tecnologiche e di *design* che il telefono ha subito nel tempo – dal fisso, ai *cordless*, ai videofonini, al mobile – testimoniano l'esigenza continua di incarnazione che le persone hanno proiettato su di esso, per poterlo incorporare maggiormente nella propria esistenza: il telefono è stato sempre una tecnologia

sociale nelle mani, nella casa, nella vita delle persone comuni, percepito come esternamente vicino e locale.

La svolta della telefonia mobile prosegue questa strada incarnata. Come molti studi hanno sottolineato (Fortunati 2005, Castells 2007), accanto alle spinte sicuramente delocalizzanti,⁹ accanto alla possibilità di estraniamento dal contesto (Wellman 2001), e di rifugio selettivo nell'altrove (Ito e al. 2009), i telefoni cellulari sono comunque utilizzati dalle persone anche in modo estremamente locale e incarnato: Laurier (2001) fa notare come il desiderio di localizzare la conversazione e il rimando alla sua fisicità emergano frequentemente nell'interazione telefonica in mobilità, nelle quali gli utenti sentono il bisogno di specificare dove si trovano o di chiederlo al proprio interlocutore ("dove sei?" "sono a casa" "che tempo fa lì"? "sono al lavoro" ecc....). Fortunati (2005) sottolinea poi come gran parte dell'uso dei dispositivi mobili venga fatto in relazione ad attività locali: il telefono *mobile* è utilizzato per comunicare soprattutto con cerchie di amici e famigliari, nell'ambito di un contesto in cui il riferimento al locale è estremamente significativo. Castells cita le pratiche di micro-coordinamento attraverso la comunicazione mobile (Ling e Haddon 2001) e il *Rendevouzing*, l'attività di «coordinamento geografico informale di piccoli gruppi di amici, della propria famiglia e dei colleghi di lavoro» (p. 188).

Come Marinelli mette in evidenza, il telefono cellulare è stato lo strumento che più di ogni altra tecnologia è stata incorporata nell'uso quotidiano e nelle comunicazioni private delle persone (Marinelli 2008). Sebbene la comunicazione in mobilità si sia inizialmente sviluppata per supportare pratiche professionali e di lavoro, essa si è presto diffusa all'ambito della vita privata delle persone e si è integrata profondamente nelle loro relazioni personali. Il fatto che i dispositivi *wireless* vengano poi ampiamente utilizzati anche non in mobilità, al chiuso, in casa, al lavoro (Fortunato 2005), dove sarebbero disponibili altri dispositivi di connessione fissa, dimostra come questi strumenti siano davvero diventati i mezzi più intimi e personali con i quali le persone accedono e gestiscono i propri network.

La grande diffusione di questi dispositivi nei contesti e nei luoghi della vita quotidiana e le connesse pratiche incarnate e locali hanno influenzato lo sviluppo tecnologico di questi dispositivi: secondo Farman (2010) il recente sviluppo di applicazioni che permettono di video-chiamare anche in mobilità (*FaceTime* per iPhone) e, soprattutto, le applicazioni *location aware* inseguono proprio il desiderio di incarnazione.

La possibilità di connettersi al web introduce, oggi, una dimensione sicuramente globale nella percezione e nell'uso del cellulare (Fortunato 2005), ma lo fa ancorandola in modo significativo al contesto locale dell'utente. Questa tensione tra globale e locale – che fortunato definisce come una «piacevole intimità e apertura al mondo» (Fortunato 2005, p.66) – si complica ulteriormente dal diffondersi delle

⁹ Per Wellman (2001) i telefoni mobili «liberano la comunicazione da luogo», per Geser (2004) liberano le persone dalla fissità dello spazio»

tecnologie *location aware* (triangolazione, Wi-Fi e GPS) che legano ancora di più la nostra navigazione in rete al luogo in cui ci troviamo, rendendo il contesto locale non solo significativo, ma spesso determinante per l'attività nello spazio dei flussi: «quando i telefoni diventano *location aware*, il luogo può diventare più di una semplice curiosità o una metafora: diventa uno strumento per navigare l'informazione» (Gordon e De Souza e Silva 2011, p. 41, trad. mia).

Farman dedica la sua recente pubblicazione *Mobile interface theory* (2012) all'analisi di come le pratiche legate alle tecnologie mobili producono spazi sociali incarnati, sottolineando come, in realtà, ci sia sempre stata una forte relazione tra corpi, tecnologia e specificità locale, che oggi i dispositivi mobili, portatili e *location aware* hanno solo reso più evidente.

Leslie Rule,¹⁰ che lavora con tecnologie *location based* in progetti di educazione mediale, riconosce nel *mobile* il merito principale della rivoluzione incarnata in corso:

«I *locative media* sono situati, questo significa non solo che tu sei fuori da una stanza, ma che sei nel tuo corpo, che il tuo corpo si muove. E' un tipo di esperienza molto fisica. Hai un cellulare che diventa una parte reale della tua esperienza. Non prendi il tuo corpo e lo metti in una stanza, lo stai davvero portando fuori e stai mettendo movimento in esso e tutti i tuoi sensi si attivano e questa è un tipo di esperienza tecnologica molto differente [...] e può accadere grazie alle tecnologie mobili, perché anche con i computer portatili, e sicuramente con quelli desktop, eri invece incatenato alla scrivania, nel chiuso di un luogo. Ora con le tecnologie mobili puoi davvero uscire e mettere il tuo corpo nel processo, devi camminare, devi vedere, devi ascoltare. E devi essere in relazione con il luogo.. tu una persona incarnata».¹¹

3.3 I luoghi nel web

Uno dei segni che marcano con evidenza la svolta incarnata della tecnologia è l'esplosione dei luoghi nel web. Negli ultimi anni la rete è stata letteralmente invasa da mappe e contenuti geo-referenziati. Per descrivere questo fenomeno sono stati utilizzati diverse espressioni - *geoweb*, *geospatial web* (Scharl & Tochtermann 2007); *neogeography* (Turner 2006), *web mapping 2.0* (Haklay, Singleton&parker 2008) - ma, come osservano Gordon e de Souza e Silva, solo recentemente si colgono i primi tentativi di analizzare le implicazioni che questo nuovo contesto, in cui le informazioni geografiche sono a disposizione di tutti, ha a livello sociale e nell'esperienza dello spazio (Gordon e de Souza e Silva 2011; Farman 2012).

La rivoluzione in atto nel web è in effetti evidente ed è legata per molti aspetti a fattori di business. Per farsi un'idea, basti pensare al seguito che ha conquistato nel

¹⁰ Leslie Rule ha diretto fino al 2010 la divisione Digital Media, al KQED center - il centro per i Public Media della California del Nord, occupandosi di educazione ai media, animazione delle comunità e digital storytelling. E' inoltre co-direttrice del Center for Locative Media (www.locative-media.org)

¹¹ Dall'intervista personale a Leslie Rule (San Francisco, giugno 2010)

giro di otto anni la "Where Conference. The Business of location", organizzata annualmente dalla O'Really.¹² Ormai da otto anni, la conferenza è considerata da molti un appuntamento strategico, poiché, oltre a stimolare la discussione e la produzione di nuove idee, offre possibilità di incontro tra sviluppatori di ogni tipo – provenienti sia dal panorama *grassroot*, che dei colossi multinazionali impegnati nello sviluppo delle tecnologie *location aware* - e le imprese, in cerca di soluzioni per accrescere la propria competitività. Così viene presentata la conferenza:

«*Where is business*: dove le persone vivono, dove vanno, dove, quando e come spendono il loro denaro sono ora i fattori chiave del business di successo. Dallo sviluppo del prodotto, alla distribuzione, al marketing, alla vendita, le tecnologie *location aware* aiutano le aziende a identificare, comprendere e venire in contro alle esigenze del mercato in un modo mai così efficace. Non c'è nessun posto migliore per incontrare le persone che lavorano ai meshup, alle piattaforme, le persone stanno scrutando dove la consapevolezza delle posizione ci porterà».¹³

Secondo una ricerca condotta nel 2009 da ABI, citata da Gordon e De Souza e Silva, i *Location Based Services* (LBS) sono, nell'ambito delle tecnologie e delle applicazioni web, il settore che cresce più velocemente: nel 2007 la crescita del profitto è stata di 515 milioni di dollari ed è stimata essere di 13.3 bilioni nel 2013. Tra questi, i servizi di *personal navigation* (che permettono all'utente di accedere e condividere localizzazioni e informazioni con amici) è il settore con lo sviluppo più promettente. Questo spiega, almeno in parte, il crescente interesse e i grandi investimenti che le multinazionali come Google, Yahoo, Facebook hanno riversato nel settore della geo-localizzazione e dei servizi *location aware*.

Uno dei protagonisti chiave di questa vicenda è sicuramente Google che prima di altri concorrenti ha intuito la potenzialità del settore.

Nel 2004 Google compra la Keyhole, un'azienda software specializzata nello sviluppo di applicazioni per la visualizzazione dei dati geo-spaziali. Con l'azienda, viene acquistato anche il servizio di *digital mapping* della Keyhole Corporation: le foto satellite del database della Keyhole possono ora essere unite e zoomate, per formare mappe dinamiche e malleabili dagli utenti. Il servizio viene rilasciato con il nome di Google Maps: l'evento è oggi considerato un catalizzatore del cambiamento nelle pratiche di mappatura e del nostro modo di navigare e intendere i luoghi attraverso il web.

Un anno dopo, nel 2005, Google rilascia a uso pubblico le sue API, permettendo a chiunque di utilizzare le sue mappe: mappe e *meshup* di ogni tipo invadono il web. Nello stesso anno compare *Google Earth* (la versione Google di Keyhole Earth Viewer), l'applicazione che permette di navigare il globo in 3D, visualizzando

¹² <http://whereconf.com/where2012/>

¹³ http://whereconf.com/where2012

immagini satellitari e mappe, e il KML (Keyhole Markup Language), il linguaggio inizialmente creato dalla Keyhole per gestire, visualizzare e modificare i dati geospaziali, si afferma come standard riconosciuto dall'Open Geospatial Consortium. Con Google Earth si diffonde anche *Sketch up*, un'applicazione che permette anche agli utenti meno esperti di modellare e condividere paesaggi ed edifici in tre dimensioni. *Google Earth* comincia così ad essere popolata "dal basso": nascono città, quartieri, edifici modellati dagli utenti. Secondo i dati di Google riportati da Gordon e de Souza e Silva, nel 2010 gli utenti registrati che hanno caricato contenuti e modelli erano circa 500.000.

Intanto i dispositivi GPS cominciano a invadere il mercato delle foto/videocamere digitali, e degli smartphone, incrementando notevolmente la quantità di informazione digitale geo-referenziata prodotta dalle persone e disponibile per essere condivisa nel web.

Nel 2007 Google rilascia *My Maps*: ora anche gli utenti comuni "inesperti" possono creare e personalizzare le proprie mappe, aggiungendo marker personali e invitando gli altri a collaborare nella produzione di mappe condivise. Sempre in quell'anno, la comparsa di *Street View*, che permette visioni panoramiche di molti luoghi del mondo, da diverse angolazioni, conferisce all'esplorazione dello spazio tramite il web una intimità e un senso di immersione decisamente nuovi. Alla "Where 2.0 Conference" del 2008, Google presenta le nuove funzionalità che le sue mappe stanno via via integrando: articoli Wikipedia, news feed, immagini. A queste si sono aggiunte, nel tempo, video YouTube, webcam, trasporti pubblici, piste ciclabili, informazioni su traffico e clima.

Google investe anche sulle funzionalità sociali legate alle mappe. Oltre alla possibilità di condividere mappe personali e private con MyMaps, nel 2010 lancia *Google Buzz*, un servizio di micro blogging con funzionalità *location aware*: per alcuni è il tentativo di Google di competere con il successo di Facebook, che però ha vita breve e viene chiuso nel 2011, con il lancio di Google+. Più successo ha invece *Google Latitude*,¹⁴ che permette agli utenti di condividere con gli amici la propria posizione,¹⁵ di renderla visibile nella chat *GoogleTalk*, e di incorporarla nel proprio blog o sito. Con l'integrazione della nuova funzione *Location History*, *Google Latitude* memorizza la cronologia dei nostri spostamenti, e ne rende possibile, se lo desideriamo, la visualizzazione su *Google Maps* e *Google Earth*, insieme a dati relativi ai nostri itinerari, ai luoghi visitati più spesso, alle distanze percorse.

¹⁴ Google Latitude viene sviluppato a partire da Dodgeball, un servizio socialnetwork location based pensato per dispositivi mobili, creato da due studenti dell'Università di New York nel 2000 e diffuso in molte città USA. Dodgeball viene acquisito da Google nel 2005 e chiuso nel 2009, con il lancio di Google Latitude.

¹⁵ Il sistema rileva la posizione attraverso il posizionamento del cellulare, tramite la connessione Wi-Fi o il GPS, o, in modalità desktop, attraverso l'indirizzo IP del PC utilizzato per la connessione.

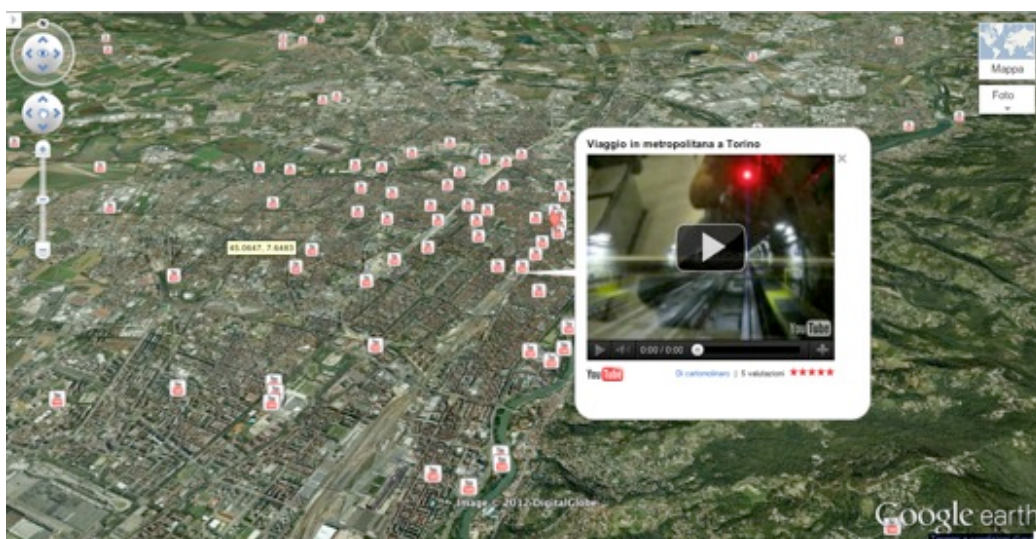


Figura 1 Google Earth - Visualizzazione di video YouTube



Figura 2 Google Maps - Visualizzazione di video YouTube



Figura 3 - Visualizzazione di articoli Wikipedia



Figura 4 - Google Earth - Livello edifici 3D



Figura 5 - Google Earth - Street View

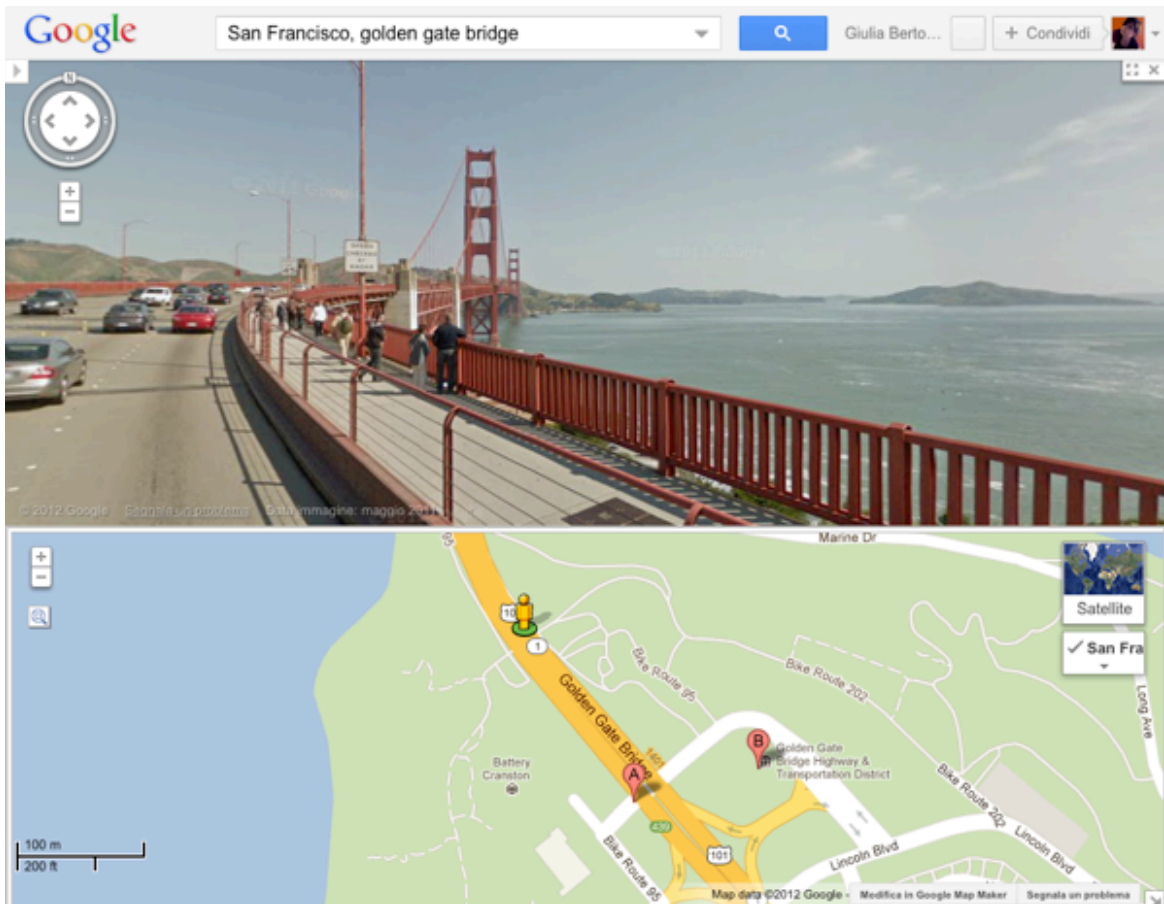


Figura 6 Google Maps - Street View e Standard View

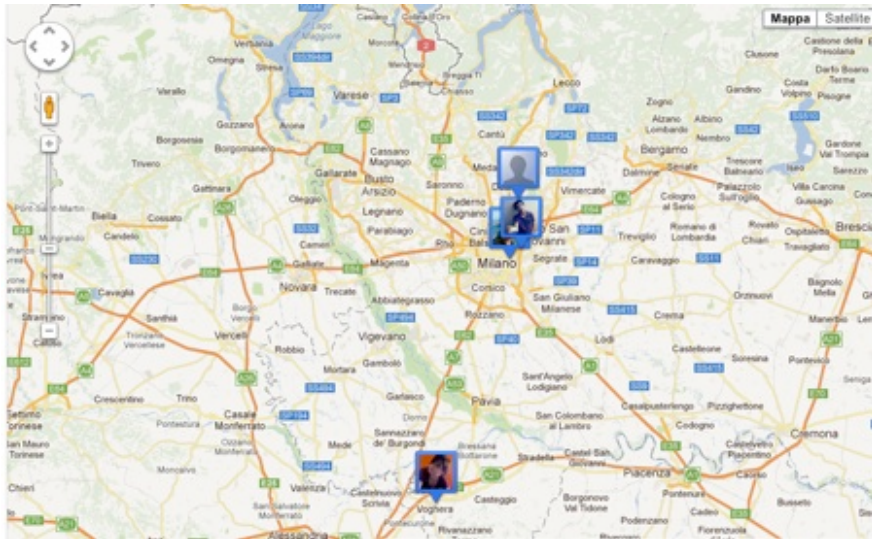


Figura 7 Google Latitude

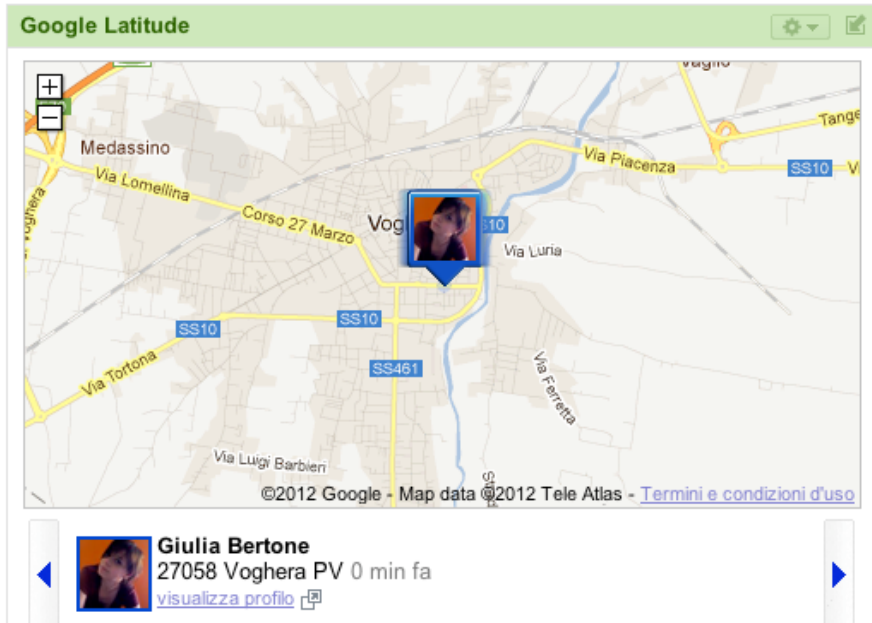


Figura 8 Google Latitude

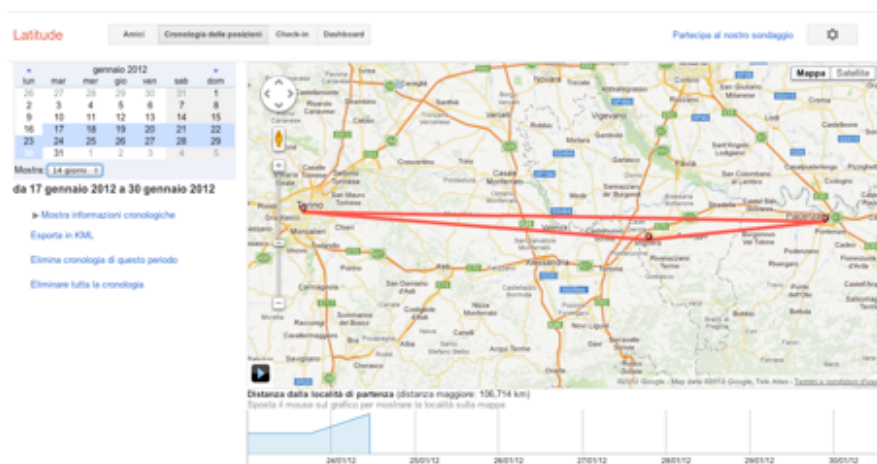


Figura 9 Google Latitude - History

Come annunciato da Google alla conferenza "Where 2.0" del 2008, non dobbiamo più pensare semplicemente a *Google Maps*, ma a *Google on the map*. Lo spazio, attraverso le mappe di Google, diventa ora l'interfaccia per l'organizzazione e la ricerca dell'informazione sul web. Dal gennaio del 2010 Google incomincia a integrare i dati sulla localizzazione in tutte le ricerche effettuate, che diventano così personalizzate in base alla posizione degli utenti (l'utente viene localizzato o attraverso l'indirizzo IP del PC *desktop*, o attraverso le coordinate GPS del suo smartphone).¹⁶

Il 2011 è l'anno dell'HTML5 e del lancio dei browser sensibili alla localizzazione. Il posizionamento dell'utente è ora uno dei criteri più utilizzati per la ricerca di informazioni: secondo i dati riportati da Fwix, una società di San Francisco, fondata nel 2008 e impegnata nello sviluppo di tecnologie e applicazioni per geo-taggarne il Web, nel 2010 il 40% delle ricerche con Google (e il 50% delle ricerche con Bing) effettuate da dispositivi mobili erano relative a localizzazioni. Il fenomeno è di tale rilevanza per gli operatori del mercato, che si stanno sviluppando servizi specializzati di LSO: *Location Search Optimization* per geo-taggarne e organizzare in modo ottimale, in base alla localizzazione, i contenuti dei pagine web:

«LSO è il processo di miglioramento della visibilità di un sito o di una pagina web, raggiungendo un maggior numero di persone attraverso i dispositivi *location aware*. Proprio come il SEO (Search Engine Optimization) rispondeva ai bisogni dei computer nei primi anni del 2000, LSO oggi risponde ai bisogni dei dispositivi *smart* e *mobile* di oggi».¹⁷

¹⁶ «Google fornisce sempre i risultati che ritiene siano più pertinenti alla ricerca effettuata. La località è uno dei fattori che utilizziamo per fornire questi risultati pertinenti. Ad esempio, se cerchi una catena di ristoranti è probabile che desideri trovare un ristorante vicino a te. Se invece cerchi gli orari di programmazione dei cinema, è probabile che desideri ricevere schede della tua zona. Tali risultati di ricerca sono possibili grazie alla personalizzazione basata sulla località» (<http://support.google.com/websearch/bin/answer.py?hl=it&answer=179386>)

¹⁷ <http://blog.fwix.com/lso-is-what-seo-was-in-1999>.

Altri imponenti operatori della rete si lanciano nel campo della geo-localizzazione e del geo-tagging. *Bing Maps*, la risposta Microsoft a *Google Maps*, viene rilasciata nel 2009, con l'integrazione di *Photosynth* che permette visualizzazioni ravvicinate dei panorami che gli utenti hanno realizzato dei luoghi in cui sono stati. Grazie allo sviluppo di apposite applicazioni, in *Bing Maps* è possibile visualizzare altre tipi di contenuti relativi ai luoghi: i graffiti e murales, le riprese in *streaming* da webcam, le prime pagine dei quotidiani locali, i *tweet* locali, ecc.

Facebook lancia, nell'agosto del 2010, *Facebook Place*, applicazione per *mobile* che permette agli utenti di condividere la loro posizione, attraverso il «check in»¹⁸ nei luoghi in cui ci si trova, e di conoscere quali altri amici sono presenti nello stesso luogo o nelle vicinanze.¹⁹ La funzione *places* di Facebook si è oggi notevolmente arricchita ed è stata completamente integrata nel nuovo ambiente rilasciato a fine 2011 (il cosiddetto "diario" o *timeline*). Oggi è possibile condividere, anche in modalità *desktop*, status e post relativi ai luoghi in cui ci troviamo, quelli che abbiamo visitato e quelli che visiteremo; possiamo anche taggare con coordinate geografiche qualsiasi contenuto che decidiamo di condividere nel nostro diario (immagini, video, note, link...²⁰). Facebook visualizza tutti gli elementi che abbiamo geo-taginato nella nostra mappa, accessibile dal nostro diario, in cui troviamo i marker che ci indicano dove sono accaduti gli «avvenimenti importanti» della nostra vita, dove sono state scattate le foto che abbiamo condiviso, i viaggi che abbiamo fatto e che intendiamo fare, i luoghi in cui abbiamo vissuto.

Negli ultimi tre anni, altri social network incorporano e potenziano progressivamente nei loro servizi funzionalità di geo-tagging: con YouTube, Flickr, Twitter, per citare solo quelli più conosciuti e utilizzati, è possibile associare la posizione geografica alle immagini, ai video, ai *tweet* che gli utenti condividono.

¹⁸ Con il termine check-in in gergo si indica l'accesso - fisico e virtuale - a un luogo. Attraverso il check-in le persone fanno sapere al sistema la loro presenza in un posto, eventualmente condividendo la loro posizione con amici o altre persone connesse allo stesso network.

¹⁹ Dal blog di Facebook: Who, What, When, and Now...Where Michael Eyal Sharon, 19 agosto 2010 <http://blog.facebook.com/blog.php?post=418175202130>

²⁰ Così Facebook invita gli utenti a geo-taginare i propri post: «Fai sapere alle persone i luoghi che hai visitato, dove ti trovi e dove stai andando. Aggiungi la tua posizione a qualsiasi elemento che condividi. In precedenza, era necessario uno smartphone per condividere facilmente la propria posizione. Ora puoi farlo anche dal computer, aggiungendo: dove sei stato, per non dimenticare dove sono state scattate le tue foto preferite; dove sei, per poter incontrare gli amici vicini; dove andrai, per ricevere consigli dagli amici che ci sono già stati o invitarli a partecipare». Dal sito Facebook: <http://www.facebook.com/about/location>

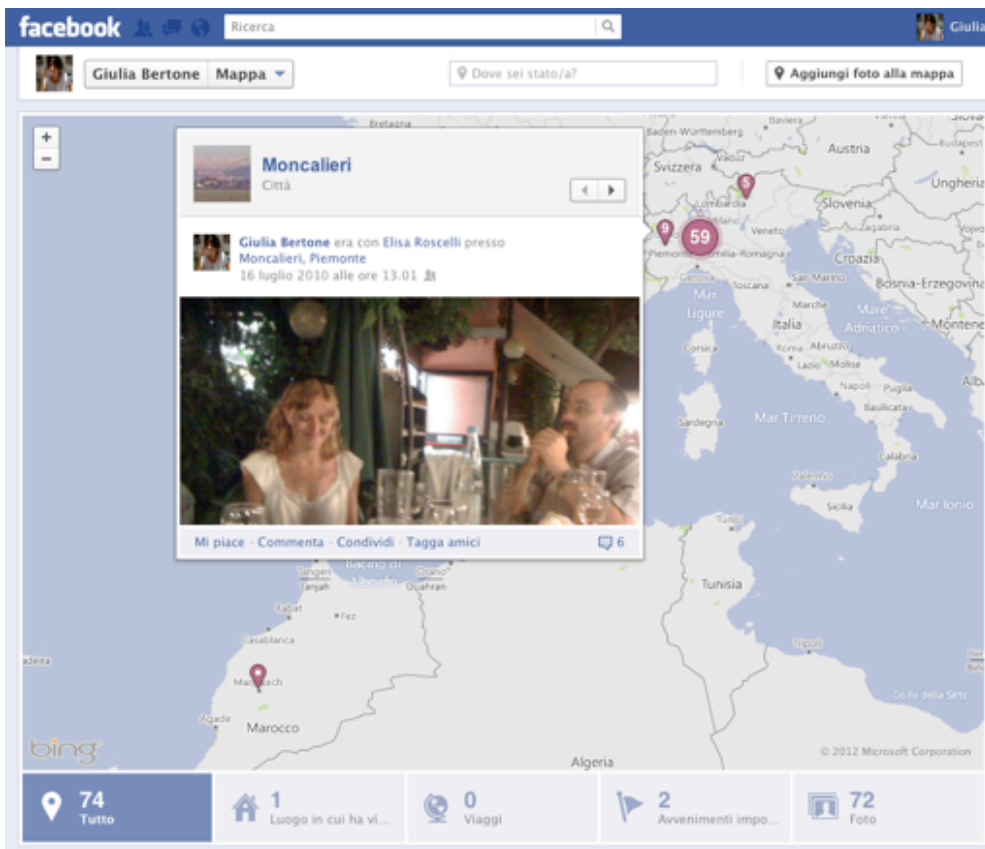


Figura 10 Facebook Places

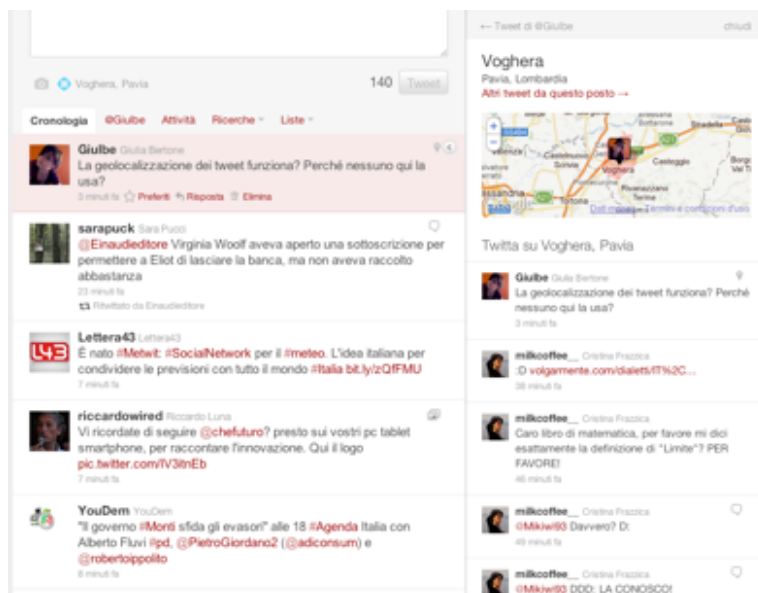


Figura 11 Twitter - Funzionalità di geo-tagging

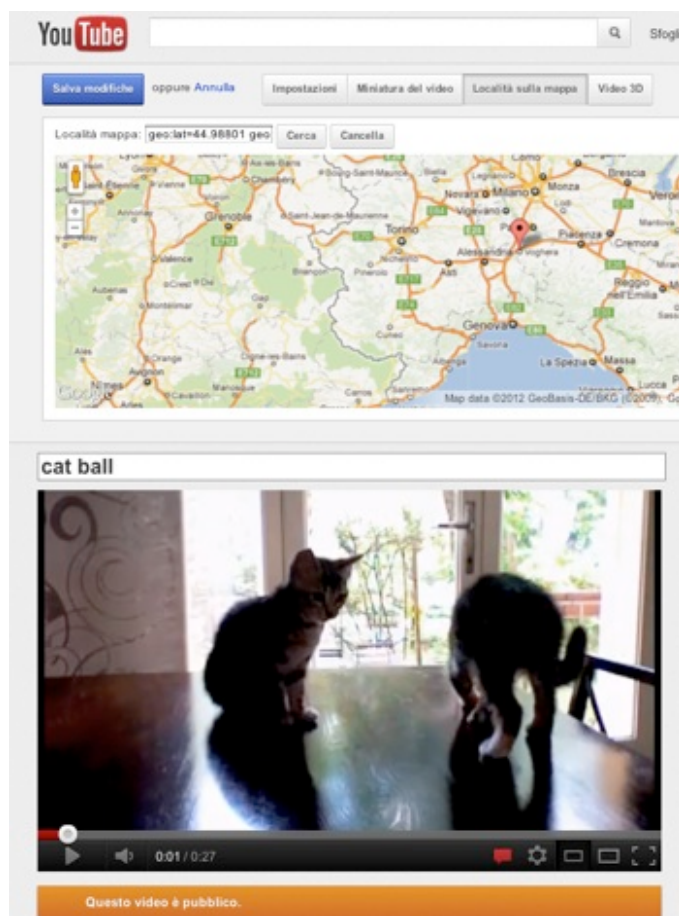


Figura 12 YouTube - Funzionalità di geo-tagging

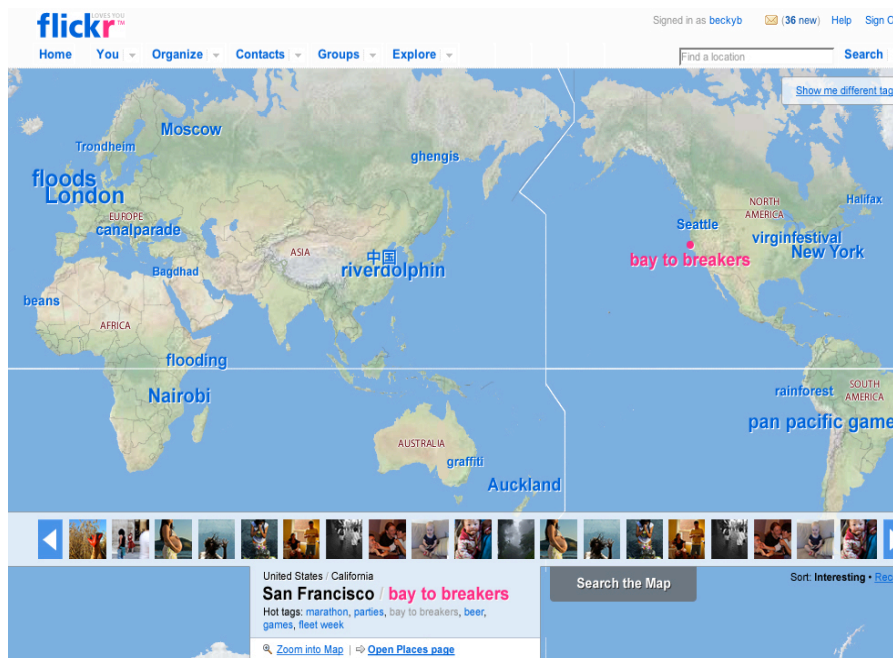


Figura 13 Flickr - Fotografie geo-referenziate

Nascono contemporaneamente anche applicazioni che permettono di effettuare ricerche tra questi contenuti utilizzando criteri geografici: Geochirp, ad esempio, che permette di effettuare ricerche di *tweet* su specifici argomenti in una specifica area geografica; Oppure Trendsmap, che mappa in tempo reale i trend di Twitter in tutto il mondo.

Questi *meshup* utilizzano solitamente mappe e dati messi a disposizione gratuitamente da Google Maps, ma su cui Google detiene comunque i diritti. Esistono tuttavia anche esperienze indipendenti e completamente *opensource*. Open StreetMap è un'esperienza avviata nel 2004, che ha l'obiettivo di costruire in modo collaborativo la mappa geografica del pianeta, mettendo a disposizione di tutti, in modalità *open*, i dati raccolti:

«OpenStreetMap è una mappa liberamente modificabile dell'intero pianeta. E' fatta da persone come te. OpenStreetMap permette a chiunque sulla Terra di visualizzare, modificare ed utilizzare dati geografici con un approccio collaborativo. OpenStreetMap (OSM) è un progetto collaborativo finalizzato a creare mappe a contenuto libero del mondo. Il progetto punta ad una raccolta mondiale di dati geografici, con scopo principale la creazione di mappe e cartografie».²¹

Da questa breve carrellata di esperienze risulta evidente come, nell'arco di neanche un decennio, il web si sia popolato di luoghi e di contenuti geo-referenziati. Da criterio (apparentemente) insignificante nell'economia del cyberspazio degli anni Novanta, oggi lo spazio sta diventando la metafora più utilizzata per organizzare e ricercare l'informazione nel web, e anche, come dimostra l'esplosione delle mappe nei diversi social network, una dimensione sempre più rilevante per costruire ed esprimere la propria identità nel mondo digitale. Secondo Gordon e de Souza e Silva questo nuovo contesto non sta semplicemente modificando le pratiche di mappatura o di visualizzazione dei dati geografici: la produzione di conoscenza geografica attraverso il web sta di fatto modificando il modo con cui le persone conoscono e fanno esperienza dello spazio producendo quelle che loro definiscono *Net Localities*.

3.4 La mappa: storia di un'incarnazione

La mappa è lo strumento protagonista di questa rivoluzione. La comparsa di Google Maps, nel 2004, ha dato vita a un processo di trasformazione radicale di questo oggetto, che da strumento tecnologico specifico in grado di fornire informazioni su strade, distanze e percorsi, diventa presto un'interfaccia universale per l'organizzazione della conoscenza.

Nell'illustrare la storia di questa trasformazione, Gordon e De Souza e Silva parlano di una progressiva democratizzazione e apertura al pubblico della mappa: partendo da una fase in cui l'industria della geo-localizzazione era ristretta solo a settori

²¹ Dal sito <http://www.openstreetmap.org/>

specialistici, come quello militare o quello della ricerca, siamo giunti ora in una fase in cui le tecnologie di posizionamento sono comunemente utilizzate per il supporto delle attività quotidiane delle persone comuni.

La storia di questa democratizzazione va di pari passo con la storia del processo di incarnazione della mappa, che si snoda tra i diversi tentativi di rappresentare la complessità dello spazio, non solo nella sua interpretazione geometrica- lo spazio come planimetria e reticolo astratto di linee e aree - ma anche nella sua dimensione antropologica, umana ed esistenziale, nel suo essere luogo delle esperienze che le persone fanno e delle relazioni che sviluppano con il loro l'ambiente di vita (Merleau Ponty 1945). L'incarnazione delle mappe avviene in due modi: aprendo lo spazio della rappresentazione all'utilizzo di utenti non specialisti e incorporando in esso conoscenza sociale.

Percorrendo la storia di questa trasformazione, che attraversa i secoli e si incrocia con le pratiche di rappresentazione che hanno caratterizzato le diverse culture, ci possiamo accorgere di come le mappe abbiano sempre cercato di essere qualcosa di più che semplici strumenti per l'astrazione visiva dello spazio. Il tentativo di rappresentare anche i fatti sociali che nello spazio trovano luogo, le loro relazioni e le loro dinamiche è una vocazione che è stata sempre presente, a partire dalla definizione che Tolomeo, il primo cartografo, dà della mappa: «Le mappe sono rappresentazioni in immagini dell'intero mondo conosciuto «insieme con i fenomeni che sono contenuti in esso» (Tolomeo *Geographia*, citato in Gordon e de Souza e Silva 2011). Già dalla loro nascita, le mappe non sono solo immagini astratte dello spazio, ma sono pensate per essere rappresentazioni di tutto ciò che in qualche modo in quello spazio può essere localizzato. Non sono pensate per essere solo rappresentazioni dello spazio geometrico, ma anche rappresentazioni dello spazio antropologico e delle pratiche che in esso si svolgono.

Ma, mentre ancora fino al XVI secolo, le mappe raffigurano con disegni particolareggiati le navi nei porti delle città, le carrozze e i pedoni nelle strade, la cartografia moderna elimina progressivamente ogni riferimento allo spazio fisico reale e alla vita che in esso si svolge (Cosgrove 2006). Per de Certeau (2001) l'eclissamento della vita quotidiana dalle mappe equivale alla cancellazione dei «percorsi» e al prevalere della logica del «luogo» - inteso come configurazione stabile di posizioni e significati - su quella dello «spazio», inteso come «luogo praticato».²²

Così la modernità produce mappe che sono rappresentazioni visive astratte dello spazio, dimenticandosi i fenomeni che in esso avvengono.

A metà del XIX secolo avviene però una svolta: nel 1854 Londra, che con i suoi due milioni e mezzo di abitanti era la città più grande al mondo, venne colpita da una gravissima epidemia di colera. All'epoca, la convinzione di tutti, era che il colera si trasmettesse per via aerea e che la principale causa delle ripetute epidemie fosse l'area maleodorante della metropoli, in cui, in assenza di sistemi fognari moderni, i

²² Per una trattazione più approfondita di questi aspetti si veda il paragrafo 1.1 della sezione II

cittadini sotterravano ancora i propri rifiuti organici in buche collocate nei seminterrati delle loro abitazioni. Per liberare le strade della città dal tanfo, le istituzioni d'igiene pubblica obbligavano da alcuni anni i cittadini a svuotare le loro buche e a riversare i rifiuti nel fiume, non sapendo che il colera si trasmetteva invece proprio attraverso l'acqua. Il giovane medico John Snow stava invece da tempo sostenendo, inascoltato, quest'ipotesi. Con l'aiuto di un sacerdote, Henry Whitehead, decise di recarsi "sul campo" nel quartiere più colpito dalle morti, e fare domande alla gente, chiedendo chi aveva bevuto l'acqua dalla pompa pubblica che sospettava essere l'origine della contaminazione. Dalle interviste risultava chiaramente che chi aveva bevuto da quella pompa moriva, o si stava ammalando; chi non l'aveva fatto era risparmiato. Per convincere le autorità pubbliche decise di rappresentare i dati raccolti sulle morti nel quartiere attraverso una mappa, in cui, in prossimità di ogni indirizzo civico, alcune barre nere rappresentavano il numero di morti.

Dalla mappa risultava evidente che man mano ci si allontanava dalla collocazione della pompa – nel centro della mappa – i casi di morti per colera diminuivano.²³

De Souza e Silva sottolinea come questo avvenimento rappresenti un passo decisivo: la mappa diventa un mezzo per costruire significati, perché viene utilizzata per determinare relazioni tra fenomeni sociali e luoghi.

Da questa prima esperienza, quella che viene definita la "mappa a livelli" si diffonde rapidamente tra i ricercatori e gli studiosi che cominciano a utilizzare le mappe per la rappresentazione dei fenomeni sociali. Integrando l'informazione sociale nel suo spazio di rappresentazione, la mappa diventa così uno strumento di conoscenza non solo dello spazio geometrico, ma anche di quello umano e uno strumento per "spazializzare la conoscenza".

In un articolo del 1947 John Wright, geografo, conia il termine "geosofia" per riferirsi a una nuova disciplina che si pone l'obiettivo di studiare la natura e l'evoluzione della conoscenza geografica, così come la storiografia studiava l'evoluzione della conoscenza storica, o la musicologia quella della conoscenza musicale. Riferendosi alla cartografia, Wright fa notare come ci siano mappe – le mappe geosofiche – appositamente pensate per "rappresentare spazialmente l'informazione" e non solo o non tanto per fornire informazioni "riguardo" allo spazio. È un approccio completamente nuovo nel rapporto tra informazione e spazio: se tradizionalmente le mappe utilizzavano i dati e le informazioni per dare senso allo spazio, ora utilizzano lo spazio per dare senso all'informazione.

Wright intuisce un'altra cosa, fondamentale per lo sviluppo della cartografia collaborativa che caratterizzerà l'epoca digitale. Il geografo nota come, tra le mappe geosofiche, ce ne siano alcune che hanno semplicemente la funzione di rappresentare la conoscenza già acquisita (dati e informazioni già raccolte e note che vengono messe in una dimensione spaziale); e altre che generano invece nuove attività conoscitive. In quest'ultimo caso è l'attività di mappatura stessa che genera

²³ E' possibile trovare il resoconto completo della vicenda in (Johnson 2006)

conoscenza, attraverso l'attivazione di un processo – aperto e sempre *in progress* – in cui la mappa diventa lo strumento di raccolta e di produzione di nuove informazioni. Anticipando quella che sarà una caratteristica delle mappe su web, Wright concepisce queste particolari mappe come «non un documento finito, ma una fase in cui il mappatore e il mappato entrano in una conversazione continua su uno specifico argomento contestualizzato nello spazio geografico» (Gordon e de Souza e Silva 2010, p.24, trad. mia).

L'incontro con il digitale

Nella storia dell'incarnazione della mappa, un altro momento decisivo è rappresentato dalla nascita del GIS (Geographic Information Systems), il primo passo nella convergenza tra mappa e mondo digitale. Il primo sistema geografico informativo è sviluppato, in Canada, nel 1960, da Roger Tomilson, un cartografo canadese impiegato presso la divisione per lo sviluppo e il rilancio dell'agricoltura. Il software, che realizza insieme a IBM, innova notevolmente la pratica cartografica tradizionale, che fino a quell'epoca era realizzata su carta, permettendo di raccogliere e visualizzare molti più dati e rendendo più agevole la loro consultazione e la loro estrazione da parte degli utenti. Inoltre, il computer permette ora di effettuare elaborazioni molto più potenti e sofisticate dei dati geo-spaziali, espandendo le loro potenzialità di utilizzo nella ricerca. I dati diventano dinamici, elaborabili e aggiornabili. Nelle università si sviluppano aree di ricerca dedicate al GIS: Howard Fisher (un architetto di Chicago) lavora con alcuni informatici per sviluppare SYMAP (un sistema per inserire punti, linee, aree in una mappa dinamica) e nel 1965 fonda a Cambridge, Massachusetts, il Laboratory for Computer Graphics, che diventa il centro di riferimento per la ricerca sulla cartografia computerizzata. Alla fine degli anni Sessanta, SYMAP è rilasciato e viene distribuito e utilizzato da università, centri di ricerca, enti pubblici e privati. Gli ambiti di applicazione sono principalmente l'urbanistica, l'epidemiologia, l'architettura, la geografia l'ecologia, ma viene anche utilizzato in settori delle pubbliche amministrazioni, del marketing, e, soprattutto, in quello militare.

Gli anni Novanta rappresentano un'ulteriore svolta: i GIS vengono messi in rete. L'incontro con il web (WEBGIS) fa emergere la dimensione e l'utilità sociale delle mappe. Da strumento per esperti, tecnici, ricercatori, le mappe computerizzate diventano progressivamente uno strumento di largo utilizzo, aperte alla collaborazione di più persone. Si impone presto l'esigenza di un linguaggio comune per lo scambio e l'interpolazione dei dati: alla metà degli anni Novanta l'OGC (Open Geospatial Consortium) definisce gli standard per l'interoperabilità cartografica, permettendo a sviluppatori individuali di WEBGIS di condividere dati geografici attraverso il web.

Attraverso i WEBGIS, le amministrazioni pubbliche più avanzate e illuminate (facciamo in questo caso riferimento alle esperienze nordamericane) cominciano a

mettere a disposizione on-line dati pubblici geo-referenziati. I dati diventano consultabili e utilizzabili non solo dagli specialisti, ma anche dai cittadini comuni. L'apertura dei GIS e della pratica cartografia al grande pubblico è un esempio interessante di come un medium possa essere reinterpretato attraverso il suo utilizzo diffuso: il diffondersi dell'utilizzo del GIS attraverso il web cambia la natura stessa del GIS come interfaccia e come medium, facendo emergere nuovi modi di organizzare, dare forma e interagire con l'informazione localizzata. Il WEBGIS incarna la mappa, aprendola all'utilizzo comune delle persone: «Il [WEBGIS] ha rimosso la localizzazione dall'ambito degli esperti e l'ha collocata nella mano della gente comune».

L'inizio del nuovo millennio apre una fase totalmente nuova per le mappe, segnata da tre elementi decisivi. In primo luogo, il ruolo di Google, che con il rilascio di *Google Maps* (2004), e il rilascio delle relative API, contribuisce notevolmente al processo di democratizzazione, rendendo davvero *mainstream* la pratica cartografica. Il secondo elemento riguarda la standardizzazione dei protocolli KML (Keyhole Markup Language), che uniformano la georeferenziazione e facilitano l'importazione e il trasferimento dei dati geo-referenziati da un'applicazione a un'altra. Infine, il web 2.0 e il fenomeno degli *user generated content* contamina anche l'esperienza cartografica. Gli anni Novanta avevano rivoluzionato l'esperienza delle mappe estendendo il loro utilizzo alle persone comuni, e rendendo accessibili dati geo-referenziati su larga scala, ma in questa fase, gli utenti comuni non potevano ancora caricare i propri dati o costruirsi mappe personalizzate. Con il diffondersi delle applicazioni tipiche del web 2.0, e grazie alle innovazioni di Google, la pratica cartografica entra in quella che si potrebbe definire "fase social": gli utenti generano e mappano personalmente lo spazio caricando in ambienti social i propri contenuti geo-referenziati. Le mappe non sono più documenti visivi consultabili e consumabili, ma diventano nuove interfacce attraverso le quali gli utenti accedono, modificano e sviluppano dati in rete. Secondo alcuni studiosi (Gordon e De Souza e Silva 2011) quest'ultima fase segna alcune trasformazioni importanti nelle pratiche culturali e tecnologiche delle persone, almeno a tre livelli:

1. *Nelle pratiche di ricerca dell'informazione*: la mappa si impone come nuovo medium, come nuova interfaccia culturale per accedere alle informazioni. Oltre che poter essere consultati attraverso le tradizionali interfacce (testuali, grafici, fogli elettronici), i dati sono ora consultabili direttamente sulla mappa attraverso marker posizionati nei luoghi a cui fanno riferimento. I dati sono gli stessi, ma ora possono essere consultati secondo altre modalità. Non solo diventano sempre di più dipendenti dalla metafora dello spazio fisico, ma il loro accesso diventa sempre più legato alla posizione locale dell'utente. Le informazioni vengono sempre più spesso consultate in relazione alla prossimità e al luogo in cui ci si trova.
2. *Nelle pratiche sociali*: l'attività di mappatura passa da essere un'attività che può spazializzare l'informazione sociale a un'attività che può socializzare l'informazione spazializzata. Una volta che l'informazione è geo-localizzata, diventa il contesto e

il contenuto di interazione sociale e le mappe, come si è visto nel caso di Facebook, diventano un modo per costruire ed esprimere la propria identità.

3. *Nelle pratiche di comunità*: le mappe vengono utilizzate sempre più in ambiti non specialistici, in ambiti sociali e comunitari e diventano strumenti per la creazione di relazioni sociali basate sul luogo: «dai luoghi di lavoro, alle organizzazioni professionali, dalle scuole, Google Maps viene utilizzato per fornire un contesto geografico a un mondo potenzialmente senza luogo di dati in rete. In alcuni casi, questa pratica rimane semplicemente un uso rinnovato di uno strumento on-line, in altri fornisce un significativo livello di contesto per la coesione delle comunità» (Gordon e De Souza e Silva 2011, p. 31, trad. mia)

3.5 Il web nei luoghi

Il diffondersi delle tecnologie *mobile* e *wireless* (telefoni cellulari, smartphone, tablet), ha segnato un'altra tendenza che influisce sul cambiamento di paradigma: lo spostamento delle tecnologie di rete e delle relative pratiche di comunicazione *networked* direttamente nell'ambiente di vita quotidiana delle persone. Il web, che un tempo potevamo visitare solo da una scrivania, ora è entrato nei luoghi. Lo spazio che viviamo quotidianamente è oggi densamente invaso dai network e dall'informazione digitale, al punto che quella famosa distinzione tra bit e atomi proposta da Negroponte nel 1995 ormai ha perso la sua attualità. Oggi si parla di spazi aumentati (*Augmented spaces*: Manovich 2006), di *Mixed Reality* (Milgram e Colquhoun 1999) di spazi ibridi (*Hybrid spaces*: Kluitenberg et alii 2006; de Souza e Silva 2006), di *Digiplace* (Zook e Graham 2007:) e *Digital ground* (McCullough 2004).

La storia delle tecnologie digitali è sempre stata costellata da tentativi di portare informazione e i contenuti nei luoghi. Le prime sperimentazioni di portare l'informazione digitale nello spazio fisico risalgono agli anni '60, quando Sutherland, l'inventore del *Head Mounted Display* (HMD), inaugura le ricerche che aprono la strada alla Realtà Virtuale degli anni Novanta. Secondo Sterling, il suo saggio *The ultimate display* (Sutherland 1965) può essere considerato per la realtà aumentata l'equivalente di quello che *As We May Think* di Bush è stato per il computer. Nell'articolo, egli anticipa, con toni visionari e apocalittici, l'idea che sarà alla base dello sviluppo delle tecnologie *ubiquitous* e della realtà aumentata: un'informatica incorporata nello spazio, in grado di interagire con la materia fisica.

«il dispositivo di visualizzazione pienamente compiuto sarà, naturalmente, una stanza in cui un computer può controllare l'esistenza della materia. Su una sedia collocata in quella stanza sarà possibile sedersi. Le manette che si troveranno in quella stessa stanza bloccheranno effettivamente i polsi e una pallottola in quella stanza sarà fatale». (Sutherland 1965)

Possiamo considerare le sperimentazioni della Realtà Virtuale negli anni Novanta una parentesi di disincarnazione radicale, durante la quale, in pieno accordo con lo spirito del tempo e con il fascino che la metafora dell'interfaccia trasparente del cyberspazio (Bolter e Grusin 1999) esercitava sui ricercatori e sulle persone comuni, si insegue soprattutto il desiderio di sostituire il reale con il virtuale. Siamo nell'epoca dello sviluppo sempre più sofisticato di simulazioni tridimensionali in computer grafica, che richiedono l'utilizzo di ingombranti strumenti per l'interazione come gli Head Mounted Display (HMD) o i *cybergloves*, in un ambiente che Rheingold definisce «una galassia da cartone animato» (Rheingold 2002, p.144, trad. it.) e che prova negli utenti più frustrazione che reale senso di immersione.

A un certo punto, la ricerca più avanzata sulla realtà virtuale prende però un'altra direzione, abbandonando l'idea di costruire mondi artificiali paralleli al mondo fisico, per dirigersi verso la realtà aumentata. Gli sforzi cominciano a concentrarsi non tanto sul tentativo di sostituire la realtà con il virtuale, i bit con gli atomi, ma di integrarli, attraverso la creazione di ambienti "intelligenti" o "sensibili" e l'estensione delle capacità sensoriali umane attraverso tecnologie invisibili e indossabili. Per dare il senso di questo cambiamento Rheingold paragona due esperienze di esplorazioni sintetiche dello spazio, in cui un suo collega ricercatore (Scott Fisher, ricercatore e produttore di HMD per la NASA), lo coinvolge a distanza di dieci anni. La prima, negli anni Novanta è una simulazione tridimensionale in computer grafica. Rheingold viene invitato a indossare un casco collegato a un computer e a guardare attorno a sé la realtà virtuale, che poteva manipolare per mezzo di un guanto collegato al computer. Dieci anni dopo, nel 2001, i due si incontrano nuovamente, a Tokyo, e Fisher invita ancora Rheingold a indossare un altro casco e camminare nel parco del campus universitario. Rheingold si dirige verso un albero, in prossimità del quale vede comparire un'icona e poi un messaggio fluttuante che il dottor Fisher aveva lasciato per lui sull'albero, trasmettendolo dal suo computer di casa: "Hello Howard": il messaggio lo informava della possibilità di accedere a una descrizione dell'albero, vedere l'immagine del campo in cui si trovava presa dal stellite, vedere le sue radici nascoste:

«il mondo che osservavo [...] sembrava quasi riprodurre perfettamente quello in cui il mio corpo si trovava realmente, e non una galassia da cartone animato distante anni luce. Il mondo fisico che sperimentavo con l'ultimo casco del dottor Fisher, tuttavia, aveva caratteristiche che la realtà non aveva mai avuto prima di allora. Invece di sostituire un modello virtuale al mondo fisico, la versione del XXI secolo vi aggiungeva informazioni. [...] l'incursione di Scott Fisher in quelli che possono essere definiti 'i media ambientali indossabili' rappresentava un esempio di 'realtà aumentata (*augmented reality*), uno dei molti progetti in corso per mescolare il mondo virtuale con quello fisico». (Rheingold 2002, p. 144 trad. it.)

L'obiettivo della ricerca non era più quello di far scomparire il mondo fisico, ma di utilizzare la tecnologia, resa sempre più domestica, per aumentarlo.

Quella di fare «scompare i computer, non il mondo reale» è l'idea che guida le ricerche di Marc Weiser al centro ricerche della Xerox di Palo Alto (PARC), già dal 1988. In *The computer for the 21st century*, un testo fondamentale per lo sviluppo dell'*ubiquitous computing*, Weiser scrive: «le tecnologie più potenti sono quelle che scompaiono. Si intessono nella produzione della vita quotidiana finché non si riesce più a distinguerle da essa» (Weiser 1991). Per fare un esempio di questo tipo di processo, Weiser cita la tecnologia della scrittura, ormai così incorporata nella vita delle persone, nei luoghi, negli oggetti, da non essere più neanche considerata tecnologia. «Solo quando le cose scompaiono siamo liberi di usarle senza doverci pensare e quindi siamo in grado di pensare oltre, a nuovi obiettivi».

Nel 1992 il gruppo di Weiser, nell'ambito di uno dei progetti pionieristici dell'*ubiquitous computing*, costruisce quello che può essere considerato il precursore dei tablet di oggi: il PARCPad, un dispositivo che sta in un mano, connesso a una rete locale, in grado di scambiare informazioni con l'ambiente in cui si trova.

In *Smart mobs*, Rheingold cita altri precursori che hanno aperto la strada al nuovo paradigma *post-desktop*: Myron Krueger, che già nel 1977 descrive gli "ambienti sensibili" (*responsive environments*); e Warren Robinett, riconosciuto come uno dei padri della realtà aumentata (*augmented reality*), che nel 1991, al laboratorio di realtà virtuale della North Carolina, propone di collegare un casco a un microscopio e a una telecamera per rendere visibili le frequenze radio nell'ambiente e gli infrarossi; il gruppo di ricerca dell'Università di Cambridge, che sperimenta per la prima volta la webcam, mettendo in rete una videocamera che inquadrava la macchina del caffè della loro mensa, per potere controllare quando il caffè era pronto; e Alex Pentland, che nel 1991, al MediaLab del MIT, realizzava la prima *smart room*.

Nel 1996 Jim Spohrer, ricercatore prima alla Apple e poi alla IBM, progetta un dispositivo chiamato *World Board*, che utilizza la tecnologia digitale per aumentare lo spazio fisico con l'informazione digitale. L'idea di Spohrer è quella di utilizzare dispositivi GPS per attaccare informazioni e contenuti a luoghi specifici, trasformando il mondo in un'immensa bacheca informativa geo-spaziale:

«Perché non inserire le informazioni nei luoghi? Più precisamente, perché non collegare un'informazione a un luogo e percepirla come se si trovasse realmente lì? World Board è un progetto per fare esattamente questo su scala planetaria come parte integrante della vita di ogni giorno. Per esempio, immaginate di entrare in un aeroporto e di vedere un tappeto rosso virtuale che vi conduce alla vostra porta di imbarco. Guardate per terra e vedete fili di trasmissione e cavi interrati, camminate lungo un sentiero nella natura e vedete segnali virtuali accanto alle piante e alle rocce. (Spohrer 1999 citato in Rheingold 2002, p. 155).

Tra le idee di Spohrer c'è anche quella di creare «una lavagna planetaria per gli studenti del XXI secolo, che permetta loro di affiggere e leggere messaggi associati a ogni luogo del pianeta». Secondo De Souza e Silva, la ricerca di Spohrer anticipa quella che sarà il futuro delle *Net Localities*, cogliendo l'importanza decisiva della localizzazione e del desiderio di luogo che avrebbe guidato lo sviluppo informatico delle tecnologie *location aware* di lì a pochi anni. In particolare, nelle sue ricerche, approda a tre fondamentali intuizioni che guideranno poi gli sviluppi delle applicazioni *location aware*:

- l'informazione immateriale che le tecnologie *location aware* portano nei luoghi diventano parte dello spazio stesso, non sono solo una semplice aggiunta;
- lo stesso luogo può apparire diverso a differenti persone, in relazione alle loro particolarità e ai loro scopi e la tecnologia può supportare esperienze completamente diverse dello stesso luogo;
- i contenuti relativi agli attributi e alle caratteristiche distintive dei luoghi (storie, esperienze, memorie) possono essere conservate e fruite direttamente *in place*, senza dovere recarsi nei luoghi e negli edifici in cui essi sono stati tradizionalmente conservati (archivi, biblioteche, ecc. ecc.).

World Board non fu mai realizzato, ma ritroviamo tutte le sue suggestioni nelle sperimentazioni che negli anni successivi si avviano sempre più intensamente e che convergono presto con quelle sviluppate nell'ambito della comunicazione *mobile*. Rheingold sottolinea a questo proposito un altro salto: lo sviluppo delle ricerche sulla realtà aumentata, sul *pervasing* e sull'*ubiquitous computing* si incrociano sempre di più con quelle nell'ambito della telefonia mobile, ed entrano, attraverso questo connubio, nel business tecnologico. I centri più avanzati di ricerca diventano l'IBM, l'HP, la Sony, la Nokia, la Ericsson. Quando Rheingold si accorge che le grandi corporation multinazionali stavano lavorando sugli stessi progetti di ricerca, capisce che una nuova infrastruttura tecnologica stava davvero per emergere e che non aveva però le caratteristiche di immersione e trasparenza immaginate dall'idea iniziale della Realtà Virtuale:

«Se non si richiede che l'esperienza dell'informazione inserita nei luoghi sia immersiva, la ricerca si indirizza verso l'ambito leggermente diverso dei telefoni cellulari 'sensibili al contesto'. Questo fa parte di una serie di iniziative che coinvolgono vari settori industriali per promuovere un mercato di servizi collegati alla posizione degli utenti e sati sui telefoni mobili. Incominciamo così a uscire dal futuribile e a entrare nel ciclo produttivo». (Rheingold 2002, trad. it, p. 163)

Gli anni 2000 sono così caratterizzati da una progressiva disseminazione dei risultati raggiunti dalla ricerca, nei diversi settori produttivi della comunicazione mobile. Le tecnologie *location aware* diventano *mainstream* e si diffondono rapidamente nel mercato mondiale.

Questo sviluppo è segnato da alcuni step fondamentali.

Nel 2000 l'Amministrazione Clinton rimuove la *Selective Availability (SA)*, la degradazione del segnale GPS che intenzionalmente riduceva l'accuratezza della rilevazione della posizione negli usi civili del GPS, di fatto limitando l'utilizzo delle tecnologie di posizionamento solo all'ambito militare e governativo. Dal maggio del 2000, invece, anche gli usi civili possono contare su una precisione di circa 10 – 20 metri. L'accuratezza della posizione è inoltre garantita dall'impiego di altre due modalità di rilevazione: la "triangolazione GSM", che determina la posizione del telefono cellulare attraverso la triangolazione delle onde radio emesse dalle antenne a cui è agganciato; e il Wi-Fi, che determina la posizione del telefono rispetto ai punti di accesso Wi-Fi più vicini. Dal 2003 compaiono sul mercato i telefoni cellulari mobili dotati di GPS: il primo è il F611i della NTT DoCoMo, lanciato in Giappone il 27 marzo, che permette agli utenti di determinare la loro posizione semplicemente premendo un tasto, scaricare mappe e informazioni sul luogo in cui si trovano, avere informazioni sui trasporti pubblici e sui servizi di ristorazione presenti nell'area. Il telefono permette anche di condividere la posizione con altri utenti e di memorizzare i dati geo-localizzati.

Nel novembre del 2007 Google rilascia l'applicazione Maps per *mobile*: le mappe digitali diventano portabili e ritornano al livello della strada, dove possono essere consultate e utilizzate direttamente durante esperienze reali di navigazione nello spazio fisico.

Nel 2008 Apple lancia il suo iPhone 3G e Google la prima versione di Android per l'HTC Dream. Gli smartphone cominciano a diffondersi con grandissimo successo tra gli utenti²⁴ e si sviluppano sempre di più applicazioni *location aware* e servizi *location based* per i dispositivi mobili. Se in una prima fase i progetti di ricerca che utilizzavano tecnologie *location aware* per portare l'informazione nei luoghi erano sviluppati prettamente in ambito artistico o accademico, ora si diffondono a macchia d'olio applicazioni commerciali più o meno gratuite che utilizzano sistemi di annotazione e ricerca *location aware*.

Uno dei primi esempi di questi servizi per dispositivi mobili è *WikiMe*, un'applicazione rilasciata nel 2008, che aggrega e seleziona gli articoli di Wikipedia in relazione alla posizione dell'utente. Attraverso il suo smartphone, l'utente può accedere ai contenuti di Wikipedia relativi al posto in cui si trova, visualizzarli come marker su una mappa e modificarli, direttamente dal luogo. Secondo Gordon e De Souza e Silva, questo è un primo esempio di *Net Locality* perché permette, direttamente dallo spazio di fisico, di modificare attraverso la rete l'informazione

²⁴ Secondo i dati Apple (<http://www.apple.com/pr/>), le vendite di iPhone dal 2008 sono costantemente cresciute, a tassi vertiginosi. I dati riportati dalle press release dell'azienda dicono che negli ultimi tre mesi del 2008 (il cosiddetto 4th quarter, secondo la fiscalità USA) gli iPhone venduti erano 4.36 milioni, il l'88% in più dell'anno precedente; nel 2009, nello stesso periodo dell'anno risultavano 8.7 milioni (+ 1000 % rispetto al precedente); nel 2010, 16.24 milioni (+ 86% rispetto al precedente) e nel 2011, 37.04 milioni (+ 128% rispetto al 2010). In generale, invece, secondo i dati forniti da Gartner (<http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1848514>), gli smartphone venduti nel mondo nel periodo aprile-giugno del 2011 sono stati 115 milioni, il 42% in più rispetto allo stesso trimestre del 2010.

relativa al luogo e influenzare così l'esperienza che altre persone hanno di quello stesso spazio. I luoghi della nostra vita quotidiana si popolano così di informazione. Non dobbiamo più navigare sul web, ma semplicemente interrogare lo spazio che ci circonda.

3.6 Place based social network: il mondo è piccolo!

Sull'esempio di WikiMe si diffondono negli ultimi anni una quantità considerevole di applicazioni che permettono di produrre informazione geo-referenziata nello spazio fisico o di accedere a contenuti che vengono selezionati in base alla posizione. È il mondo dei *Location Based Services* (LBS) – servizi e applicazioni appositamente sviluppati per sfruttare le potenzialità delle tecnologie di posizionamento nel fornire servizi e informazioni; e dei *Location Enabled Services* (LES), applicazioni *mobile* già esistenti che progressivamente integrano e sfruttano le possibilità della geo-referenziazione rendendo i propri servizi *location-aware*. Dal 2009, ad esempio, Twitter ha introdotto la possibilità di geo-referenziare i *tweet*: è possibile ora taggare i *tweet* con il luogo in cui ci troviamo, effettuare ricerche specifiche tra i *tweet* delle persone, in base alla località in cui siamo, o visualizzare su una mappa la localizzazione dei *tweet* dei nostri *following* e *follower* e di tutti quelli relativi alla località che ci interessa.²⁵

Questo tipo di applicazioni stanno trasformando i telefoni mobili in veri e propri strumenti per scrivere nei luoghi e per filtrare l'informazione che altri prima di noi hanno scritto nello stesso luogo. Gli smartphone diventano strumenti di *urban annotation*:

«sono strumenti di scrittura per i luoghi connessi. Facilitano le interazioni e costituiscono una ricchezza per le mappe e gli spazi in cui siamo constatemente coinvolti. La specifica natura di queste applicazioni cambierà sicuramente in futuro. Ma, guardando la storia di questi strumenti nell'arte e nella ricerca, troviamo una coerenza. L'annotazione mobile ci permette di localizzare le cose e di localizzare noi stessi [...]. Ora che i nostri dispositivi sono *location aware*, possiamo essere pronti ad essere più *location aware* anche noi stessi». (Gordon e de Souza e Silva 2001, p.54, trad. mia)

Non solo. Gli smartphone *location-aware* stanno diventando sempre più tecnologie sociali che ci aiutano a gestire e attivare connessioni con le persone, basate sui luoghi in cui si svolge la nostra vita quotidiana.

Negli USA stanno diventando di uso sempre più comune le applicazioni *background tracking location* che una volta installate nei nostri smartphone o sui tablet, spesso senza neanche doverle lanciare, ci segnalano, in modalità *push*, i contenuti geo-referenziati che altri utenti – i nostri amici, ad esempio – hanno prodotto sul posto in

²⁵ Si veda sul Blog Twitter, il post dell'agosto 2009: Location, location, location: <http://blog.twitter.com/2009/08/location-location-location.html>

cui ci troviamo o la presenza di persone che in qualche modo sono connesse ai nostri social network.

Sono applicazioni che mettono in luce la dimensione *social* e comunitaria verso la quale le tecnologie di posizionamento stanno oggi puntando.

Sonar,²⁶ ad esempio, è una applicazione per *mobile* che scopre le connessioni nascoste che legano le persone che frequentano uno stesso luogo. «Imbottigliamo le migliaia di connessioni che ti perdi ogni giorno con amici, amici di amici, compagni di scuola, sconosciuti con i quali potresti avere qualche affinità – e te le mettiamo nel palmo della mano. Sonar ti aiuta a usare l'informazione su di te che tu condividi online per metterti in relazione con le persone vicino a te». Attraverso l'analisi dei network *Foursquare*, *Facebook*, e *Twitter*, l'applicazione ci segnala se e in che modo siamo collegati attraverso qualche social network con le persone presenti nel posto in cui ci troviamo.

*Banjo*²⁷ ci avverte quando ci troviamo nelle vicinanze di posti su cui qualcuno dei nostri contatti *Facebook*, *Twitter*, *Foursquare*, e *Instagram* hanno condiviso contenuti e informazioni. Senza dover entrare in tutti questi social network, l'applicazione aggrega in tempo reale, in una lista e su una mappa *mobile*, l'elenco dei post relativi al luogo in cui ci troviamo che i nostri amici hanno pubblicato nei diversi social network, permettendoci di avere una visione d'insieme dei loro commenti su quello che accade in città.

*Highlight*²⁸ ci segnala la vicinanza di altre persone che utilizzano la stessa applicazione, e che sono amici Facebook, o con cui abbiamo qualcosa in comune, permettendoci di accedere al loro profilo, dove possiamo trovare, oltre al loro nome, anche foto, amici comuni e tutte le informazioni che esse hanno deciso di condividere. Durante la giornata, l'applicazione gira in background e raccoglie informazione sulle persone che incrociamo: «se i tuoi amici sono nelle vicinanze, *Highlight* te lo fa sapere. Se incroci qualcuno di interessante, ti dà più informazioni su di lui. *Highlight* ti fornisce un sesto senso sul mondo attorno a te, mostrandoti le connessioni nascoste e rendendo la tua giornata più divertente». Anche *Glancee*²⁹ funziona nello stesso modo: «ero bloccato all'aeroporto perché il mio volo era in ritardo. *Glancee* mi ha mostrato una vecchia amica che si trovava "a pochi passi", così le ho scritto, visto che si trovava anche lei lì! Sono stato davvero felice che il mio volo fosse in ritardo»; «Aberto (Italia) era a una conferenza in San Francisco e ha ricevuto la notifica della presenza di un suo conterraneo alla stessa conferenza. Com'è piccolo il mondo! Non avrebbe mai potuto incontrarlo in un posto così affollato se non fosse stato per *Glancee*».

Queste recenti applicazioni (sono state tutte sviluppate nel corso degli ultimi due anni) sono caratterizzate dalla volontà di soddisfare un evidente desiderio

²⁶ <http://www.sonar.me/>

²⁷ <http://ban.jo/>

²⁸ <http://highlig.ht/>

²⁹ <http://www.glancee.com/>

comunitario: tutte cercano di fornire alle persone strumenti per costruire o ri-allacciare «connessioni» sociali nello spazio urbano, ritagliando nella folla e nel caos indistinto della metropoli spazi di relazioni più intime, umane e di fiducia. Come osservato nel paragrafo 2.5 di questa sezione, le tecnologie *location aware* servono per filtrare la città, ora sempre più sulla base delle reti sociali in cui le persone sono immerse attraverso i social network.

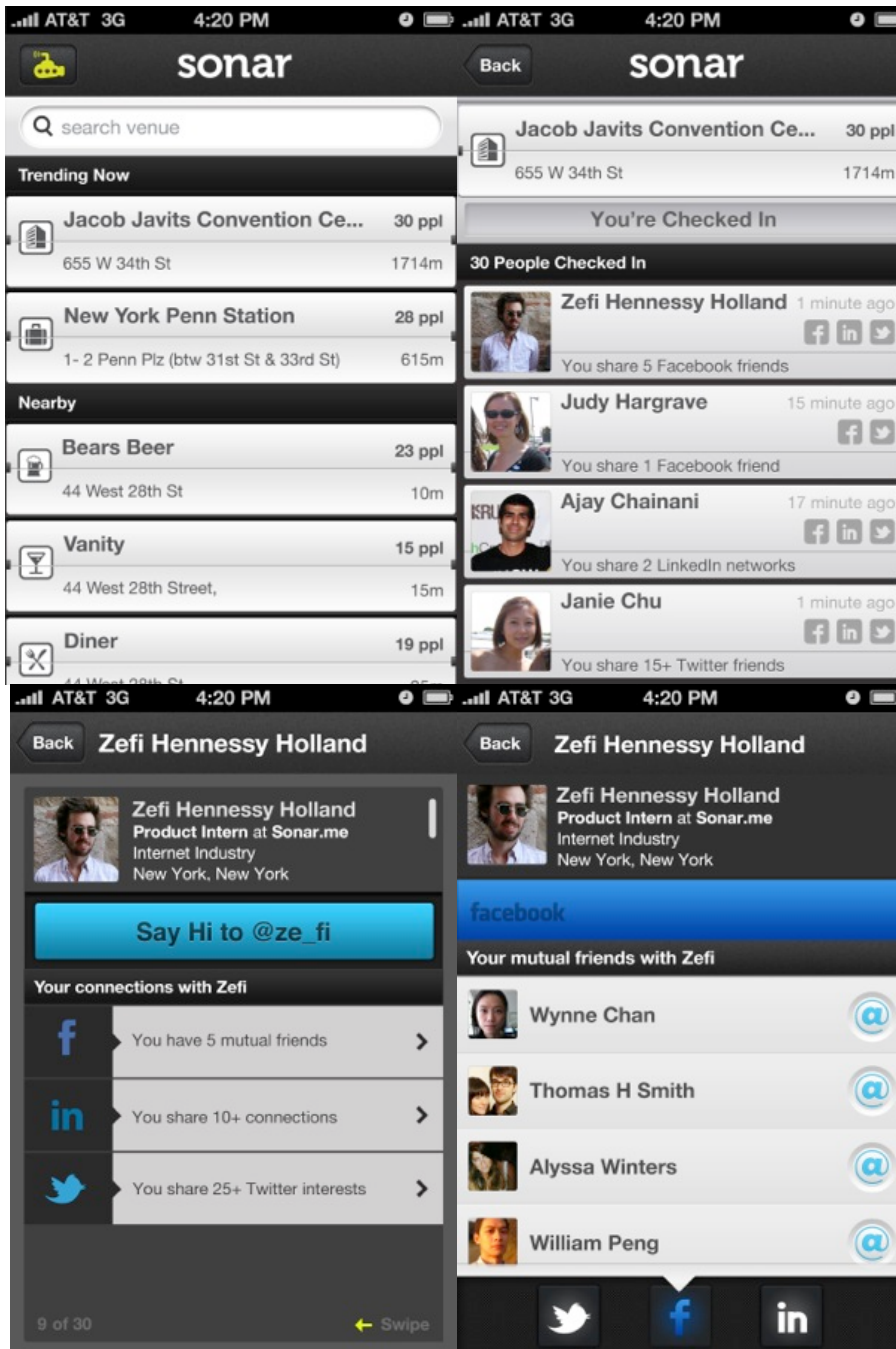


Figura 14 Sonar

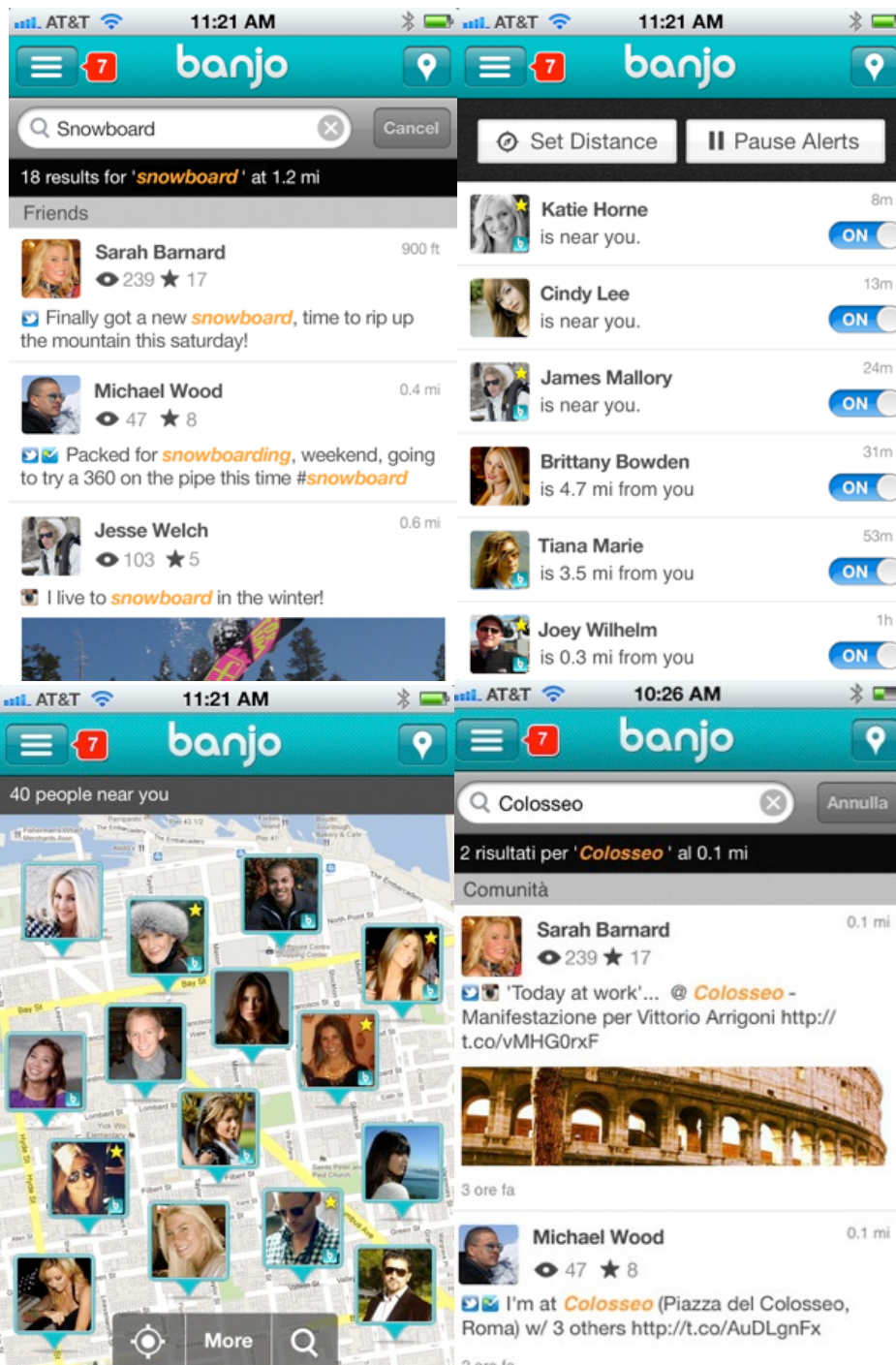


Figura 15 Banjo

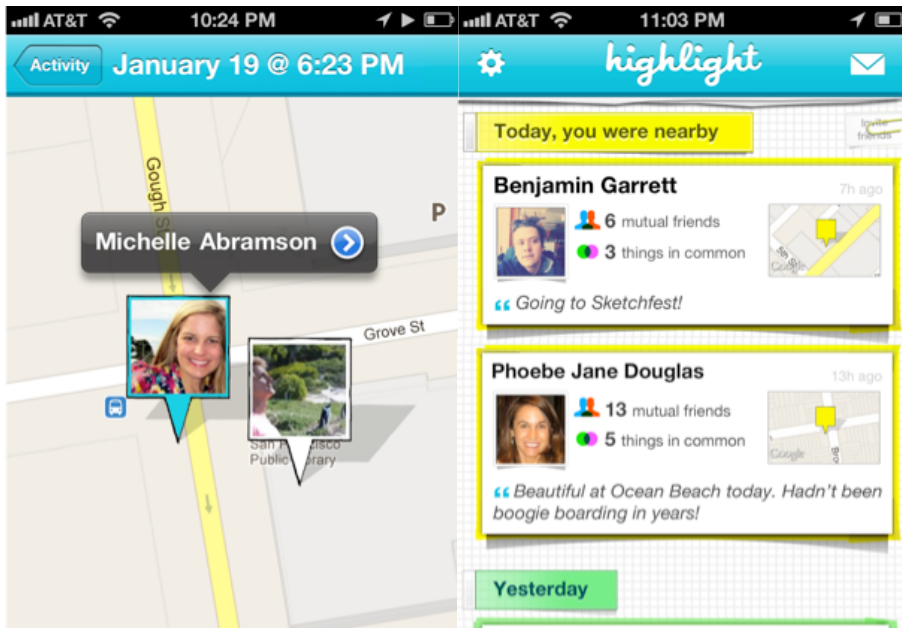


Figura 16 Highlight

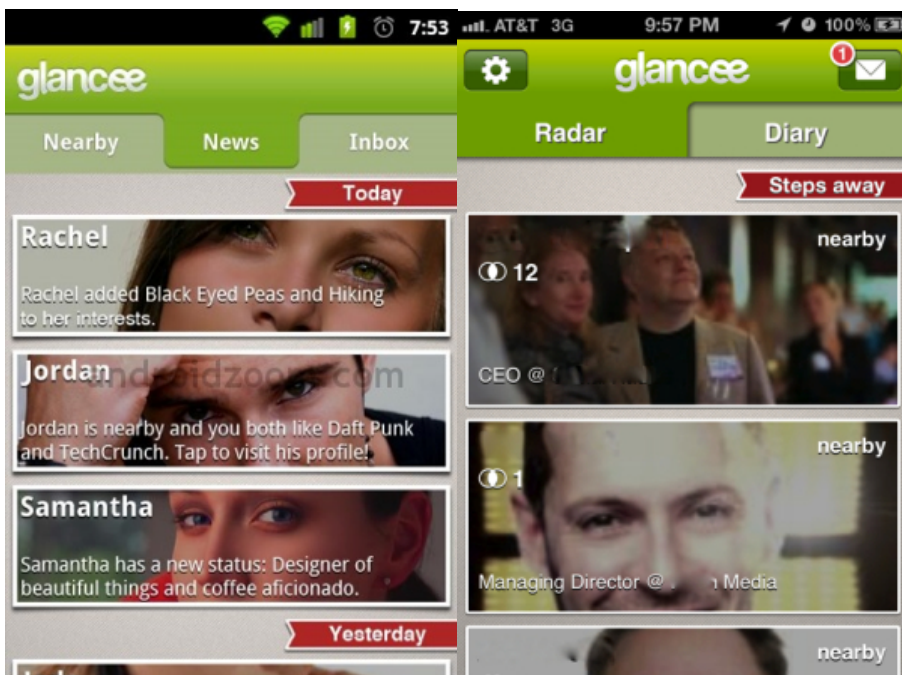


Figura 17 Glancee

3.7 L'informazione negli oggetti: bit tangibili e atomi sensibili

Inscrivere l'informazione negli oggetti attraverso la tecnologia è una pratica che conosciamo da tempo: basti pensare alla scrittura che inonda i tanti oggetti della nostra vita (dalle confezioni dei biscotti, la carta delle caramelle, le etichette dei vestiti, le istruzioni d'uso degli elettrodomestici, i bugiardini dei medicinali...). Quello a cui stiamo assistendo oggi è un progressiva diversificazione dei modi e delle tecnologie con cui ciò può avvenire, che determina cambiamenti radicali nella natura stessa degli oggetti, dell'esperienza che ne abbiamo e delle relazioni che intessiamo con essi. Grazie ai recenti sviluppi tecnologici, è oggi possibile non solo incorporare informazione digitale sempre più sofisticata nella materia, ma anche rendere questa informazione dinamica, interattiva e sensibile al contesto e conmetterla in rete.

Uno dei primi strumenti per mettere in comunicazione il mondo fisico e il mondo immateriale dell'informazione è stato il codice a barre. Inventato nel 1949 da Norman Woodland e rimasto inutilizzato fino al 1973, viene utilizzato in modo massiccio nel 1983 dall'esercito americano, per etichettare l'equipaggiamento dei soldati. Negli anni Novanta compare il codice a barre a 2 dimensioni, il *QRcode* (Quick Reponse Code), inventato in Giappone nel 1994 dalla Denso Wave per migliorare la tracciabilità dei componenti delle automobili nelle fabbriche Toyota. I codici QR, che permettono di contenere una quantità di informazione maggiore rispetto al tradizionale codice a barre a una dimensione, sono utilizzati all'inizio principalmente nell'ambito della logistica, per la gestione delle scorte nel settore industriale.³⁰ Il codice QR è leggibile da qualsiasi dispositivo dotato di fotocamera, del software apposito di decodifica e di connessione internet. Nel 1999, la Denso Wave rilascia la tecnologia *QRCode* con licenza libera e l'utilizzo di questi codici a due dimensioni diviene popolare anche in altri campi. Prima soprattutto in Giappone, poi anche negli USA e in Europa, grazie al diffondersi degli smartphone, il codici QR si impongono come strumenti semplici e immediati di informazione che permettono agli utenti di accedere a contenuti web senza dovere digitare lunghe stringhe di indirizzi URL sul browser del proprio telefonino. I *QRcode* sono stampati sui giornali e sulle riviste, sui volantini, sui manifesti, sui cartellini di esposizioni e mostre, sulle mappe e utilizzati soprattutto nella pubblicità, nel marketing, ma anche in modi molto più creativo nell'arte, o nella comunicazione pubblica, e all'interno di progetti per la promozione culturale e turistica.³¹

Nel 2005, il progetto *Semapedia* utilizza per la prima volta i codici QR per collegare luoghi e oggetti nel mondo fisico ai relativi articoli di Wikipedia.³²

³⁰ Il codice binario del QR è composto da diversi quadratini disposti in modo variabile all'interno di un quadrato più grande e può memorizzare fino a 4.296 caratteri di testo oppure 3 Kb a 8 bit di informazione (<http://www.qrcodeitalia.it>). Sono oggi disponibili gratuitamente applicazioni che permettono sia di leggere i codici QR, sia di generarli.

³¹ Per esempi di uso dei codici QR nei diversi settori si veda: <http://blog.codmmunity.com>, oppure <http://qrcartist.com/blog/>

³² Nel 2011 il progetto è stato convertito in QRpedia: l'iniziativa, sviluppata da Roger Bamkin, presidente di Wikimedia UK e Terence Eden, un consulente Web per dispositivi mobili, ora permette una maggiore integrazione con Wikipedia Mobile e il collegamento automatico delle etichette QR agli articoli Wikipedia

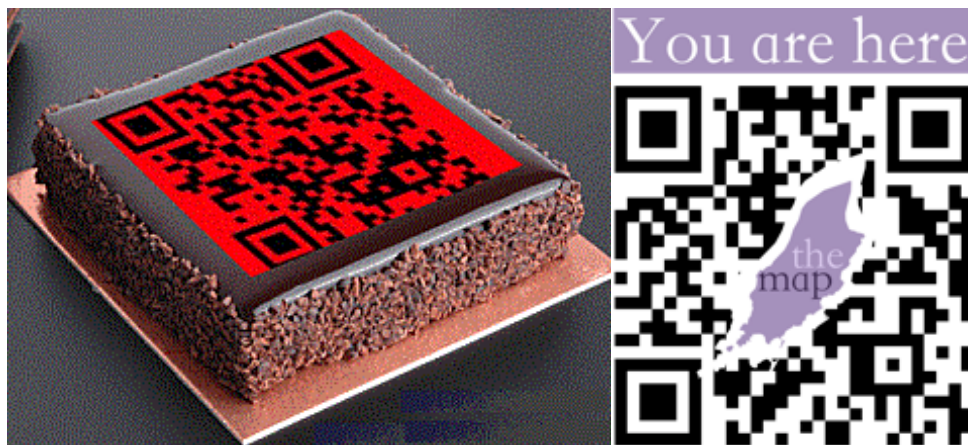


Figura 18 Esempi di utilizzo di QR code

I codici QR rimandano a informazioni che risiedono in qualche server web: per poterle consultare abbiamo comunque bisogno di una connessione internet e di un browser. La tecnologia RFID (Radio Frequency Identification), invece, permette di incorporare i dati fisicamente nella materia dell'oggetto. L'RFID utilizza etichette (tag) dotati di antenna radio e microchip per la memorizzazione dell'informazione. I tag possono essere letti da un lettore, che, attraverso segnali radio, attiva le etichette e riceve da esse i dati. In alcuni casi, se il chip lo permette, le informazioni sulle

nella propria lingua. All'ottobre del 2011 QRpedia è utilizzata presso: The Children's Museum of Indianapolis (USA), il Derby Museum and Art Gallery (Inghilterra), la Fondazione Joan Miro (Spagna), i National Archives (UK), il National Museum of Computing (UK).

etichette possono anche essere modificate. Il lettore RFID può poi essere collegato a un sistema di database per il salvataggio e la condivisione delle informazioni. Le etichette RFID vengono normalmente impiegate per migliorare la gestione delle scorte, o nei sistemi antitaccheggio, ma possono essere utilizzate anche in progetti artistici, di critica e attivazione sociale, come quelli descritti da Kuitenbrouwer nell'articolo *rfid & Agency* *The Cultural and Social Possibilities of RFID* (2006).

L'uso intelligente e creativo di queste etichette (*QRcode* o RFID), unite alla disponibilità di lettori e a una connessione *wireless*, attiva nuove possibilità di applicazione, che possono modificare la natura degli oggetti e il loro uso sociale.

Non solo i luoghi, dunque, ma anche gli oggetti della nostra vita quotidiana stanno diventando sempre più intelligenti, popolati da network, dati e informazione. Per accedervi non dobbiamo più navigare sul web, ma semplicemente interrogare lo spazio che ci circonda con i nostri dispositivi portabili (smartphone, tablet, lettori).

Il futuro che ci aspetta ci permetterà di accedere alle informazioni e ai contenuti senza l'ausilio di queste interfacce? La ricerca in questo senso si sposta nel campo degli oggetti senzienti, dei bit tangibili, portando l'informazione direttamente nella materia fisica e consentendo davvero il «matrimonio tra bit e atomi». (Rheingold 2002, p.166 trad. it.)

Le ricerche più importanti si svolgono, ancora, al MIT Media Lab. Lì è stato attivato nel 2001, il *MIT's Center for Bits and Atoms*, diretto dal professor Gershenfeld, un'iniziativa interdisciplinare il cui obiettivo è studiare l'interfaccia tra *computer science* e fisica: «Hardware e software, forma e funzione, mente e corpo sono tradizionalmente separati, sia nelle discipline accademiche sia nell'industria, ma non in natura. Molte delle nostre più grandi opportunità e sfide tecnologiche si trovano ora alla loro intersezione».³³ Sempre al MIT *Media Lab* è attivo anche il *Tangible Media Group*, diretto dal professor Hiroshi Ishii, che lavora sull'unione del mondo dei bit con quello degli atomi, cercando di dare forma fisica all'informazione digitale:

«al confine tra atomi e bit, stiamo affrontando la sfida di riconciliare la nostra doppia cittadinanza nel mondo fisico e in quello digitale. Il nostro gruppo si rivolge a questa sfida progettando interfacce che impiegano oggetti fisici, superfici e spazi come incarnazioni tangibili dell'informazione e dei processi digitali [...]».³⁴

³³ <http://cba.mit.edu/about/index.html>

³⁴ <http://tangible.media.mit.edu>

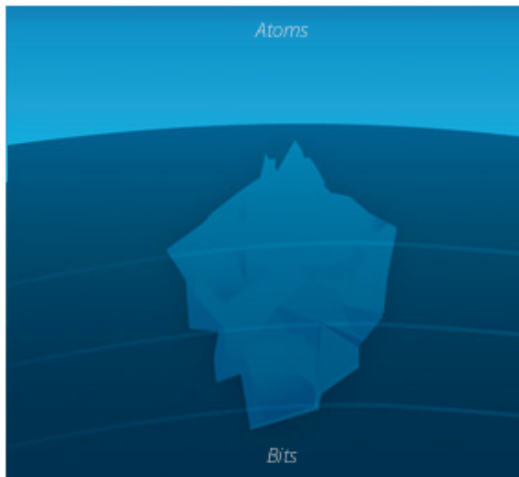


Figura 19 Interfaccia GUI

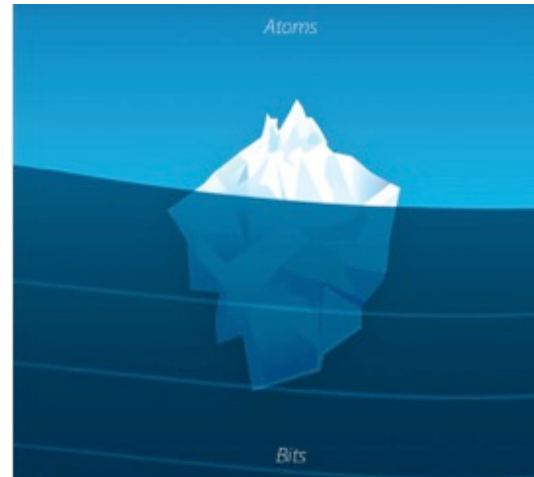


Figura 20 Interfaccia TUI

Rispetto alle tradizionali interfacce grafiche (GUI), che ci permettono di vedere e interagire con l'informazione solo indirettamente, come se «guardassimo attraverso la superficie dell'acqua per interagire con le forme sommerse», le interfacce tangibili (TUI) sono come un iceberg: una parte del mondo digitale emerge oltre la superficie dell'acqua nel regno fisico, permettendoci di interagire direttamente con essa». (Ishii 2008)

Le prime sperimentazioni di *tangible bit* risalgono alla fine degli anni Novanta. È a quell'epoca che Hiroshi Ishii conia il termine «*phicons*», le *physical icons*, per indicare la possibilità di interagire con l'informazione digitale non più cliccando icone su un *desktop*, ma manipolando oggetti fisici (Ishii 1997). Alla metafora del *desktop* si stava sostituendo la metafora del *chopstick* (la metafora del bastoncino cinese), espressione coniata, come ricorda Rheingold, da Rekimoto, un giovane ricercatore al Sony Interaction Lab, per indicare la possibilità di «spostare contenuti digitali nello spazio, o tra un computer a un altro usando oggetti quotidiani, come penne, pennelli, matite dotate di dispositivi tecnologici che permettono di "prendere" i contenuti digitali da un dispositivo e depositarli in un altro.³⁵

Tangible computing, *QRcode*, *RFID*, stanno delineando un mondo molto simile a quello che Marc Weiser immaginava vent'anni fa, quando ancora l'informatica e i computer non erano ancora penetrati nella vita quotidiana delle persone, come lo sono oggi: «piccoli computers saranno innestati negli oggetti quotidiani che ci circondano, usando connessioni *wireless* risponderanno alla nostra presenza, desideri e bisogni senza bisogno di essere attivamente manipolati». (Weiser 1991)

Per descrivere questi nuovi oggetti *smart*, sensibili e connessi, sono stati utilizzati diversi termini. Bruce Sterling (2005), ad esempio, conia l'espressione *spime*. Gli *spime* sono gli oggetti aumentati e intelligenti di un futuro ormai prossimo, consapevoli dei contesti in cui vengono prodotti, utilizzati e consumati, e in grado di

³⁵ Un esempio divertente che permette di capire cosa si intende per chopstick metaphor è l'I/O Brush realizzato dal Tangible Media Group: http://www.youtube.com/watch?v=04v_v1gnyO8

fornirci informazioni sui luoghi che caratterizzano il loro ciclo di vita: «lo *spime* è un insieme di relazioni [...] è, per definizione, il protagonista di un processo documentato. E' un'entità storica con una sua traiettoria, accessibile e precisa, attraverso lo spazio e il tempo» (Sterling 2005, trad. it. p.84). La caratteristica principale degli *spime* è dunque la loro tracciabilità. Attraverso le tecnologie oggi disponibili (sensori, tag RFID, antenne GPS) è possibile tenere traccia e memoria dell'intera esistenza degli oggetti: dove, come, quando e da chi sono stati costruiti, gli spostamenti che hanno fatto per arrivare al luogo di commercializzazione, quelli dopo la vendita, e addirittura quelli dopo il loro consumo. E' possibile, inoltre, tracciare e memorizzare i passaggi di proprietà, gli usi diversi, le storie e le esperienze che a quell'oggetto fanno riferimento.

È, insomma, il mondo dell'*Internet of Things* (IOT), un contesto in cui risulteranno sempre più evidenti e significative le connessioni materiali, spaziali e sociali tra differenti tipologie di attori, umani e non umani, animati e inanimati, sintetici e biologici:

«Quando pensiamo al tipo di reti sociali che Internet facilita, pensiamo ad esseri umani che scambiano le loro idee, su argomenti significativi, qualunque essi siano. Finora, gli oggetti e le cose sono state escluse da questo ambito di partecipazione culturale. La IOT potrebbe essere considerata solo come un mondo fatto di etichette RFID e sensori in rete, nel qual caso sembrerebbe avere poco valore come spazio sociale al di là delle caratteristiche e dei benefici per lo sviluppo economico. Tuttavia, se davvero la IOT modifica il nostro modo di coabitare lo spazio fisico con le Cose, allora dovremmo chiederci che cosa succederà se non più solo gli esseri umani faranno parte della rete sociale, ma anche le nostre cose potranno scaricare, inviare, trasmettere informazioni significative e che creano significato. Quando si coabita un mondo dove all'improvviso le Cose sono viste non più semplicemente nella loro funzione principale, ci possiamo chiedere in che modo esse iniziano a significare come veri attori sociali». (Corino 2010, p. 236)

L'Actor Network Theory di Bruno Latour (Latour 2005) ci offre strumenti teorici importanti per interpretare questo nuovo spazio ibrido, popolato da attori intelligenti - umani e non - che intessono reti sociali e significanti, mostrandoci come i fenomeni, sociali, gli oggetti e gli artefatti - da sempre e ben prima dell'avvento dell'Internet delle Cose - siano intessuti da reti di relazioni sociali, economiche, culturali e materiali, che sono, alla fine, reti di potere. Comprendere la struttura di queste reti, le relazioni tra i membri che la costituiscono, e la localizzazione di ciascuno di essi al suo interno, è determinante per comprendere il comportamento sociale, lo sviluppo tecnologico e scientifico, il cambiamento delle società e le dinamiche di potere che le caratterizzano (Haraway 1997). Nel momento in cui, oggi, gli oggetti sono diventati anche tecnologicamente intelligenti e connessi, si rendono molto più evidenti le

relazioni complesse di cui sono intessuti e che sono normalmente non visibili. Rifacendoci ai lavori di Bruno Latour e a quelli di Donna Haraway possiamo guardare all'Internet delle cose non solo come una nuova infrastruttura tecnologica in cui oggetti computerizzati e sensibili e intelligenti scambiano informazione tra loro, ma come un nuovo spazio sociale, popolato da attori umani e non umani e dalle loro relazioni.

Secondo Julian Bleecker, in questo nuovo spazio, gli oggetti, in grado di comunicare e interagire tra di loro e con noi, diventano «cittadini di prima classe», con il potere di riconfigurare il modo in cui viviamo e ci muoviamo nello spazio fisico (Bleecker 2006). Per descrivere questi attori non umani, con cui stiamo intessendo sempre più relazioni sociali Bleecker usa il termine *Blogjects*. I *Blogjects* sono soggetti socialmente attivi nello spazio ibrido e connesso delle cose perché sono in grado di attivare o di disattivare discorsi sociali, pubblicando e inserendosi nelle relazioni tra gli attori che popolano le reti sociali: i *Blogjects* non solo pubblicano, essi attivano la conversazione e diventano i principali produttori di conversazioni – proprio come i *bloggers* umani – «iniziando, mantenendo ed essendo attrattori critici di discorsi relativi ad argomenti rilevanti e significativi con chi ha un interesse nella discussione». (Bleecker 2006, p.4, trad. mia)

I *Blogjects* sanno dove sono e dove sono stati (grazie alle tecnologie di localizzazione, al GPS e alla possibilità di *tracking*), hanno storie, memorie, incontri ed esperienze incorporate (grazie a tecnologie come RFID o codici a barre e QR), sono attivi socialmente perché (grazie alle tecnologie di rete) sono in grado di partecipare alle reti di potere che costituiscono il nostro spazio di attività sociale e di influenzarle. Sono insomma una metafora potente per descrivere come le tecnologie *location aware*, il web, e l'informazione incorporata stanno generando gli attuali *mesh-up* tecnologici, sociali e incarnati.

PARTE II: STRUMENTI

1. LOCATIVE MEDIA: LE TATTICHE

Con l'espressione "locative media" si fa oggi comunemente riferimento a tutti quei media che utilizzano tecnologie *location aware* e che permettono di collegare contenuti digitali ai luoghi geografici, valorizzando il carattere situato e geograficamente collocato dell'interazione con l'informazione. Leslie Rule, che nel 2010 era tra le organizzatrici del *City Centered Festival on Locative Media and Urban Community* tenutosi a San Francisco, definisce i locative media come «media legati al luogo in modo fondamentale e essenziale».³⁶ Jeremy Hight, artista e teorico locative, parla di pratiche «*location aware* e *location specific*, che in qualche modo aumentano lo spazio e l'interazione che avviene in esso» e sottolinea la vicinanza e la contiguità di queste esperienze con quelle di altre discipline e ambiti di ricerca, che ne hanno influenzato lo sviluppo dal punto di vista tecnologico, e che in alcuni casi, sono state assimilate o confuse con esse: «le tecnologie *wearable* sono state assimilate dai locative, *l'ubiquitous computing* li affianca, *l'augmented reality* li attraversa».³⁷

Entrambi questi protagonisti sottolineano però la problematicità dell'utilizzo del termine, sia a causa della molteplicità degli ambiti di ricerca che lo utilizzano con significati sempre diversi («differenti gruppi intendono i locative media in differenti modi, è un termine vasto, comprende così tante discipline...»), sia a causa di una sorta di moda che lo avrebbe investito recentemente («odio come il termine sia diventato un feticcio e come lo si stia sminuendo, la stessa cosa è successa per l'espressione Realtà Aumentata»).

In realtà, sebbene oggi il termine sia utilizzato per indicare tutti i media e le pratiche che utilizzano tecnologie *location aware*, includendo in esse anche esperienze ormai *mainstream* e commerciali, quando comparve per la prima volta, l'espressione locative media si riferiva in modo più specifico alle sperimentazioni d'avanguardia che, già negli anni Novanta, alcuni artisti stavano conducendo, utilizzando tecnologie di localizzazione.

Nella parte I di questo lavoro, sono stati sintetizzati i principali passi che, sul fronte della ricerca e su quello industriale e commerciale, hanno portato all'incarnazione delle tecnologie di rete e al diffondersi dei media *location aware*. Parallelamente alla ricerca accademica e a quella industriale, si sviluppa, a partire dalla fine degli anni Novanta, anche un'attività sperimentale legata all'ambito artistico, che svolge un ruolo fondamentale nel far emergere le potenzialità per un uso pubblico, sociale e creativo del nuovo frame tecnologico incarnato. Gli artisti svolgono davvero un ruolo di primo piano nel dare risposte critiche e creative ad un impiego prima esclusivamente militare, di sorveglianza e di controllo, e poi marcatamente commerciale e orientato al profitto delle tecnologie *site-specific*.

³⁶ Intervista personale rilasciata a San Francisco, giugno 2010

³⁷ Intervista personale rilasciata via web, luglio 2010

Marc Tuters and Kazys Varnelis (2006) ripercorrono le origini artistiche dei Locative Media: nate in seno alla *digital art*, come reazione alla smaterializzazione della *net art*, le sperimentazioni artistiche che utilizzano i locative media si ispirano in modo evidente alle pratiche situazioniste e di interventismo urbano e rivendicano con forza il ruolo dell'esperienza *in situ*: «I Locative Media sono emersi negli cinque anni come reazione alla esperienza disincarnata della net-art, basata sullo schermo, rivendicando come proprio territorio il mondo oltre la galleria e oltre lo schermo del computer».

Il movimento situazionista, che già negli anni Novanta aveva interessato alcuni ambienti della cultura cyber (nel 1992 Sadie Plant pubblica *The most radical gesture: The Situationist International in a postmodern age*), avrà un'influenza decisiva nello sviluppo delle pratiche locative, soprattutto attraverso alcune sue celebri tattiche come la psicografia, la tattica della *dérive* e del *détournement*. (Debord e Wolman 1956)

L'impronta critica e creativa che gli artisti riversano in questi progetti permette di inaugurare nuovi orizzonti: sdoganate da una logica prettamente commerciale o militare, si intuisce che le tecnologie *location aware* possono essere utilizzate a supporto di interventi creativi e innovativi in ambito sociale e culturale e si avviano fertili riflessioni sulla relazione tra media digitali, comunità e luoghi. Così, ad esempio, nell'ambito di uno dei primi raduni in cui si utilizza l'espressione *locative media* (il *locative media Workshop*,³⁸ organizzato in Lettonia nel luglio del 2002 dal RIXC, il Centro per la cultura dei nuovi media di Riga) viene fortemente sottolineato il potenziale di critica radicale che questi strumenti possiedono e il loro ruolo nel permettere agli individui di costruire cartografie personalizzate e collaborative, incentrate sulla relazione tra mente, spazi e luoghi:

«i partecipanti al workshop esploreranno le potenzialità radicali di disorganizzazione (sociale, spaziale e temporale) del wireless networking (per la sincronizzazione, la consapevolezza personale e l'aggregazione), e useranno tecnologie open source di mappatura e posizionamento per visualizzare e rendere ascoltabili i dati nello spazio [...] Ricevitori gratuiti per i sistemi di posizionamento satellitare hanno fornito agli amatori gli strumenti per produrre propria informazione cartografica con una precisione militare... In contrasto con il World Wide Web il focus qui è la spazialità localizzata e centrata sugli utenti individuali; una cartografia collaborativa dello spazio e della mente, dei luoghi e delle loro relazioni».³⁹ (Locative Media Workshop 2002)

Le stesse intuizioni vengono sviluppate nel numero speciale che nel 2006 la rivista elettronica LEA⁴⁰ dedica ai locative, che conferma, oltre alla vena creativa e artistica,

³⁸ <http://locative.x-i.net>

³⁹ RIXC international workshop "Locative media": <http://locative.x-i.net/>.

⁴⁰ Leonardo Electronic Almanac (ISSN No: 1071-4391), versione elettronica della rivista "Leonardo - Journal of Art, Science & Technology". LEA è prodotta in modo congiunto da Leonardo, dall'International Society for the Arts, Sciences and Technology (ISAST), e pubblicata da MIT Press. <http://leoalmanac.org/>.

anche la dimensione di intervento pubblico e sociale che caratterizza le esperienze locative. Sebbene con diverse sfumature e accenti, tutti gli studiosi che contribuiscono alla rivista considerano i locative media come strumenti in grado di creare ed esprimere relazioni significative tra le persone, le comunità e l'ambiente, collegando il materiale all'immateriale, gli oggetti ai contesti, i luoghi alle pratiche e agli usi. I locative media diventano un vero e proprio ambito di sperimentazione, in cui la tecnologia viene utilizzata per supportare pratiche sociali, culturali e artistiche di uso, interpretazione e rappresentazione dei luoghi, connettendo il livello materiale dello spazio geografico con le esperienze e la vita quotidiana delle persone che lo abitano (Breckley 2003).

Il ruolo determinante degli artisti nel dare avvio alle sperimentazioni locative viene riconosciuto da tutti. Gli artisti sono i primi a intravedere la possibilità di utilizzo creativo dello spazio, e possono farlo grazie alla loro libertà e assenza di vincoli istituzionali:

«Gli artisti furono i primi a iniziare con i locative. C'era anche chi lavorava con i GIS e i GPS ma gli artisti furono i primi a inaugurare davvero la possibilità di utilizzare lo spazio come una tela [...] gli artisti cominciarono a farlo nei primi anni del 2000, nessun altro lo stava facendo, chi si occupava di narrazione non lo faceva in modo locative [...] lo fecero specialmente gli artisti concettuali... perché volevano parlare dello spazio che utilizzavano e perché erano abituati a... sai... combattere... [...]. Furono i primi a localizzare davvero ogni cosa...».⁴¹

Per Paula Levine, artista e teorica locative, gli artisti hanno un ruolo fondamentale perché sono i primi a rifunzionalizzare tecnologie militari in tecnologie creative:

«Molte delle cose che gli artisti usano [...] come i video e i GPS ... provengono dall'ambito militare. Il GPS ha le sue radici nell'esercito, così come i video... i video sono una tecnologia militare. Molte delle cose che usiamo hanno radici militari e penso che gli artisti in genere proponano nuovi usi delle cose, essi cercano di prendere le cose e di dimenticare quale fosse il loro originario scopo, per fare nuove cose...».⁴²

Gli artisti locative sono stati tuttavia anche spesso attaccati, dalle ali più estreme della critica radicale, con l'accusa di assecondare il potere militare e commerciale, attraverso l'utilizzo delle loro tecnologie. Tuters e Varnelis, ad esempio, riportano di come Andreas Broeckmann, direttore del Transemdiale Festival abbia definito i locative media come «avanguardia della società del controllo», invitando gli artisti che utilizzano le «tecnologie della sorveglianza» a una maggiore auto-critica. I due autori fanno riferimento anche a Holes, che critica l'utilizzo del GPS nelle performance e

Il numero dedicato ai locative media è: LEA Vol. 14, N. 3, July 2006 ed è raggiungibile all'indirizzo:http://leoalmanac.org/journal/vol_14/lea_v14_n03-04/

⁴¹ Intervista personale rilasciata da Leslie Rule, San Francisco, Giugno 2010

⁴² Intervista personale rilasciata da Paula Levine, luglio 2010

nell'arte, perché considera tale tecnologia appartenente all'infrastruttura militare globale dell'«ideologia imperialista». Farman (2012) riporta invece le critiche di Coco Fusco, convinta del fatto che gli artisti locative utilizzino in modo poco consapevole e critico tecnologie "pericolose": «è come se quaranta decenni di critica postmoderna al soggetto Cartesiano sia improvvisamente evaporata... Nel nome di una politica della connettività globale, artisti e attivisti troppo spesso scambiano un'astratta 'connettività' per qualsiasi coinvolgimento reale con le persone in altri luoghi o perfino negli spazi locali di ciascuno». (Fusco, citato in Farman 2012, p. 110)

Altre volte, invece, sono state prese di mira le connessioni e le partnership commerciali che artisti e attivisti locative hanno con enti governativi o grandi *corporate*. A una decina d'anni dalla loro comparsa, le pratiche locative, un tempo d'"avanguardia", si stanno progressivamente istituzionalizzato e spesso quelle che erano nate come intuizioni o provocazioni artistiche diventano pratiche *mainstream*, su cui i poteri commerciali hanno deciso di investire.

Oggi, come osserva Jeremy Hight, gli artisti non sono più i soli a occuparsi di locative: professionisti provenienti da ambiti differenti (architetti, urbanisti, storici, imprese,...) utilizzano e progettano interventi che utilizzano i locative media per una varietà di scopi diversi.

«I progetti *location aware* non sono sempre progetti artistici. Anche gli architetti, gli urbanisti, gli storici, le imprese ecc... realizzano sempre più spesso studi *locative* e i *locative* si stanno rapidamente dissanguando nell'utilizzo commerciale del GPS e dei dati *Location aware* e della grafica aumentata [...] L'arte locative media è in realtà la sorella minore di tutto ciò, lo è sempre stata. Nel 2002 e negli anni successivi eravamo visti come eccentrici avanguardisti, che si divertivano con giocattoli tecnologici alla moda. La tecnologia era la star e lo è ancora, sempre di più, anche se il campo (i molti campi) si sono evoluti come sappiamo».⁴³

In questo lavoro prendo in considerazione progetti che utilizzano le tecnologie di posizionamento per creare *Net Localities*, nel senso inteso da Gordon e de Souza e Silva (cfr. paragrafo 2.5 della sezione I): rimanendo fedele all'impronta pubblica e sociale delle origini, l'utilizzo delle tecnologie *location aware* è indagata in esperienze finalizzate a scopi pubblici, per creare connessioni tra persone e luoghi, per favorire un maggior coinvolgimento e interessamento delle persone nei nuovi spazi pubblici, per creare relazioni sociali e significati.

Qui di seguito sono presentate tre tattiche tipicamente locative, che i progetti attuano, ispirandosi principalmente agli interventi situazionisti.

⁴³ Intervista personale rilasciata da Jeremy Hight, luglio 2010

1.1 Mapping

La descrizione della terra, se da una parte rimanda alla descrizione del cielo e del cosmo, dall'altra rimanda alla propria geografia interiore. [...]

Italo Calvino (Il viandante sulla mappa)

Le mappe sono i media con cui nel corso della sua storia l'uomo ha rappresentato e controllato il suo ambiente di vita. Come ogni medium, le mappe non si limitano a registrare passivamente la realtà in cui viviamo, ma contribuiscono attivamente a crearla: i modi con cui diamo significato allo spazio e il modo con cui lo viviamo sono strettamente connessi ai modi con cui lo rappresentiamo. La cartografia critica⁴⁴ ha ben chiaro il potere creativo della geografia e delle sue carte: «Spazio urbano e spazio cartografico sono inseparabili [...] la cartografia non agisce registrando semplicemente i diversi modi in cui la città si presenta materialmente, ma è un intervento creativo nello spazio urbano, che dà forma sia alla città fisica sia all'esperienza della vita urbana» (Cosgrove 2006, p. 148, trad. mia) e da più di vent'anni è impegnata ad analizzare le mappe come strumenti sociali e di potere. In particolare, viene sottolineato come, nel produrre rappresentazioni, sapere e conoscenza dello spazio, la cartografia è un formidabile strumento di controllo: le mappe tracciano confini e all'interno di essi scelgono cosa includere e cosa escludere, cosa far vedere e cosa occultare; rappresentano lo spazio determinando rapporti e proporzioni tra i luoghi e in questa attività di controllo rispondono ai punti di vista, alle priorità, e agli interessi, di chi le disegna, producendo sempre visioni compromesse con posizioni di potere.

E' spesso riportato, a questo riguardo, l'esempio della mappa di Mercatore, il cartografo fiammingo che nel XVI secolo produsse una delle prime rappresentazioni del globo terrestre, destinata ad avere un grandissimo successo nei secoli successivi, tanto da diventare una sorta di standard per rappresentare il nostro pianeta. È ormai noto che le mappe risultanti dalle tecniche di proiezione utilizzate dal cartografo fiammingo (che traslano la superficie sferica della Terra su un cilindro, per poi srotolarla in un rettangolo), non rispettano affatto le proporzioni reali delle terre emerse e che le convenzioni di rappresentazioni utilizzate in queste mappe (ad esempio quella di non rappresentare interamente l'Antartide, spostando l'Equatore più in basso) sovradimensionano l'Europa rispetto al resto del globo, creando la percezione della centralità del vecchio continente e confermando l'idea di dominio del Nord rispetto al Sud del mondo. Nonostante ciò (o forse proprio per questo) le mappe di Mercatore sono state comunemente utilizzate anche ai nostri giorni (sono quelle che ci ricordiamo negli atlanti della nostra infanzia e appese ai muri delle nostre scuole) e ancora oggi *Google Maps* basa la propria cartografia su questo tipo di

⁴⁴ Per un'introduzione alla disciplina, si veda: Crampton J.W., Krygier J. 2005

proiezioni, seppur leggermente modificate. Secondo la critica cartografica, la mappa di Mercatore è un chiaro esempio di come controllo imperialista e potere cartografico siano intimamente connessi. Secondo Matthew Edney:

«l'imperialismo e l'attività di mappatura si intersecano in un modo fondamentale. Entrambi riguardano fondamentalmente il territorio e la conoscenza [...] le mappe servono per definire l'impero stesso, gli forniscono integrità territoriale e la base per la sua esistenza. L'impero esiste perché può essere mappato, il significato dell'impero è incorporato in ogni mappa». (Edney 1990, pp. 1,2, traduzione mia)

E come ogni potere, anche quello della mappa è dato dalla sua invisibilità, dall'essere, cioè, così naturalizzato ed entrato nel senso comune da essere immune ad ogni tipo di critica. La forza delle mappe sta nell'effetto di immediatezza che hanno tradizionalmente inseguito, nel loro porsi come interfacce trasparenti (Bolter e Grusin 1999) per la rappresentazione oggettiva e scientifica dello spazio.

La cartografia ottiene questo risultato con un processo di progressiva disincarnazione e astrazione della rappresentazione dall'oggetto della sua rappresentazione, attuando cioè una distinzione netta tra spazio della rappresentazione e spazio fisico praticato. Se le mappe fino alla modernità contenevano espliciti rimandi allo spazio fisico incarnato, alle pratiche che in esso si svolgevano (Cosgrove 2006), con lo sviluppo del pensiero scientifico si impone il mito della rappresentazione trasparente e oggettiva dello spazio geometrico. Ne *L'invenzione del quotidiano*, de Certeau (1990) mostra come l'emergere del pensiero scientifico moderno abbia segnato l'avvio di una progressiva scomparsa delle pratiche dalle mappe, in favore di una rappresentazione sempre più disincarnata e astratta dello spazio. Le prime carte medioevali raffiguravano anche le pratiche che si svolgevano nei luoghi che rappresentavano: erano rappresentazioni incarnate di percorsi, di un andare, e di un fare, e contenevano indicazioni utili e performative, come la distanza in giorni di cammino, le indicazioni su dove alloggiare, o dove fermarsi a pregare. Sono spazi di rappresentazione in cui la narrazione ha un ruolo fondamentale: il disegno è quasi un vero e proprio diario di viaggio, che rappresenta, oltre allo spazio, anche gli eventi che si sono succeduti in esso, come i pasti, i combattimenti, le traversate. Dal XV al XVII secolo dalle mappe cominciano a scomparire le pratiche che vengono confinate in meno invasivi «descrittori di percorso» (come figure di navi, animali, personaggi di diversa sorta) ai lati dello spazio rappresentato. La mappa prevale poi progressivamente, colonizzando lo spazio della rappresentazione ed eliminando le raffigurazioni pittoriche dei fenomeni e degli avvenimenti. Nell'economia trasparente della modernità, l'operazione di rendere leggibile lo spazio coincide con il rendere trasparente e invisibile all'occhio le pratiche: «trasformare l'agire in leggibilità, facendo però dimenticare un modo di essere al mondo» (de Certeau 1990, trad. it p. 151.).

Così, in molte letture, le mappe sono state spesso ricondotte al potere strategico del progetto, di chi vede dal nulla e rappresenta lo spazio funzionalizzandolo in un'idea astratta e disincarnata (la città progetto-concetto, la città dell'urbanista, del cartografo, dello specialista), in opposizione al potere tattico, delle pratiche quotidiane degli abitanti, che disegnano percorsi sempre diversi, alternativi, molteplici, inaspettati e sempre estranei e «sfuggenti alle totalizzazioni immaginarie dell'occhio» (la città vissuta, fatta di «spazi», cioè di luoghi praticati e di percorsi): «le cartografie convenzionali delle mappe-base sono un'espressione di una nozione particolare di spazio urbano – quella che favorisce la strada sul sentiero, lo statico sul dinamico (temporale), il formale sul soggettivo». (Sant 2002).

Come fa notare Jameson (1991), il rapporto tra mappa e percorso a cui fa riferimento de Certeau rimanda alla relazione tra sapere scientifico – che, secondo la modernità cartesiana può dirsi “vero”, oggettivo e trasparente proprio in virtù di un'operazione di astrazione dal vissuto dei soggetti – e la dimensione incarnata, opaca e «pre-cartografica» dell'esperienza della gente comune, che tradizionalmente non ha mai avuto il potere di produrre mappe, ma solo percorsi e itinerari personali.

Tutta la modernità si fonda in fondo su questa opposizione – che è poi la stessa dicotomia cartesiana tra mente e corpo – e sull'oblio-sacrificio delle pratiche quotidiane, dei percorsi individuali, come strategia di trasparenza necessaria al sapere scientifico.

Tuttavia, le mappe sono anche strumenti che le persone usano per orientarsi nelle loro reali e incarnate esplorazione dello spazio. Le mappe sono utilizzate da persone in carne ed ossa in spazi fisici reali e in questa loro funzione sono sempre state uno strumento di collegamento tra rappresentazione e realtà, tra reale e il virtuale. Quando le mappe vengono usate dalle persone nei luoghi, la rappresentazione entra in contatto diretto con l'oggetto rappresentato; la mappa si incarna e si confronta con le pratiche d'uso dello spazio, mettendo in discussione alcune dicotomie classiche a cui la tradizione ci ha abituato: il globale (la rappresentazione cartografica) si ibrida con il locale (l'esperienza situata delle persone), la mappa incontra i percorsi, ed emergono nuove possibilità di sovversione e cambiamento.

Le tecnologie *location aware* stanno intensificando le pratiche cartografiche delle persone, diffondendo come mai in passato l'utilizzo personale delle mappe: «Stiamo assistendo a quella che è forse la più grande era cartografica nella storia dell'umanità, e senza che ci siano obiettivi di colonizzazione o di rivendicazione, ma per viaggiare, guidare, vedere, imparare e per certi versi contestare». ⁴⁵

La possibilità di accedere in modo *ubiquitous* alle mappe, grazie ai dispositivi mobili, segna, a questo riguardo, la svolta più importante:

«le interfacce mobili per le mappe ci offrono una relazione d'istintivamente fluida tra lo spazio materiale e la sua rappresentazione. In altre parole stiamo vivendo in un tempo

⁴⁵ Intervista personale rilasciata da Jeremy Hight, luglio 2010

in cui i due reami del realizzato e del realizzante (o del reale e del virtuale) non vengono più significati come spazi esclusivi; invece, l'interazione tra questi spazi diventa sempre più mutualmente costruttiva. La ragione per questa transizione è che la specificità dei dispositivi mobili ci incarna in un modo molto particolare nello spazio». (Farman 2012, p. 46. trad. mia)

Con le mappe mobili, la rappresentazione dello spazio non è congelata fuori dalla viva esperienza, ma incorporata in essa e i due ambiti – lo spazio reale e lo spazio mediato – si influenzano e si costruiscono reciprocamente. E' un paradigma profondamente diverso da quello descritto da Baudrillard in *Simulacres et Simulation* (1981)⁴⁶: non è la mappa che precede e sostituisce il territorio (il reale che scompare fagocitato dal virtuale e dalle sue rappresentazioni), ma, in questo contesto, mappa e territorio, virtuale e reale, simulacro e referente si ibridano e si costituiscono a vicenda.

I progetti locative utilizzano la mappa come strumento di contestazione o interpretazione critica dello spazio⁴⁷ e utilizzano le tecnologie *location aware* per proporre percorsi personali e soggettivi di appropriazione e interpretazione dei luoghi.

I riferimenti per queste pratiche di mappatura incarnata sono molteplici. In primo luogo Kevin Lynch, che ne *L'immagine della città* (1960) evidenzia, con le sue mappe mentali, gli aspetti soggettivi che entrano in gioco nella percezione dello spazio urbano da parte dei fruitori. Gli studi dell'urbanista canadese dimostrano come la rappresentazione che ci facciamo della città sia un'esperienza soggettiva legata tanto ai suoi elementi fisici e materiali, quanto all'esperienza di movimento nel suo spazio.

Altri riferimenti che ispirano questi progetti sono da ricercarsi in de Certeau e nella rivalutazione delle pratiche e dei percorsi che attraversano quotidianamente i luoghi. Definendo lo spazio come «luogo praticato» e parandolo alla «parola quando è parlata, quando è colta nell'ambiguità di una esecuzione» egli recupera la dimensione viva, incarnata e in divenire dei luoghi, mettendo in luce l'esistenza di un potere diffuso d'opposizione – il potere tattico - che risiede nella possibilità di letture impreviste, non scontate, scorrette, illegittime e spesso d'opposizione dello spazio urbano.

Ma è soprattutto la piscogeografia situazionista - teorizzata da Guy Debord, come «lo studio degli effetti specifici che l'ambiente geografico, organizzato coscientemente o meno, ha sulle emozioni e i comportamenti degli individui [...]» (Debord 1955) - a influenzare le pratiche di mappatura locative. Come osserva Sant (2002), per i situazionisti la tecnica della mappatura diventa una vera e propria strategia di sovversione critica dello spazio urbano:

⁴⁶ «La simulazione non è più quella di un territorio, di un essere referenziale o una sostanza. È piuttosto la generazione di modelli di un reale senza origine o realtà: un iperreale. Il territorio non precede più la mappa, né vi sopravvive. [...] È la mappa che precede il territorio - precessione dei simulacri - è la mappa che genera il territorio».

⁴⁷ «quando ancorata a una visione materialista, la recente svolta verso le mappe è una delle più forti critiche alla globalizzazione che abbiamo a disposizione». (Tuters e Varnelis 2006).

«Le mappe situazioniste, compresa la mappa Naked City di Guy Debord, presentano la più radicale fuga dalla griglia. In reazione ai modelli di città razionale adottati dagli urbanisti parigini nel dopoguerra degli anni Cinquanta, lui e i suoi colleghi co-optano la mappa di Parigi, riconfigurando l'esperienza della città attraverso la sua autorità. Manipolando la mappa stessa intervenivano nella logica della città, costruendo una geografia alternativa che favoriva i margini, gli spazi spesso sfruttati, della città. Sradicate dal loro contesto geografico, queste aree erano tessute insieme da frecce ispirate agli itinerari della *dérive*. Queste mappe psico-geografiche proponevano esperienze della città frammentate, suggestive ed estemporanee, opposte alla prospettiva stabile e onnipotente della mappa planimetrica». (Sant 2002, trad. mia)



Figura 21 The Naked City

Ispirate anche al lavoro di Henri Lefebvre (1974), le strategie situazioniste influenzarono fortemente il movimento del '68, che, come osserva Baudrillard, puntò proprio sull'appropriazione dello spazio urbano con una serie di interventi che vedevano nella strada, e nelle pratiche che in essa si potevano sviluppare, veri e propri nuovi media incarnati, in grado di opporsi allo sradicamento provocato dei mass media (Baudrillard 1972).

È, infine, il *flâneur* di Benjamin il pioniere di questi approcci estraniati e soggettivi allo spazio urbano, quello che per primo percorre la metropoli moderna, ritagliandosi, tra le sue vie, tempi e spazi propri. Già Benjamin sottolineava come, nell'esperienza urbana, alla dimensione materiale si sovrapponesse quella immateriale, un «sapere percepito», costituito dall'esperienza soggettiva del *flâneur* e dai racconti elaborati e trasmessi dai mezzi di comunicazione.

Ispirandosi a queste suggestioni, le mappe locative utilizzano le tecnologie *location aware* e le tecnologie digitali per proporre esperienze incarnate di mappatura dello spazio, tese, in particolare, a valorizzare alcuni elementi:

- le esperienze personali, affettive ed emozionali dello spazio: le mappe locative rappresentano spesso un locale vissuto, facendo emergere gli spazi come luoghi praticati dalle persone comuni.
- Il movimento dei corpi, i percorsi nello spazio: la mappa e i confini della città sono tracciati attraverso i percorsi dei suoi abitanti; la carta nasce "dal basso" registrando flussi e spostamenti a cui viene data visibilità. Nei progetti locative, mappa e corpo sono uniti in una esperienza incarnata in cui rappresentazione e pratica corporea non sono più in opposizione.

- La connessione tra spazio fisico dell'esperienza e spazio virtuale dell'informazione e della rappresentazione: come si vedrà di seguito, le esperienze di annotazione e di realtà aumentata cercano di aggiungere contenuti e informazioni ai luoghi, superando la barriera delle interfacce tradizionali, fino a interagire direttamente con il paesaggio e l'ambiente.
- Le narrazioni, i racconti legati ai luoghi, come strumenti di amplificazione e sconvolgimento dei luoghi e come strategie per una loro riconfigurazione.
- Il ruolo dell'interpretazione condivisa dello spazio da parte delle comunità: attraverso esperienze di cartografia sociale e collaborativa, di *crowdsourcing*, si cerca di costruire e rappresentare uno spazio non solo individuale, ma socializzato e pubblico: «c'è bisogno di progetti di mappatura mobile per andare oltre la centralità dell'individuo e cominciare a immaginare lo spazio delle interfacce mobili come luogo di collaborazione». (Farman 2012, p. 47)

In breve, le mappe proposte dalle esperienze locative richiamano da vicino l'idea cartografica che Deleuze e Guattari propongono in *Millepiani*:

«La carta è aperta, è connettabile in tutte le sue dimensioni, smontabile, reversibile, suscettibile di ricevere costantemente modificazioni. Può essere strappata, rovesciata, adattarsi a montaggi di ogni natura, essere messa in cantiere da un individuo, un gruppo, una formazione sociale. La si può disegnare sopra un muro, concepirla come un'opera d'arte, costruirla come un'azione politica o come una mediazione» (Deleuze, Guattari 1980, trad. it. p.29).

Cartografie post-umane

I tratti che abbiamo fin qui sottolineato evidenziano un approccio soprattutto soggettivo ed esistenziale alla rappresentazione dello spazio, come risposta allo sradicamento che molti vedono incalzare con i fenomeni della globalizzazione. I locative media in questo senso reinterpretano in chiave contemporanea e tecnologicamente avanzata quell'«urbanesimo del quotidiano» che secondo Amin e Thrift (2001) caratterizza molti approcci contemporanei alla città, e che è volto principalmente a recuperare dimensioni umane, incarnate, esistenziali per contrastare la de-personalizzazione e l'omologazione che caratterizzerebbe la vita metropolitana.

A questo approccio sono state fatte alcune critiche: lo spazio psico-geografico e le proposte che privilegiano la dimensione soggettiva su quella materiale, la decostruzione sul progetto, la deriva sulla mappa si dimostrano, per alcuni, strategie troppo effimere e incapaci di costruire alternative reali per il cambiamento. Secondo Jameson (2006), ad esempio, una lettura esclusivamente esistenziale e privata non può essere di alcuna efficacia: è necessaria «la coordinazione di dati esistenziali (la posizione empirica del soggetto) con concezioni non vissute, astratte, della totalità geografica». Amin e Thrift (2001) criticano invece, in questi approcci, la vena

eccessivamente umanista, romantica e nostalgica, e soprattutto l'incapacità di tenere conto della complessità post-umana della città d'oggi.

Lo stessa preoccupazione si intravede nella parole di Leslie Rule, che non condivide l'approccio troppo umano che gli artisti locative adottano nella loro interpretazione dello spazio:

«gli artisti mettono se stessi come definizione del luogo in un modo molto egocentrico... per loro natura, lavorano con l'Io e con l'esperienza umana del mondo [...] e io non penso che l'imano equivalga al luogo. I luoghi hanno innumerevoli più dimensioni che devono essere considerate [...] i luoghi hanno le loro storie che non hanno nulla a vedere con gli umani».⁴⁸

E' allora utile ricercare anche quegli approcci locative che enfatizzano le dimensioni post-umane, offrendo l'opportunità di mappare e visualizzare in modo dinamico le tracce e le impronte degli attori immateriali e non umani di cui l'esperienza urbana è intessuta.

Così le mappe locative non si limitano a tracciare l'esperienza di uomini e donne ma lo fanno anche per gli oggetti (Trash Track,⁴⁹ Forage Tracking,⁵⁰ Milk⁵¹); non si limitano a visualizzare la localizzazione degli elementi materiali, ma prendono in considerazione anche l'invisibile e l'immateriale (iSPOTS⁵²); non si limitano a rilevare la posizione di persone, oggetti, edifici, luoghi, ma visualizzano anche le loro connessioni e i flussi che informano lo spazio di oggi (si vedano tutti i progetti sviluppati da SENSEable City Lab, al MIT di Boston⁵³).

Sfruttando le opportunità offerte dalle nuove tecnologie e applicazioni *location aware*, le mappe possono oggi lavorare su più fronti, scardinando le opposizioni che hanno caratterizzato la tradizionale rappresentazione cartografica (spazio/luogo, percorso/mappa, potere tattico/potere strategico; mente/corpo; reale/virtuale; presenza/mediazione/ esperienza/ rappresentazione).

Soprattutto, le esperienze di mappatura locative connettono due aspetti fondamentali della nostra esperienza: il globale e il locale, combinando, ad esempio, in modo duttile e dinamico la visualizzazione del satellite - lo sguardo dal nulla, la rappresentazione disincarnata e voyeuristica dello spazio con visioni e rappresentazioni decisamente locali e incarnate.

Nel riuscire a coniugare, in uno stesso ambiente mediale, progetto cartografico e tensioni di fuga spazializzanti, dati globali di sistema e narrazioni personali e localizzate, le mappe locative ci offrono sperimentazioni creative per ripensare in

⁴⁸ Intervista personale rilasciata da Leslie Rule, San Francisco, Giugno 2010

⁴⁹ Allegato 1 scheda 28

⁵⁰ Allegato 1 scheda 27

⁵¹ Allegato 1 scheda 29

⁵² Allegato 1 scheda 26

⁵³ Allegato 1 schede 21-27

modo incarnato il rapporto tra tecnologia, luoghi e soggetti in una prospettiva che coniuga il globale con il locale. Come scrive Calvino: «Tra la cartografia che guarda verso l'altrove e la cartografia che si concentra sul territorio familiare, c'è un continuo rapporto [...]».

La necessità di coniugare l'altrove con il territorio familiare – il dato con l'arte - è alla base di tutta l'esperienza locative, come emerge in modo suggestivo dalla descrizione che Jeremy Hight, artista locative, dà della sua passione cartografica:

« Le mappe non sono solo strumenti pragmatici, ma necessitano di essere "ripulite", poiché nascono dalla guerra, dal territorio inteso militarmente, dal pregiudizio, dalle staccionate e dalla difesa delle risorse preziose e dalla morte. Le "nuove" terre non si sono materializzate nell'aria, appena le navi hanno toccato la costa, ma sono state conquistate, cambiate, e linee arbitrarie sempre più accurate sono state disegnate su di esse in piccoli documenti. I confini sono come fili elettrici, vivi, incandescenti, non sono semplicemente delle forme, essi cambiano in relazione a prospettiva e distanza. Tutto ciò porta a un'attività di mappatura digitale processuale, in continuo sviluppo, malleabile, multilivello (non le google map) e ad attività di "augmentation" sempre in espansione e *open source*, alla taggatura con commento, e non solo con semplici note, ma con progetti, animazioni, video, discussioni di comunità e ora al internet geo-spaziale e *open source*, alla mappa come forma di pubblicazione, scrittura e database storico [...] La mappa è "ripulita", la sua funzione cambia, sboccia, da una dimensione piatta e scialba a una dimensione sempre in crescita, in espansione, in cambiamento e tuttavia sempre radicata. Questa è la chiave: non interpretarla solo come arte o solo come livello di dati. E' come prendere la scia di un jet o i temporali e scinderli in due poli, uno freddo, l'altro, anch'esso, freddo. Ma è quello spazio confuso nel mezzo che è vivo, che è pieno di possibilità e di crescita e di bellezza per quello che semplicemente è, e per quello che ognuno può vedere, provare, salvandolo dal disegnare una morte quieta non in qualche acqua, ma in un lento acquitrino di oblio, in cui il tempo filtra attraverso [...]».⁵⁴

⁵⁴ Intervista personale rilasciata da Jeremy Hight, luglio 2010

1.2. Annotare e aumentare: il luogo come interfaccia

«Mein Herr guardava esterrefatto dall'uno all'altra. "Non vi capisco," disse. "Mi ero perso e stavo consultando la mia mappa tascabile, e ho fatto cadere un guanto [...] Mein Herr sembrava così meravigliato che pensai bene di cambiare discorso. "Che cosa utile, una mappa tascabile! Osservai." È un'altra delle cose che abbiamo imparato dal vostro paese," disse Mein Herr; "stendere le mappe; ma noi siamo andati oltre. "Secondo lei quale sarebbe la massima scala utile per le mappe?» "Cento su mille, un centimetro per chilometro." "Solo un centimetro!" Esclamò Mein Herr. "L'abbiamo fatto subito, poi siamo arrivati a dieci metri per chilometro. Poi abbiamo provato cento metri per chilometro. E finalmente abbiamo avuto l'idea grandiosa! Abbiamo realizzato una mappa del paese alla scala di un chilometro per un chilometro!" "L'avete utilizzata?" "Non è stata ancora dispiegata," disse Mein Herr. I contadini hanno fatto obiezione. Hanno detto che avrebbe coperto tutta la campagna e offuscato la luce del sole. Così adesso usiamo la campagna vera e propria come mappa di se stessa e vi assicuro che funziona ottimamente».

Lewis Carroll (Sylvie e Bruno)

Esaminando le sperimentazioni locative degli artisti, Tuteris e Varnelis (2006) propongono una distinzione tra progetti annotativi e progetti di tracciamento. I progetti di annotazione cercano di «taggare virtualmente il mondo», aggiungendo conoscenza e dati allo spazio, incorporando informazione sociale, nei luoghi, per renderla disponibile a più persone. Tuteris e Varnelis riconducono questo approccio alla tecnica situazionista del *détournement* (Debord e Wolman 1956) alla strategia, cioè, di utilizzare in modo inaspettato e sovversivo oggetti comuni, spazi pubblici, patrimoni culturali appartenenti alla tradizione borghese, per far emergere significati alternativi e inconsueti, spesso di opposizione e critica rispetto a quelli comunemente a loro associati.

Come fa notare Farman (2012), i luoghi hanno sempre svolto una funzione di interfaccia e hanno sempre veicolato contenuti e informazioni, ben prima dell'avvento delle tecnologie digitali: segnali stradali, graffiti, cartelloni pubblicitari, insegne, manifesti utilizzano la città come spazio di scrittura e di informazione. Oggi, le tecnologie digitali e *location aware* stanno sviluppando nuovi modi di scrittura nella città e modalità inedite di accesso a suoi contenuti, utilizzando lo spazio e il paesaggio come una vera e propria interfaccia .

Tra i progetti annotativi possiamo raggruppare tutte le esperienze locative che cercano di far emergere significati e contenuti normalmente non visibili, ma potenzialmente presenti nei luoghi, utilizzando la tecnologia per taggare, scrivere, aggiungere informazione allo spazio.

Ciò può essere fatto in varie modalità: o prevalentemente *desktop*, attraverso attività di *geo-tagging* tradizionale (l'informazione viene associata ai luoghi per mezzo di etichette virtuali prodotte e consultabili in ambienti web accessibili attraverso l'uso di interfacce tradizionali); oppure direttamente in luogo (l'attività di annotazione e consultazione dell'informazione prevede una relazione diretta con il luogo fisico e

un'interazione con gli oggetti presenti in esso). In quest'ultimo caso lo spazio fisico diventa l'interfaccia principale che ci permette di interagire direttamente con i contenuti relativi all'ambiente che stiamo esplorando. Spesso modalità *desktop* e *mobile* sono integrate in progetti che prevedono più ambienti di interazione e più tipologie di interfacce: ad esempio, possiamo vedere ambienti web con mappa accessibili tradizionalmente da *desktop*, combinati con applicazioni *mobile* per smartphone, e con superfici di lettura/scrittura incorporate direttamente nello spazio fisico.

Inoltre, possiamo distinguere tra progetti annotativi che permettono agli utenti solo di accedere ai contenuti già incorporati nei luoghi; e progetti che invece permettono e invitano le persone ad aggiungere i propri, utilizzando la tecnologia (*desktop* e *mobile*) come strumento di scrittura nello spazio.

Incrociando queste due dimensioni di analisi, ricaviamo quattro modi con cui è possibile aggiungere informazioni ai luoghi, attraverso progetti locative annotativi:

1) Modalità desktop/autoriali: mapping and data visualization

E' la forma più tradizionale e statica di annotazione, che consiste generalmente nella visualizzazione di dati geo-referenziati attraverso l'uso di una mappa on-line come interfaccia. In questi casi, i contenuti già esistenti – o appositamente raccolti e sviluppati per il progetto – vengono geo-localizzati su una mappa attraverso varie modalità di *geo-tagging* e geo-referenziazione. I fruitori non hanno la possibilità di aggiungere propri contenuti, ma possono solitamente interagire con i contenuti presenti attraverso le funzionalità tipiche del web 2.0 (condivisone, commento, *rating*). La fruizione avviene tipicamente attraverso browser e interfacce web tradizionali. Un esempio di questo tipo è il progetto *Luoghi (comuni) d'Oltrepò* (cfr. capitolo 3 di questa sezione), in cui varie tipologie di contenuti (video interviste, suoni, immagini, testi, raccolti e prodotti in workshop con ragazzi adolescenti) sono stati geo-localizzati su una mappa web, al fine di creare una mappa di comunità. Oppure il progetto meta-cartografico *OldMapsOn-line*,⁵⁵ che geo-referenzia mappe storiche incorporandole in Google Maps e Google Earth e rendendole così esplorabili con le interfacce digitali contemporanee.

La modalità *desktop-autoriale* è utilizzata anche in progetti di servizio pubblico, in cui l'obiettivo principale è quello di fornire informazioni sui luoghi o valorizzare la dimensione spaziale nella visualizzazione dei dati di pubblico interesse.

2) Modalità desktop/UGC: collaborative mapping

Sempre più spesso i progetti includono la possibilità di arricchire i contenuti delle mappe on-line attraverso i contenuti prodotti dagli utenti. Queste esperienze di annotazione collaborativa possono essere genericamente definite con l'espressione di *collaborative mapping*, o *On-line Community Mapping*. Il *collaborative mapping* è

⁵⁵ Allegato 1 scheda 58

utilizzato in diverse tipologie di progetti locative. Ad esempio nei progetti di *Crowdsourcing*, finalizzati alla raccolta di informazioni di pubblica utilità, attraverso il coinvolgimento dei cittadini (si vedano *Fix MyStreet*,⁵⁶ *Decoro Urbano*⁵⁷, *e-part*⁵⁸ e *IrisVenezia*⁵⁹). Troviamo esperienze di mappe collaborative anche in progetti di coinvolgimento civico, come ad esempio in *ComunaliMilano2011*,⁶⁰ e in tutti quei progetti in cui l'obiettivo principale è creare rappresentazioni condivise dello spazio, attraverso la raccolta di prospettive multiple di lettura. Oltre ai progetti collaborativi appositamente ideati per raccogliere i contenuti delle persone relative ai luoghi, possiamo includere in questa categoria anche le diverse possibilità di visualizzazione degli UGC geo-referenziati prodotti dall'attività delle persone nei social network come Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, che, come abbiamo visto, hanno da alcuni anni sviluppato funzionalità *web location aware*.

3) Modalità *post-desktop autoriale: AAR (authorial augmented reality)*

La diffusione dei telefoni cellulari e degli smartphone ha incentivato la nascita di iniziative che prevedono la possibilità di fruizione di contenuti direttamente nei luoghi. La modalità *post-desktop* autoriale permette agli utenti di accedere a diversi tipi di contenuti (testi, video, immagini, suoni) in modalità *mobile*, spesso riuscendo a selezionare i contenuti sulla base della localizzazione dell'utente. Generalmente questo tipo di esperienze sono indicate con il termine ombrello di «*realtà aumentata*», indicando con questa etichetta diversi tipi di iniziative anche molto diverse tra di loro, che però non prevedono generalmente la possibilità, da parte degli utenti, di aggiungere propri contenuti a quelli già presenti.

Le esperienze di realtà aumentata possono utilizzare diversi espedienti tecnologici. Alcune esperienze utilizzano, ad esempio, i codici QR, oggi facilmente leggibili con un qualsiasi smartphone. La città di Amsterdam nel 2009 ha lanciato l'iniziativa "Esplora una diversa Amsterdam"⁶¹ per promuovere la visita delle zone meno conosciute e la conoscenza di fatti e storie segreti relativi alla città. Nell'ambito di questa iniziativa sono state posizionate, in prossimità dei luoghi e degli edifici di maggior interesse, 140 targhe informative che includono altrettanti codici QR. Utilizzando uno smartphone e l'applicazione *I Amsterdam*, i visitatori possono effettuare una scansione del codice QR che li rimanda a contenuti web, direttamente fruibili sul proprio smartphone, che propongono informazioni aggiuntive sul luogo, aneddoti, fatti poco conosciuti, foto e immagini storiche, immagini degli interni. Sfruttando il GPS, l'applicazione fornisce inoltre suggerimenti su altri luoghi da visitare nei pressi del posto in cui si trova il visitatore.

⁵⁶ Allegato 1 scheda 59

⁵⁷ Allegato 1 scheda 61

⁵⁸ Allegato 1 scheda 62

⁵⁹ Allegato 1 scheda 60

⁶⁰ Allegato 1 scheda 65

⁶¹ Allegato 1 scheda 4

Il codice QR è stato recentemente utilizzato in un modo assai innovativo in architettura, nella costruzione del *N Bulding* a Tokyo,⁶² un edificio le cui finestre sono costituite da enormi codici QR scansionabili dagli smartphone delle persone, che possono, semplicemente puntando il loro dispositivo *mobile* verso la facciata, accedere in tempo reale a una tipologia variegata di informazioni relative a ciò che avviene all'interno del palazzo. Ad esempio è possibile visualizzare i *tweet* delle persone al suo interno, o accedere a informazioni commerciali relative ai negozi che hanno sede nel palazzo.

La comparsa di software come Laya⁶³ ha reso relativamente più semplice lo sviluppo di progetti che puntano sulla strategia di aumentare lo spazio con contenuti digitali, utilizzando l'ambiente come interfaccia e, in ambito turistico e culturale, si stanno sempre più diffondendo applicazioni per smartphone o notepad che sfruttano la realtà aumentata. Il Museo di Londra, nel 2010, ha realizzato *StreetMuseum*⁶⁴ un'applicazione per smartphone che permette ai visitatori di Londra di visualizzare sui propri dispositivi mobili (smartphone Android, iPhone e iPad), in relazione al posto in cui si trovano, le fotografie storiche provenienti dalla collezione del Museo. Gli utenti possono inoltre accedere a informazioni e dati sull'immagine storica e sulla storia del luogo. In Italia, *Tuscany+*⁶⁵ è un'applicazione in realtà aumentata per iPhone che guida i turisti alla scoperta del territorio toscano. L'applicazione si presenta come «una guida interattiva in tempo reale» che «rende l'esperienza di un soggiorno nella Regione un viaggio indimenticabile, tanto nella cultura e nella tradizione, quanto nel virtuale e nel multimediale».

Uno dei filoni locative che ha maggiormente sfruttato la strategia dell'annotazione post-desktop autoriale è, infine, quello narrativo, del *place-based storytelling*, in particolare attraverso le *soundwalks*, che si concentra sulla possibilità di incorporare nei luoghi racconti e storie recuperate dalla letteratura, dalla memoria, dall'esperienza degli abitanti, rendendole accessibili alle persone. (Si veda capitolo 2 in questa sezione).

4) *Modalità post-desktop UGC: public and social authoring in the city*

Questo tipo di esperienze sono caratterizzate dalla possibilità di incorporare nei luoghi anche i contenuti prodotti dagli utenti (da semplici commenti e post a contenuti più articolati; da testi, a video, immagini e suoni), attivando innovative forme di annotazione collaborativa dei luoghi. I pionieri di queste esperienze sono, come si è visto, le sperimentazioni condotte negli anni Novanta da Jim Spohrer (si veda paragrafo 3.4 della sezione I). Il primo progetto che realizza davvero quanto anticipato dagli studi di Spohrer è *GeoNotes*,⁶⁶ sviluppato nel 2001 dall'Istituto Svedese di Computer Science. Attraverso l'utilizzo di tecnologie di posizionamento,

⁶² Allegato 1 scheda 8

⁶³ <http://www.layar.com/>

⁶⁴ Allegato 1 scheda 5

⁶⁵ Allegato 1 scheda 6

⁶⁶ Allegato 1 scheda 1

GeoNotes permetteva alle persone di lasciare post-it virtuali geo-referenziati nello spazio, che altri frequentatori potevano consultare quando si trovavano nelle vicinanze. Il sistema prevedeva anche funzionalità social, dando la possibilità di creare gruppi di amici con i quali filtrare i vari messaggi presenti nel sistema. Il sistema fu sviluppato, ma con il limite di utilizzare solo reti locali LAN e dunque di non potere essere sperimentato in luoghi pubblici.

Un altro tra i più citati progetti annotativi, che ha contribuito a fare la storia dei locative media, è *Urban Tapestries*,⁶⁷ ideato e sviluppato da Proboscis, in collaborazione con diversi partner scientifici e tecnologici (London School of Economics, Birkbeck College, Orange, HP Research labs, France Telecom R&D UK, Ordnance Survey), tra il 2002 e il 2004. *Urban Tapestries* è una piattaforma software per la mappatura e la condivisione della conoscenza relativa ai luoghi. Come lo stesso nome del progetto indica, il progetto cerca di sviluppare forme di *Public Authoring* - di scrittura pubblica - nella città, attraverso l'impiego di tecnologie *mobile* (cellulari, PDA), Internet e GIS che permettono alle persone di scrivere nel paesaggio, riportando in primo luogo la propria esperienza locale:

«Eravamo interessati a creare opportunità per un' 'antropologia di noi stessi', adottando e adattando le nuove tecnologie emergenti per creare e condividere esperienze e conoscenze comuni e quotidiane; costruendo memorie collettive che tengono traccia e arricchiscono differenti tipi di relazioni tra luoghi, memorie e comunità. Il software *Urban Tapestries* permette alle persone di costruire relazioni tra luoghi e di associare ad esso storie, informazioni, immagini, suoni e video».⁶⁸

Tra il 2004 e il 2006 la piattaforma viene utilizzata in diverse sperimentazioni a carattere sociale che coinvolgono scuole, comunità locali, cittadini, nella definizione collaborativa di significati e progettualità relativi ai loro spazi di vita, o per supportare azioni di attivazione e sensibilizzazione degli abitanti riguardo temi ambientali e sociali (*Social Tapestries*⁶⁹).

Ancora, nel 2008 al MIT, il laboratorio SENSEable City sviluppa *GEOBLOG*,⁷⁰ una piattaforma web-based per il geo-tagging e la condivisione di contenuti prodotti dalla comunità degli studenti del MIT campus. All'interno del campus, il sistema permette a chiunque di accedere all'informazione geo-tagata prodotta dagli studenti. *GEOBLOG* rileva la posizione dei dispositivi mobili degli utenti in modo estremamente accurato (pochi metri) sfruttando la connessione Wi-Fi (nel campus sono presenti più di 4000 punti di accesso Wi-Fi). Il progetto punta sull'attivazione del senso del luogo all'interno del campus e sulla promozione del MIT, attraverso la generazione di contenuto collaborativo nella forma del geo-tagging. Gli utenti possono esplorare lo

⁶⁷ Allegato 1 scheda 2

⁶⁸ <http://urbantapestries.net/>

⁶⁹ E' possibile trovare un elenco di impieghi della piattaforma all'indirizzo: <http://socialtapestries.net/projects/>

⁷⁰ Allegato 1 scheda 7

spazio del campus accedendo a un blog collaborativo aperto alle storie, all'espressione personale e alle memorie comuni, che valorizza sia l'unicità del sistema pervasivo delle tecnologie *wireless* dell'istituto, sia la sua preziosa cultura di collaborazione, comunicazione e socialità.

L'incorporazione sociale delle informazioni nello spazio fisico può avvenire anche attraverso modi più semplici e rudimentali. *Yellow Arrow*,⁷¹ ad esempio, dal 2004 sperimenta forme di «Massively Authored Artistic Publication» (MAAP) attraverso l'utilizzo di semplici adesivi gialli a forma di freccia, che le persone possono disseminare in determinati punti dello spazio fisico (la via preferita della città, una vecchia pompa anti incendio, uno sconosciuto bar locale). Ad ogni freccia gialla è abbinato un codice di identificazione unico. Mandando un SMS dal cellulare a quel numero-codice, o utilizzando la piattaforma web, le persone possono abbinare contenuti (brevi messaggi, citazioni poetiche, storie personali, inviti ludici a esplorazioni e usi particolari di quello spazio) al luogo o all'oggetto a cui si riferisce l'adesivo. Quando un'altra persona incontra una *Yellow Arrow*, può accedere ai contenuti associati a quel luogo inviando un SMS al numero sulla freccia e specificando il codice identificativo del luogo.

Yellow Arrow ha avuto un discreto successo: si contano 7535 frecce gialle disseminate in ogni parte del mondo (35 paesi e 467 città). Quando fu lanciato, nel 2004, venne riconosciuto come una delle prime esperienze che propone, su larga scala, l'utilizzo delle nuove tecnologie per attivare la costruzione di cartografie alternative della città, incentrate sull'esperienza intima, quotidiana ed effimera dello spazio. L'idea generale del progetto è «far vedere il mondo in un modo diverso», facendo emergere il carattere distintivo dei luoghi, che racchiudono sempre storie ed esperienze potenzialmente molto coinvolgenti, anche se poco conosciute: «il progetto è costruito attorno alla filosofia generale che ogni luogo è diverso e coinvolgente se visto da una prospettiva unica. *Yellow Arrow* permette ad ogni luogo di diventare un'attrazione». Nel 2008 la sperimentazione viene congelata e tutto il contenuto generato dai progetti *Yellow Arrow* archiviato in Flickr.⁷²

Secondo Farman (2012) attraverso esperienze di questo tipo, definite di *public authoring* è possibile lavorare in modo strategico sulla connessione tra spazi di scrittura privati e spazi di scrittura pubblici, favorendo la relazione tra dimensione individuale/privata e la dimensione collettiva/comunitaria. Una serie di esperienze operano in questo senso, utilizzando gli spazi pubblici della città (*urban screen*, ma anche facciate e muri degli edifici⁷³) per rendere pubblici i commenti e i contenuti personali degli abitanti: *Tender Secrets*,⁷⁴ ad esempio, proietta sulla facciate di un palazzo le storie segrete di vicinato raccontate dagli abitanti a una segreteria

⁷¹ Allegato 1 scheda 3

⁷² <http://www.flickr.com/photos/yellowarrow/>

⁷³ In particolare, per un'approfondita analisi degli schermi urbani, si veda: Verhoeff 2012

⁷⁴ Allegato 1 scheda 45

telefonica di quartiere; *TXtual Healing*,⁷⁵ e *Coding Poetry*⁷⁶ invitano le persone a condividere brevi messaggi di testo, inviati via mail o SMS, e li proiettano sulle facciate dei palazzi; *the Artvertiser*⁷⁷ utilizza la realtà aumentata (o «migliorata» come viene definita dal progetto), per sostituire la pubblicità negli spazi pubblici con immagini artistiche rielaborate dai partecipanti; e un recente lavoro australiano di ricerca ha sperimentato l'uso degli schermi urbani per visualizzare gli sms e i *tweet* provenienti dai cittadini (Schroeter 2012). Esperienze di questo tipo, secondo Farman, evidenziano bene come tecnologie, nate per supportare forme di comunicazione privata e di cui molti hanno messo soprattutto in evidenza gli effetti di sradicamento e isolamento nei fruitori, possano, invece, essere utilizzate come strumenti per creare connessioni con la dimensione pubblica, locale e di comunità.

1.3. Tracing: tracciare posizioni, spostamenti e flussi

La forma più semplice di carta geografica non è quella che ci appare oggi come la più naturale, cioè la mappa che rappresenta la superficie del suolo come vista da un occhio extraterrestre. Il primo bisogno di fissare sulla carta i luoghi è legato al viaggio: è il promemoria della successione delle tappe, il tracciato di un percorso. Si tratta dunque di un'immagine lineare, quale può darsi solo in un lungo rotolo.

Italo Calvino (Il viandante sulla mappa)

Mentre i progetti annotativi cercano di creare connessioni tra persone e luoghi producendo informazioni geo-referenziate e incorporando contenuti e conoscenza nello spazio, altre esperienze, adottando un approccio più fenomenologico, si concentrano sulla rilevazione e sulla visualizzazione dei dati relativi alle posizioni e agli spostamenti delle persone e degli oggetti.

Il tracciamento delle posizioni e degli spostamenti nello spazio è una strategia che viene attuata nelle esperienze locative con modalità e significati diversi, ma può essere generalmente ricondotta alla *dérive* situazionista (Debord 1958), la tattica che invita a esplorare lo spazio, perdendosi in esso, girovagando senza uno scopo immediato, alla ricerca dell'esperienza del luogo:

«le derive richiedono un comportamento ludico e costruttivo e la consapevolezza degli effetti psicogeografici, e sono dunque differenti dai concetti tradizionali di viaggio o passeggiata. In una deriva una o più persone per un certo periodo di tempo lasciano le loro relazioni il loro lavoro e tutte le loro usuali motivazioni per il movimento e l'azione, e si lasciano guidare dall'attrazione del terreno e dagli incontri che possono trovare in esso. (Debord 1958, trad. mia dall'inglese)

⁷⁵ Allegato 1 scheda 52

⁷⁶ Allegato 1 scheda 57

⁷⁷ Allegato 1 scheda 56

Questo tipo di approccio, che ricorda per certi versi il girovagare senza meta del *flâneur* di Benjamin, utilizza le tecnologie *location aware* per promuovere l'esplorazione e l'esperienza diretta dello spazio, l'uso e l'appropriazione dei luoghi attraverso azioni che implicano la presenza e l'attività fisica. È un tentativo di utilizzare le tecnologie e i network per incarnare la nostra esperienza nei luoghi: «Nell'adottare la tattica del *mapping-while-wandering* tipica della deriva, i locative media basati sul tracciamento suggeriscono che ci possiamo re-incarnare nel mondo, sfuggendo dal senso prevalente che la nostra esperienza del luogo sia ormai destinata a scomparire nella società del capitalismo avanzato». (Tuters e Varnelis 2006)

Uno dei primi progetti che dà il senso di questo approccio è *.walk*,⁷⁸ presentato al Tarnsmiediale Festival di Berlino nel 2004 e premiato con una menzione nella sezione "Software Award". Il progetto invitava i partecipanti ad abbandonare la sala dell'esposizione per esplorare la città seguendo i percorsi che un software generava casualmente. Secondo gli autori del progetto, queste passeggiate basate su algoritmi incarnavano perfettamente il senso della deriva e della psicografia situazionista, che viene considerata come lo strumento più adatto per ricostruire significati, utilizzando le informazioni sparse in quel caotico database di culture che è la città: «Se la città è un database della cultura umana nelle diverse epoche, allora la psicografia generativa è la ricerca migliore per connettere fatti disconnessi in un dataset logico».⁷⁹ Le derive basate sugli algoritmi proposte da *.walk* sono il primo passo verso un «computer pedestre» nel quale far girare (o meglio: far passeggiare)⁸⁰ i programmi sulla superficie della città. Questo passaggio rappresenta per i progettisti un processo di incarnazione nel senso inteso da Dourish (2001): «la psicografia generativa che si basa su algoritmi come strumenti per esplorare la città traduce le idee dalla *computer science* al mondo reale. La successiva sfida logica era incominciare a utilizzare il potere latente di questi algoritmi in uno schema molto più complesso: la costruzione di un UPC (Universal Psychogeographical Computer) [...]».⁸¹

Secondo Tuters e Varnelis il successo che ebbe questo semplice programma al Festival dà il segno di un cambiamento più vasto che interessava in quegli anni il mondo della media art, che, attraverso i locative media, stava abbandonando i confini dello schermo e del *desktop* per entrare nello spazio fisico della città.

In effetti, ancora prima che i dispositivi mobili *location aware* diventassero di uso comune con il diffondersi degli smartphone, gli artisti locative sperimentavano l'utilizzo di apparecchiature GPS per tracciare e mappare i movimenti delle persone nello spazio. Tra gli esempi più citati ci sono i lavori di Jeremy Wood,⁸² artista e cartografo «la cui opera è un'espressione della poetica e della politica dello spazio». Wood utilizza il GPS per disegnare su ogni superficie (acqua, terra, aria), i suoi movimenti quotidiani, registrati con rilevatori GPS che gli permettono di costruire

⁷⁸ Allegato 1 scheda 9

⁷⁹ <http://www.medienkunstnetz.de/works/dot-walk/>

⁸⁰ In inglese: on which the software is run (or rather walked)

⁸¹ <http://archive.transmediale.de/04/page/detail/detail.0.projects.41.html>

⁸² Allegato 1 scheda12

“cartografie personali”: «svelando i nostri percorsi, la tecnologia può offrirci nuovi approcci al viaggio, alla navigazione e alla consapevolezza del luogo». ⁸³

Anche le opere di Teri Rueb ⁸⁴ vanno in questa direzione: da *The Choreography of Everyday Movement*, ⁸⁵ che utilizza il GPS per rendere visibili i movimenti delle persone nell’ambiente urbano, rivelando il loro carattere poetico, politico e sociale; a *The Drift*, ⁸⁶ che «abbraccia il flusso del vagabondare, il piacere del disorientamento e l’imprevedibilità giocosa della deriva relativa al movimento e agli spostamenti»; a *Itinerant*, ⁸⁷ una delle prime passeggiate sonore, ambientata in un quartiere di Boston che, ispirandosi al Frankenstein di Mery Shelley, invita le persone a riflettere sulle «nostra società, satura di tecnologia e intensamente mobile» e sui temi dell’identità, del luogo e dello sradicamento». ⁸⁸ Anche in questo caso, la diffusione degli smartphone apre possibilità interessanti ai progetti locative ispirati alla deriva situazionista: *Urban Remix*, ⁸⁹ ad esempio, è un progetto che ha sviluppato un’applicazione per iPhone e Android che permette di catturare, suoni, immagini e video nella città e di geo-referenziarli direttamente in loco. Il progetto si appoggia su un sito web con una mappa che permette di accedere in modalità *desktop* ai contenuti raccolti durante le esplorazioni e di remixarli con quelli degli altri utenti.

Molti di questi progetti ispirati alla deriva situazionista hanno la finalità di rappresentare lo spazio a partire dai percorsi dei suoi utilizzatori. L’ispirazione, in questo caso, viene sia dal lavoro sulle mappe mentali di Kevin Lynch (1960), sia dalle prime sperimentazioni sul tracciamento dei flussi urbani condotte dal sociologo Paul-Henry Chombart de Lauwe, che nel 1957 disegna una mappa della città di Parigi tracciando per un anno gli spostamenti urbani di una studentessa che viveva nel XVI arrondissement (*Trajets pendant un an d’une jeune fille du XVIe arrondissement*). ⁹⁰

⁸³ <http://www.jeremywood.net/>

⁸⁴ Allegato 1 scheda 13

⁸⁵ Allegato 1 scheda 16

⁸⁶ Allegato 1 scheda 15

⁸⁷ Allegato 1 scheda 14

⁸⁸ <http://www.turbulence.org/Works/itinerant/index.htm>

⁸⁹ Allegato 1 scheda 11

⁹⁰ <http://rhizome.org/artbase/artwork/52607/>

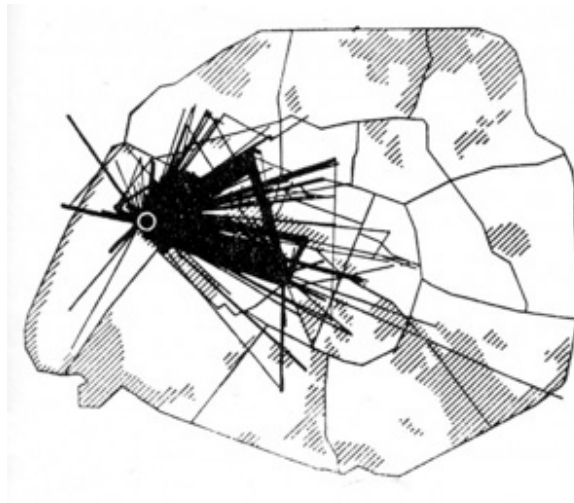


Figura 22 Trajects pendant un an d'une jeune fille du XVIe arrondissement

In questa direzione vanno, ad esempio, i lavori Christian Nold,⁹¹ in particolare *Crowd Compiler*⁹², un software che processa immagini di folle negli spazi pubblici, per evidenziare il movimento e il cambiamento nel tempo dell'insieme di più individui radunati in un unico spazio; o *Biomapping*,⁹³ che produce mappe collaborative ed emotive dello spazio, risultanti dal tracciamento delle emozioni provate dai partecipanti nelle loro esplorazioni della città. In questo progetto, realizzato in diverse città del mondo (San Francisco, Parigi, Greenwich, Stockport) i partecipanti sono invitati a camminare nello spazio urbano, indossando un sensore GSR (*Galvanic Skeen Response*), simile a quelli utilizzati dai poligrafi, che durante la camminata misura il livello di conduzione elettrica della pelle (un indicatore dell'eccitazione emotiva del soggetto). I partecipanti indossano anche un dispositivo GPS che rende possibile geo-referenziare i dati relativi ai livelli emozionali e di un'applicazione che permette di annotare la propria posizione geografica e alcuni brevi commenti testuali. Durante la camminata, lo stress emotivo di ogni parte è visualizzato su una mappa che riporta in tempo reale i percorsi di ogni partecipante e i relativi livelli emotivi per ogni luogo visitato.

Amsterdam Real Time,⁹⁴ ideato nel 2002 da Waag Society e Esther Polak e spesso citato come uno dei primi esempi di cartografia collaborativa, è un altro esempio di progetto locative che tenta di rappresentare lo spazio attraverso le esperienze e gli spostamenti dei suoi utilizzatori. Presentato con un'installazione alla mostra *Amsterdam 1866-2000*, *Amsterdam Real Time* realizza una mappa GIS della città di Amsterdam, elaborata tracciando gli itinerari giornalieri nello spazio urbano di

⁹¹ Allegato 1 scheda 18

⁹² Allegato 1 scheda 20

⁹³ Allegato 1 scheda 19

⁹⁴ Allegato 1 scheda 17

sessanta volontari, registrati per alcuni mesi. Gli itinerari sono integrati in un'unica visualizzazione, che crea la mappa della città, con l'evidenza delle zone maggiormente frequentate. Il progetto mette così chiaramente in evidenza come, attraverso le nuove tecnologie, la mappa possa diventare uno strumento di rappresentazione dello spazio dinamico e partecipativo, un processo che si costruisce con la collaborazione, il contributo e l'esperienza reale delle persone che vivono lo spazio fisico della città in relazione alle loro diverse mappe mentali: «ogni abitante di Amsterdam possiede nella sua testa una mappa invisibile della città. Il modo con cui si muove e le scelte che fa in questo processo sono determinate dalle sue mappe mentali. *Amsterdam RealTime* cerca di visualizzare queste mappe mentali attraverso l'analisi dei comportamenti di mobilità dei *city user*». ⁹⁵

Questo filone di interventi si è evoluto negli ultimi anni in progetti di ricerca e applicazioni sempre più sofisticate di *data visualization*. Se fino a qualche tempo fa, i progetti degli artisti locali mappavano gli spostamenti attraverso la produzione ad hoc di dati geo-referenziati per mezzo di dispositivi GPS – a volte rudimentali –, oggi è possibile accedere a una quantità sterminata di dati già geo-referenziati, prodotti dall'uso quotidiano e sempre più diffuso degli strumenti informatici in rete, dei telefoni mobili, degli smartphone, dei notepad e delle varie applicazioni *location aware*. Il programma *Network and Society*, sviluppato dal laboratorio di ricerca SENSEable City del MIT, lavora da anni sul tracciamento e sulla visualizzazione dei flussi che interessano le città, utilizzando i dati prodotti dalle nostre attività digitali per analizzare le connessioni tra mobilità fisica, network sociali e spazi urbani:

«negli ultimi dieci anni, lo sviluppo dei network e delle attività digitali ha prodotto una quantità di informazione senza precedenti. I dispositivi elettronici portabili, gli strumenti di localizzazione, i network delle telecomunicazioni, e un vasto assortimento di *tag* e sensori producono continuamente un ricco flusso di dati che riflettono i vari aspetti della vita urbana. Questo costante flusso di 0 e 1 ci permette nuove opportunità di ricerca. Attraverso le chiamate telefoniche possiamo osservare le città effettuare audaci strette di mano durante le ore lavorative, e poi diventare introversa durante le ore serali. Con gli SMS possiamo catturare le folle mentre gioiscono e condividono picchi di emozioni durante gli eventi speciali. Queste tracce digitali ci rivelano anche l'attrattiva magnetica dei punti caldi delle città costiere e la pesantezza del pendolarismo coatto». ⁹⁶

Il SENSEable City Lab lavora sulla visualizzazione dei ritmi e dei flussi urbani esattamente nell'ottica suggerita da Thrift e Amin (2001), tenendo cioè in conto non solo della dimensione umana, materiale e soggettiva dell'esperienza urbana, ma anche la complessità post-umana che oggi la caratterizza. Se un tempo poteva

⁹⁵ <http://realtime.waag.org/>

⁹⁶ <http://senseable.mit.edu/network/> Network and Society:

bastare l'esperienza romantica e soggettiva che *flâneur* e psicogeografici avevano della città, ora il loro sguardo umano forse non è più sufficiente per cogliere e interpretare le molteplici connessioni - materiali e immateriali - locali e globali che caratterizzano la città nell'era dei network digitali e della globalizzazione:

«La poetica del sapere del *flâneur* non è sufficiente: la transattività della città deve essere colta con altri mezzi. In alcuni casi questi possono attingere a tecnologie del sapere ormai divenute routinarie, come guide storiche e fotografie che registrano i cambiamenti avvenuti nel corso del tempo, immaginazioni che illustrano la città in movimento (per esempio sequenze video riprese da un aereo) e libri e film che mostrano e connessioni globali della città (racconti di culture della diaspora o una catena alimentare globale della città). Abbiamo compiuto molti progressi nello sviluppo di strumenti che sono a un passo dalla strada e che non dipendono più solo dall'intuito e dalla capacità del *flâneur* ben informato». (Thrift e Amin 2001, trad. it. p. 36)

I progetti del SENSEable City Lab ci mostrano l'impiego di alcuni di questi strumenti per interpretare la nuova realtà delle nostre città, quando le tracce da visualizzare non sono solo quelle di attori umani, ma anche di attori non umani - come scrivono Amin e Thrift (2001): «pendolari, persone impegnate a fare acquisti, turisti, bambini, senz'altro, ma anche fogne e volpi» - e quando le connessioni da trovare non sono solo quelle visibili, ma anche quelle immateriali dei flussi di comunicazione.

Il progetto *The Connected States of America*⁹⁷ mappa i network di interazione telefonica nelle diverse località degli Stati Uniti, attraverso i dati relativi alle telefonate effettuate e agli SMS inviati dai cittadini. Si scopre in questo modo, ad esempio, che i flussi delle conversazioni telefoniche stanno ridisegnando nuovi confini di appartenenza per le comunità locali, che non sempre coincidono con quelli amministrativi tradizionali.⁹⁸ *Live Singapore!*⁹⁹ mappa in tempo reale i dati provenienti dal vasto sistema costituito dai dispositivi di comunicazione, dai micro controllori e dai micro-sensori che troviamo comunemente nel nostro paesaggio urbano, costruendo mappe multidimensionali di Singapore.

Progetti simili sono stati sviluppati in altre città: *New York Talk Exchange*,¹⁰⁰ visualizza in tempo reale i flussi di comunicazione tra le varie zone della città e le altre zone del globo, basandosi su i dati ricavati dalle comunicazioni telefoniche e ICT; a Washington, con *Obama One People*¹⁰¹ è stata visualizzata l'attività dei telefoni

⁹⁷ Allegato 1 scheda 21

⁹⁸ Ad esempio lo stato del New Jersey e quello della California sono nettamente divisi in due aree di comunicazione separate, a causa della presenza di due grandi metropoli nel territorio, a cui corrispondono nettamente due diverse comunità; al contrario, stati politicamente separati come l'Alabama e la Georgia, sono invece riuniti, sotto il profilo dei flussi di comunicazione telefonica, in un'unica grande comunità: <http://senseable.mit.edu/csa/visuals.html>

⁹⁹ Allegato 1 scheda 22

¹⁰⁰ Allegato 1 scheda 24

¹⁰¹ Allegato 1 scheda 23

cellulari e i flussi di comunicazione telefonica che hanno interessato la città in occasione dei festeggiamenti per il centesimo giorno del mandato del presidente Obama; a Roma, con *Real Time Roma*,¹⁰² sono state generate mappe dinamiche della città utilizzando i dati provenienti dai telefoni cellulari e dai servizi pubblici (taxi, autobus e tram); esperienze simili vengono fatte a Graz, nel 2005, e al campus MIT a Boston.¹⁰³

La complessità urbana a cui si riferiscono Amin e Thrift (2001) ci spinge oggi a tracciare il movimento e i percorsi di soggetti anche non umani. A questo riguardo, uno dei progetti pionieri è *Milk*¹⁰⁴ sviluppato nel 2003 da un gruppo di artisti (Esther Polak, Leva Auzina e dal RIXC – Riga Center for New Media Culture) e considerato tra i più famosi progetti di *locative art*. Attraverso l'utilizzo di tecnologie GPS, *Milk* mappa il tragitto percorso dal latte prodotto da alcune fattorie della Lettonia, che, dopo essere stato trasformato, in formaggio viene trasportato in Olanda per la stagionatura e poi al mercato di Utrecht per essere venduto. La mappa di Milk «segue il latte dalla mammella della mucca al piatto del consumatore, attraverso le persone coinvolte».¹⁰⁵ Tutte le persone coinvolte nella filiera di produzione e vendita (agricoltori, produttori di formaggio, venditori) sono state infatti dotate di un dispositivo GPS che ha registrato i loro movimenti. Il progetto ha realizzato delle installazioni che, oltre a visualizzare su una mappa gli spostamenti del latte e del formaggio, visualizzano le relazioni dei partecipanti durante il percorso, la loro personale relazione con il paesaggio e l'attività di cui sono i custodi.

Altri progetti di questo tipo sono quelli sviluppati più recentemente dal SENSEable City Lab: *Trash Track*,¹⁰⁶ *Forage Tracking*.¹⁰⁷

¹⁰² Allegato 1 scheda 25

¹⁰³ Allegato 1 scheda 26

¹⁰⁴ Allegato 1 scheda 29

¹⁰⁵ <http://milkproject.net/prese/press9.html>

¹⁰⁶ Allegato 1 scheda 28

¹⁰⁷ Allegato 1 scheda 27

2. PLACE BASED STORYTELLING: LE STORIE DEI LUOGHI, LE STORIE NEI LUOGHI

La carta geografica, insomma, anche se statica, presuppone un'idea narrativa, è concepita in funzione di un itinerario, è Odissea.

Italo Calvino (Il viandante sulla mappa)

Place-based storytelling, site-spcifed storytelling, situated narrative, sono diverse espressioni che stanno emergendo nel panorama dei media digitali per indicare pratiche narrative, realizzate in ambiente digitale, che hanno come riferimento lo spazio fisico, i luoghi e i paesaggi.

La narrazione di storie legate ai luoghi è forse una delle più antiche attività umane (si pensi all'Odissea di Omero) e la narrazione come attività intrinsecamente legata allo spazio e alla spazialità è uno degli argomenti più suggestivi affrontato dalla semiotica (Cavicchioli 2002; Marrone e Pezzini 2008), dalle scienze dei media e dalla sociologia della letteratura (Ilardi 2005).

In generale le storie sono quasi sempre legate ai luoghi, poiché le vicende sono sempre ambientate da qualche parte, così come l'attività di leggere è sempre situata in qualche luogo. Qui mi concentrerò però in modo particolare in progetti narrativi appositamente pensati per sottolineare o sviluppare forme di relazioni significanti tra i luoghi, le persone e le comunità, tralasciando le esperienze che utilizzano lo spazio fisico semplicemente come set di ambientazione per una vicenda narrativa.

2.1 Un'identità narrativa per i luoghi e le comunità

Il ruolo della narrazione nei processi di costituzione dell'identità personale e delle comunità è stato messo in luce in molte discipline. In particolare Somers riconosce come le «narrazioni ontologiche» - le storie utilizzate dalle persone per dar senso alla propria vita - e le «narrazioni pubbliche» - le storie familiari, o quelle che accomunano popoli e nazioni - abbiano un ruolo attivo determinante nel produrre significati e rappresentazioni con cui i singoli attori possono, individualmente e collettivamente, identificarsi.

Secondo di Fraia (2004), la proposta di concepire l'identità come un processo narrativo accomuna i contributi emersi dalla metà degli anni Ottanta da parte di alcuni autori (MacIntyre, Gergen, Ricoeur, Giddens, Thompson) che affrontano il problema del soggetto e dell'identità, cercando di trovare soluzioni teoriche praticabili per contrastare la «difficoltà interpretativa» e «il malessere di fondo» che caratterizzano le concezioni postmoderne del sé multiplo, flessibile, frammentato.

Secondo la proposta di questi autori, le persone danno coerenza e significato alla propria vita e alla propria identità attraverso il pensiero narrativo: l'identità si configura come un racconto che il soggetto fa a se stesso, e in cui egli stesso è il protagonista, in grado di raccordare il presente, il passato, e il futuro. In questo

processo, il Sé non è dunque il prodotto né di meccanismi esterni ingovernabili, né di qualche proprietà essenziale che lo definirebbe ontologicamente, ma, come osserva Thompson, diviene un processo più creativo e attivo, «un progetto simbolico che l'individuo costruisce attivamente sulla base dei materiali simbolici a sua disposizione. Materiali che l'individuo ordina in un racconto coerente a proposito di chi egli sia – un racconto sulla sua identità». (Thompson 1995 p. 293 trad. it.)

Tra i materiali che il soggetto utilizza per costruire narrativamente la sua identità, ci sono anche i luoghi e le rappresentazioni che la geografia ne dà. Turco (2003) ha messo in evidenza come l'identità narrativa incorpora, oltre alle «condizioni sociali» del soggetto, anche le «condizioni geografiche». Secondo Turco, il territorio partecipa al racconto dell'identità, a diversi livelli:

- in primo luogo su scala micro, nella costituzione dell'identità individuale, dove la geografia è incorporata come "luogo", a partire dalla relazione fondamentale tra il corpo, come primo ambito di collocazione dell'individuo, e l'ambiente esterno;
- in secondo luogo, su scala macro, nei processi che portano alla configurazione delle identità dei soggetti come attori sociali e delle identità collettive, dove la geografia è incorporata principalmente come "sociotopia" e dove il territorio entra come parte di una narrazione comune, non più individuale, ma condivisa da una collettività: la sociotopia è «il territorio nel quale il soggetto si esprime pubblicamente come appartenente a una collettività, e in quanto tale consapevole di partecipare all'elaborazione e alla realizzazione di un disegno comune» (Turco 2003, p. 25).

Quest'ultimo livello riguarda, come si intuisce, la costruzione dell'identità delle comunità, che si dispiega a partire da narrazioni collettive nella cui trama rientra il territorio geografico, sia attraverso la rievocazione del passato, con i luoghi della memoria («qui con più pregnanza che altrove la storia si condensa in geografia e alimenta la sensibilità, l'affetto, la passione degli uomini»); sia nell'anticipazione del futuro (il territorio come progetto, nella pratica politica, religiosa ma anche scientifica); sia nell'azione presente (il territorio come spazio delle pratiche relazionali in cui il soggetto acquisisce una vera e propria «competenza topica»).

La sociotopia di cui ci parla Turco è uno spazio di dialogo, di partecipazione collettiva, di confronto, di negoziazione di valori, linguaggi e codici interpretativi; è uno spazio di valori comuni, sempre messi alla prova e dialogicamente definiti e ridefiniti. È anche lo spazio dell'esperienza, del vissuto, del ricordo, in cui le esperienze personali e individuali si possono collegare a una lettura e a una rappresentazione collettiva: «l'identità soggettiva si fa collettiva perché il suo racconto diventa meta racconto: la mia storia, che si rispecchia in quella degli altri, viene osservata, viene interpretata» (Turco 2003, p. 24). L'identità di una comunità viene così definita dalla

partecipazione a un racconto comune, in grado di mettere in campo dei valori che si esprimono nell'azione progettuale in uno spazio fisico comune, nei luoghi.

Intesa come progettuale e narrativa, l'identità ha sempre un carattere temporaneo ed effimero: quest'ordine provvisorio e locale si presenta come l'unica via sostenibile per ripensare le comunità e le identità nella contemporaneità, una volta messa da parte la fiducia nelle grandi narrazioni della modernità (Lyotard, 1979). Si tratta di un ordine transitorio, mutevole, organizzato su obiettivi pragmatici e concreti, che può reggere e fare da collante all'agire della collettività, proprio perché è pensato nella dimensione incarnata, concreta, locale. È un ordine che fonda identità comunitarie alleggerite, basate sulla condivisione momentanea di progetti, interessi e obiettivi comuni e non sull'idea di appartenenza mitica ed esclusiva a un passato comune.

Come vedremo nei paragrafi seguenti, i locative media sono spesso utilizzati con la finalità di produrre narrazioni in grado di far nascere connessioni tra i luoghi e gli individui all'interno delle comunità, creando qualcosa di molto simile alle sociotopie a cui si riferisce Turco. Narrazioni in cui i significati dei luoghi e le relazioni individuali che le persone hanno con essi vengono condivisi e interpretati in una prospettiva collettiva e pubblica, divenendo possibili collanti per l'identità progettuale delle comunità.

2.2 Raccontare con il resto del mondo

Una delle funzioni maggiormente riconosciuta nelle narrazioni locative, fin dalle prime esperienze artistiche degli anni 2000, è quella di evocare i significati latenti dei luoghi. Gran parte dei progetti narrativi *locative based* hanno la finalità di mettere in luce non quello che i luoghi sono normalmente, ma quello che potrebbero diventare, o quello che sono stati, o quello che sono, ma solo per qualcuno. I progetti locative costruiscono storie che narrano l'"altro" luogo: come tutti i racconti dei luoghi e come osserva de Certeau (1990) sono «dei bricolage. Sono fatti con i resti del mondo» (de Certeau 1990, p. 163 trad. it.).

Questo «resto del mondo» prende diverse forme: il passato, il misterioso, il segreto, lo sconosciuto, l'insolito, l'invisibile. Il richiamo in negativo del luogo serve generalmente come strategia per attivare quei sensi che non sono usualmente praticati e quindi per riprogrammare gli spazi secondo nuovi progetti:

«Sono molto affascinata dal modo in cui lo spazio, nonostante sia stato così programmato per certi scopi e usi possa essere ri-programmato per altre cose [...] e una delle cose che riesce a fare ciò particolarmente bene è la narrazione. La narrazione è una forma che cambia gli spazi pubblici grazie alla sua capacità di inscrivere. Così, per esempio, pensate a un angolo in un isolato... sapete che è solo un'intersezione di strade, dove è possibile attraversare la strada da un lato all'altro... ma un racconto può cambiare quello spazio, può aggiungervi un livello, con un altro tipo di scopo, un altro

tipo di significato che semplicemente incrementa quello spazio fornendogli una forma e un corpo che sono differenti dalla semplice sua struttura fisica, differenti».¹⁰⁸

Una delle dimensioni più visitate dai racconti locative è sicuramente quella del passato e della memoria del luogo, da riscoprire attraverso operazioni di vera e propria «archeologia narrativa», la pratica ideata da Jeremy Hight, artista e teorico locative, che lavora sull'aumentare gli spazi fisici rendendo disponibili in essi racconti legati al loro passato, principalmente attraverso modalità annotative che permettono di lavorare su uno spazio multi-livello, rendendo i luoghi vivi perché in grado di raccontare essi stessi le loro storie:

«Il più grande sviluppo fu utilizzare la tecnologia per collocare i fatti perduti di un luogo nel tempo presente. Era come utilizzare per la prima volta un microscopio ed emozionarsi per la sua capacità di vedere i piccoli dettagli di quello che hai messo sul vetrino percependo un cambiamento insolito [...] non si tratta semplicemente di aggiungere narrazioni e dati come livelli aumentando lo spazio fisico, ma, in modo più importante, permettere a ciò che è lì di 'parlare' di tutti i livelli che esistono in un singolo luogo, di tutta la sua densità informativa [...] Le applicazioni avevano grandi potenzialità. La storia poteva essere insegnata nei luoghi dove era accaduta, o in simulazioni negli spazi aperti invece che in classe. Gli edifici abbandonati, le persone, gli eventi, le ere e le informazioni sui luoghi potevano essere inserite nell'interfaccia sperimentale del camminare e dell'osservare [...]. Chiamai questo 'Archeologia narrativa' perché è un'operazione simile a scavare alla ricerca degli oggetti fisici nell'archeologia, ma riguarda, in questo caso, estrarre i livelli con la ricerca e poi farli ritrovare dalla persona durante la sua camminata con dispositivi locative e audio».
(Hight 2001)

24 North 118 west,¹⁰⁹ realizzato nel 2002 da Jeff Knowlton, Naomi Spellman, Brandon Stow e Jeremy Hight, è uno dei primi progetti di narrativa locative. Ambientato nel Freight Depot, una zona di Los Angeles in cui è situato un vecchio deposito ferroviario dismesso, il progetto utilizzava la rudimentale strumentazione di allora: computer portatili dotati di dispositivi GPS, cuffie e un'interfaccia che localizzava l'utente su una mappa storica del quartiere. Il GPS permetteva di tracciare la posizione dell'utente, che, in prossimità di punti particolari del suo percorso nella zona dell'ex deposito, poteva ascoltare racconti audio sulla storia dell'industria ferroviaria, relativi al luogo in cui si trovava:

«Immaginate di vagabondare per lo spazio abitato in compagnia di fantasmi audio di un'altra era. Come l'etere, l'aria attorno a voi pulsa di spiriti, voci e suoni. Le strade, i

¹⁰⁸ Intervista personale rilasciata da Paula Levine, luglio 2010

¹⁰⁹ Allegato 1 scheda 30

palazzi e i piccoli frammenti nascosti raccontano una storia. Il luogo è il Freight Depot, a Los Angeles. All'inizio del secolo le ferrovie erano sinonimo di potere, velocità e modernità. I telegrafi e le ferrovie sono state le prime infrastrutture del Paese, prima di Internet. Dalla storia e dal mito della ferrovia ai giorni nostri, suoni e voci vi avvolgono mentre camminate». ¹¹⁰

In 24 North 118 west la narrazione serve a riportare in vita un mondo passato, fatto di uomini, e donne, lavoratori e lavoratrici, delle loro famiglie e delle loro vite nella ferrovia, narrata, in modo molto suggestivo e spesso con toni macabri, nei racconti audio localizzati, scritti appositamente per il progetto da Hight. La sensazione che si vuole creare è quella di un vagabondare in un mondo a più dimensioni in cui, grazie alla voce di questi fantasmi, l'utente possa fare esperienza contemporaneamente sia dello spazio di oggi, il deposito dismesso, sia della dura vita che si faceva in quello stesso luogo quando le Ferrovie erano un settore trainante nell'economia della città.

Lavorano sul passato e sulla memoria dei luoghi anche progetti come *Jena Walk*, ¹¹¹ che, sempre attraverso la narrazione audio, fa rivivere agli ascoltatori la storia passata del territorio di Jena, il luogo della storica battaglia tra Napoleone e i Prussiani; o alcune passeggiate sonore di Soundwalk, ¹¹² come *The Ground Zero Sonic Memorial*, ¹¹³ che commemora la vita e la storia del World Trade Center e del suo quartiere; o *Block of time: O'Farrell Street*, ¹¹⁴ nel quale i passanti per il quartiere Tenderloine di San Francisco possono ascoltare racconti telefonici ispirati alle memorie di Harriet Lane, scrittrice vissuta in quei luoghi a inizio secolo, che narrano la vita passata degli angoli, delle vie, dei singoli palazzi.

Il remoto del luogo viene richiamato non solo attraverso il passato, ma anche con l'evocazione degli aspetti più insoliti, misteriosi e segreti collegabili ad esso. Così avviene, ad esempio, in *Walking Cinema, Murder on Beacon Hill*, ¹¹⁵ una narrazione video geo-localizzata che utilizza un'applicazione iPhone per far rivivere la storia di un fatto di cronaca nera avvenuto nel 1846 a Boston; o *Tender Secrets*, ¹¹⁶ un'installazione nel quartiere Tenderloine di San Francisco, che invita gli abitanti e i passanti a raccontare i segreti di vicinato a una segreteria telefonica; oppure *Her Long Black Hair* ¹¹⁷ la camminata audio di Janet Cardiff, che guida l'ascoltatore all'esplorazione di Central Park, inseguendo le tracce di una donna misteriosa e della sua storia; o, infine, *Fixing Point*, ¹¹⁸ una narrazione audio ambientata nei boschi nei

¹¹⁰ <http://34n118w.net/34N/>

¹¹¹ Allegato 1 scheda 32

¹¹² Allegato 1 scheda 34

¹¹³ Allegato 1 scheda 35

¹¹⁴ Allegato 1 scheda 33

¹¹⁵ Allegato 1 scheda 46

¹¹⁶ Allegato 1 scheda 45

¹¹⁷ Allegato 1 scheda 31

¹¹⁸ Allegato 1 scheda 39

dintorni di Suffolk che rievoca la storia di Seamus Ruddy, ucciso dall'IRA nel 1985 e il cui corpo non fu mai ritrovato.

Anche molte delle *soundwalk* più suggestive pensate in chiave turistica giocano sulla dimensione del mistero e del segreto intimo dei luoghi, presentandosi come strumenti in grado di guidare gli utenti nell'esplorazione di dimensioni nascoste sotto l'apparente normalità del luogo. Si veda, ad esempio, la *soundwalk Little Italy*,¹¹⁹ in cui la voce dell'attore Vinny Viella, invita le persone a «fare attenzione ai retrobottega, ai personaggi, all'anima di un quartiere di New York sull'orlo della scomparsa» promettendo un «viaggio urbano nella Little Italy di New York che ci porta nei punti più intimi e intriganti del quartiere che nessun turista vedrebbe mai. Per i Newyorkesi curiosi e visitatori annoiati, questo è il modo migliore per sentire, conoscere e capire Little Italy».

Il tema del remoto può, infine, essere declinato attraverso le narrazioni che le persone comuni fanno dei luoghi. Attraverso i loro racconti quotidiani, umili e banali è possibile far emergere significati insoliti, diversi e normalmente non inclusi nelle narrazioni dominanti.

I racconti che le persone fanno dei luoghi – sia i racconti collettivi tramandati da una cultura, sia i racconti personali, quotidiani e privati – permettono così ai progetti dei luoghi di aprirsi al cambiamento. Le narrazioni personali dei luoghi, come vere e proprie «pratiche ideatrici di spazio» (de Certeau 1990, p. 163 trad. it.), evocano e danno forma a quell'altrove sempre sfuggente del luogo (lo spazio virtuale, lo spazio possibile), ai suoi molteplici livelli semantici, normalmente non visibili: «i racconti quotidiani narrano ciò che, malgrado tutto, si può fabbricare e costruire con una geografia prestabilita [...]». (de Certeau 1990, p. 163 ed. it.)

Le storie raccontate nelle narrazioni locative sono, infatti, storie intime e private che cercando di ridare il senso di quello che i luoghi erano un tempo, o a quello che potrebbero divenire in futuro. Lavorano su questa strada iniziative come *The Greatest Neighborhood This Side of Heaven*,¹²⁰ un progetto di narrazione urbana che utilizza video geo-localizzati e podcast per raccontare, attraverso la voce dei suoi ex-abitanti, la storia di un quartiere di Boston in cui, alla fine degli anni Cinquanta, 1200 residenti furono costretti ad andarsene per lasciare spazio alle nuove residenze previste dal piano di riqualificazione della città. Oppure *Murmur*,¹²¹ una raccolta di storie urbane, aneddoti e memorie personali legate ai luoghi specifici della città, rese accessibili attraverso una mappa on-line, o, direttamente *in situ*, attraverso registrazioni ascoltabili telefonicamente. Lavora sulla narrazione di storie comuni anche *Youth Media Walk*,¹²² un *walking-tour* in Boston che utilizza video creati da giovani adolescenti che raccontano i loro quartieri. Di questo tipo sono anche, infine, le esperienze italiane di geo-blogging analizzate nel capitolo successivo: *Percorsi Emotivi*

¹¹⁹ Allegato 1 scheda 36

¹²⁰ Allegato 1 scheda 38

¹²¹ Allegato 1 scheda 44

¹²² Allegato 1 scheda 43

a Bologna e *Luoghi (comuni) d'Oltrepò* in Provincia di Pavia (si veda capitolo 3 di questa sezione).

2.3 Autori, lettori, storie individuali e storie collettive

Le narrazioni locative possono prevedere gradi diversi di coinvolgimento dei fruitori e delle comunità nei contenuti che utilizzano. Tra le esperienze analizzate, possiamo sostanzialmente riconoscere quattro modelli:

- *narrazioni autoriali*: alcuni progetti locative presentano un impianto narrativo stabile e chiuso, in cui non vi sono grandi possibilità di interazione tra fruitori e racconto. Si tratta generalmente di progetti molto coinvolgenti emotivamente e di grande impatto evocativo, in cui prevalgono forme tradizionali di narrazione, a volte adattate in forma di percorso nei luoghi. Soprattutto nei casi delle *soundwalk* e degli *audio-tour*, ci troviamo di fronte a contenuti d'"autore", prodotti appositamente per il progetto senza il contributo di persone comuni o degli utenti. A volte la storia è prodotta e narrata da autori di grande calibro (è il caso delle produzioni di Soundwalk, che utilizzano narratori famosi come Paul Auster e voci note come quella dell'attore Vincent Vella per la camminata in Little Italy); a volte è rimediata in forma locative o *mobile* da opere già esistenti (*Block of Time: O'Farrell Street*¹²³ è ispirato al romanzo *920 O'Farrell Street* di Harriet Lane; *Itinerant*¹²⁴ al *Frankenstein* di Mary Shelley); a volte è originale e scritta appositamente per il progetto (*Fixing Point*,¹²⁵ *Jena walk*,¹²⁶ *Her Long Black Hair*,¹²⁷ *34n118w*¹²⁸).
- *Narrazioni polifoniche*: anche in questo caso ci troviamo di fronte a un impianto narrativo stabile, non modificabile da parte dei fruitori. Ma le storie presenti in questi progetti rispecchiano punti di vista multipli e frammentati. È il caso *Youth Media Walk*,¹²⁹ che raccoglie le storie prodotte dai giovani del quartiere; o *The Greatest Neighborhood This Side of Heaven*,¹³⁰ in cui interviste e racconti di abitanti, progettisti e rappresentanti delle istituzioni sono raccolti in un percorso urbano; o *Luoghi (comuni) d'Oltrepò* che raduna su una mappa i racconti degli abitanti di cinque piccoli comuni dell'appennino oltrepadano; o *Murmur*,¹³¹ che mette a disposizione racconti personali di quartiere. In questi casi, sebbene lo spazio narrativo sia generalmente non modificabile dai fruitori, i contenuti utilizzati provengono da un'operazione precedente di raccolta di storie ed esperienze «dal basso», che affianca narrazioni specialistiche e dotte a narrazioni comuni.

¹²³ Allegato 1 scheda 33

¹²⁴ Allegato 1 scheda 14

¹²⁵ Allegato 1 scheda 39

¹²⁶ Allegato 1 scheda 32

¹²⁷ Allegato 1 scheda 31

¹²⁸ Allegato 1 scheda 30

¹²⁹ Allegato 1 scheda 43

¹³⁰ Allegato 1 scheda 38

¹³¹ Allegato 1 scheda 44

- *Narrazioni aperte collaborative*: in questo tipo di progetti gli utenti hanno la possibilità di aggiungere, secondo varie modalità, i propri contenuti sull'impianto di un progetto narrativo esistente. La narrazione è aperta e instabile e lo spazio narrativo si modifica di continuo attraverso l'esperienza che gli utenti fanno della narrazione locative. Sono di questo tipo esperienze come *Tender Secrets*,¹³² *Find a Story... Map a Story... Tell a Story*,¹³³ *Percorsi Emotivi* e tutte le esperienze di annotazione pubblica urbana.
- *Narrazioni ludico-interattive*: lo spazio narrativo è totalmente aperto e dipendente dalla presenza e dalle azioni dei fruitori. La narrazione assume in questi casi la forma di una performance e di un gioco in cui i partecipanti diventano i protagonisti attivi della narrazione. Nel corso del gioco, i partecipanti sono esposti a una serie di eventi rivelatori a cui devono reagire, oppure sono coinvolti in sfide e gare come caccie al tesoro, enigmi, puzzle da risolvere, che li portano a muoversi e a scoprire lo spazio intorno a loro, interagendo a volte con le persone che incontrano. Sono di questo tipo progetti locative come *Walking Cinema: Murder on Beacon Hill*,¹³⁴ *Ulrike and Eamon Compliant*,¹³⁵ *A Machine to See With*,¹³⁶ *Call Calcutta in a box*;¹³⁷ o i *place based urban games* come *RE: activism NYC*,¹³⁸ *Manhattan: The Game*,¹³⁹ *Can you see me now?*,¹⁴⁰ *Pac-Manhattan*.¹⁴¹

Anche nel caso in cui non sia prevista la possibilità di modificare i contenuti da parte degli utenti (livelli 1, 2), la narrazione può comunque prevedere un loro coinvolgimento sotto diverse forme. In alcuni casi, le narrazioni locative permettono di incontrare realmente i personaggi delle storie che raccontano. Per fare un esempio, nel caso di *The Greatest Neighborhood*,¹⁴² la camminata che si snoda nel Boston's West End termina in un museo dedicato al quartiere, dove i partecipanti possono interagire realmente con alcuni narratori delle storie appena ascoltate. Altre volte è prevista la possibilità di interagire con i contenuti delle narrazioni secondo le modalità più tipiche del web 2.0: attraverso la loro condivisione sui social network o la possibilità di votarli e commentarli (*Luoghi comuni d'Oltrepò*).

Secondo Epstein, amministratore di Untravel Media, una società di Boston specializzata nella produzione di *location based storytelling*, o «terratives» come lui le definisce, se l'obiettivo della storia è rendere i partecipanti più consapevoli e coinvolti in specifiche tematiche connesse con i luoghi in cui si trovano, l'utilizzo di modalità narrative attive (come quelle aperte-collaborative o ludico-interattive) piuttosto che

¹³² Allegato 1 scheda 45

¹³³ Allegato 1 scheda 51

¹³⁴ Allegato 1 scheda 46

¹³⁵ Allegato 1 scheda 40

¹³⁶ Allegato 1 scheda 41

¹³⁷ Allegato 1 scheda 42

¹³⁸ Allegato 1 scheda 47

¹³⁹ Allegato 1 scheda 48

¹⁴⁰ Allegato 1 scheda 49

¹⁴¹ Allegato 1 scheda 50

¹⁴² Allegato 1 scheda 38

passive (come quelle utilizzate da tv radio e film) possono rivelarsi sicuramente più efficaci.

A questo proposito, una delle strategie più interessanti adottate dai progetti narrativi locative è quella di coinvolgere gli abitanti dei luoghi, o le persone che hanno con essi legami particolari, nella produzione di racconti che parlino delle esperienze personali, private e quotidiane dello spazio (cfr. capitolo 3 di questa sezione).

2.4 I locative media tra database e narrazione

La relazione spazio-narrazione nei progetti locative si colloca sostanzialmente tra due poli:

- *quello della narrazione spazializzata*: il progetto locative è costituito sostanzialmente da un'unica storia che si sviluppa nello spazio, in luoghi differenti, ognuno dei quali ha una precisa funzione narrativa nella storia. In questi casi il racconto richiede al fruitore di spostarsi (fisicamente o virtualmente utilizzando una mappa), in modo più o meno sequenziale, da un luogo all'altro, seguendo o creando un percorso narrativo nello spazio fisico. Sono di questo tipo le opere generalmente più autoriali, che utilizzano strategie classiche come la presenza di un eroe protagonista da inseguire nello spazio e nella storia, con cui il fruitore si identifica, a volte impersonandolo direttamente: *A Machine To See With*, *Call Calcutta in a box*, *Murder on Beacon Hill*, *Ulrike and Eamon Compliant*, *Fixing Point*, *Jena walk*, *Her Long Black Hair* sono tutti progetti in cui la presenza di un eroe (a volte lo stesso utente protagonista, a volte un personaggio del racconto) guida lo svolgersi del racconto nello spazio, assicurando, oltre al procedere della narrazione, anche il coinvolgimento emotivo. Lo spazio in questi progetti ha un ruolo narrativo determinante, perché influisce direttamente sul procedere della narrazione.
- *quello dello spazio narrativizzato*: altri progetti locative sono costruiti come cataloghi non ordinati di racconti relativi ai luoghi. Il racconto – letterario e autoriale, oppure collaborativo e fatto dalle persone comuni – ha principalmente la funzione di apertura e di richiamo di quel “remoto” del luogo di cui si diceva sopra; non esiste, o se lo è, è in forma debole, un percorso narrativo di qualche tipo che lega i diversi racconti e contributi presenti nel progetto in un meta-discorso evidente. Progetti come *Murmur*, *Tender Secrets*, *Block of Time: O'Farrel Street*, *Luoghi(comuni) d'Oltrepò*, *Percorsi emotivi*, *Youth Media Walks*, raccolgono e rendono fruibili, con modalità differenti (a volte del tutto casuali o lasciate alle scelte dei fruitori) i diversi racconti legati ai luoghi. In questi casi ci troviamo in presenza di costellazioni di micro-narrazioni che l'utente può fruire secondo i suoi percorsi e i suoi interessi. Lo spazio qui ha una funzione narrativa solo a livello di singolo micro-episodio.

Richiamando la distinzione di Manovich tra database e narrazione (2006), possiamo affermare che, nel primo caso, la funzione narrativa è prevalente su quella del database, mentre, nel secondo, la logica dominante sembra essere quella del database.

È evidente che queste due modalità di relazione tra spazio e narrazione costituiscono due poli di una varietà di combinazioni nelle quali database e narrazione si combinano di volta in volta con pesi differenti. Così, a fianco di progetti locative con una forte logica narrativa (*Her long black hair*, ad esempio), o, a esperienze in cui la logica del catalogo non ordinato di micro storie prevale (ad esempio *Percorsi Emotivi*), troviamo anche casi ibridi, che si rifanno, potremmo dire al "modello Odissea" – il primo grande racconto locative della storia – in cui database e narrazione si combinano con pesi equilibrati. Sono di questo tipo progetti come *The Greatest Neighborhood This Side of Heaven*, che raccoglie una serie di racconti indipendenti, la cui fruizione è però possibile solo attraverso un percorso predeterminato nello spazio, che diventa così la trama connettiva per la creazione di una grande narrazione polifonica e corale del quartiere West End di Boston.

In generale, possiamo affermare che i progetti locative mettono in discussione l'opposizione netta tra database e narrazione, così come proposta da Manovich. Come osserva Paula Levine:

«So che Manovich considera database e narrazione come opposti, come logiche che si escludono a vicenda e che non si relazionano l'una con l'altra. Ma non sono d'accordo con questo tipo di isolamento. Preferisco vedere la relazione tra le due logiche, in alcuni punti una può essere dominante e l'altra no [...] si può avere una certa quantità di una nell'altra e si può cercare di creare una narrazione partendo da dati statistici... Ma penso che siano collegate, sono come cugini [...] Non sono assolutamente la stessa cosa, ma l'una contiene un po' dell'altra e viceversa».¹⁴³

Secondo Farman lo spazio del database, per altro, esisterebbe solo in teoria, poiché esso, una volta praticato e incarnato nell'esperienza, diventa comunque uno spazio narrativo:

«il puro database esiste solo in teoria, poiché ogni significato attaccato a questo spazio richiede una diretta attività con esso. Ogni attività con il database si trasforma immediatamente in qualcosa di complessivamente nuovo, qualcosa che richiama uno spazio narrativo. Proprio come il luogo praticato diventa uno spazio vissuto così il database con cui si interagisce diventa narrazione vissuta» (Farman 2012, p. 127, trad. mia).

¹⁴³ Intervista personale rilasciata da Paula Levine, luglio 2010

Nell'integrare nello stesso ambiente digitale mediale (solitamente attraverso mappe) cataloghi di dati e racconti, semplici raccolte di informazioni e strumenti narrativi per leggerli, i locative media ci rivelano come non abbia senso ragionare in un'ottica di opposizione tra database e narrazione.

La mappa è il medium che meglio si presta e più incoraggia questa forma di ibridazione tra database e narrazione e non è forse un caso che compaia così frequentemente oggi, non solo come medium caratteristico dei progetti locative.

Come ci ricorda de Certeau (1990) sul campo delle carte geografiche si è svolta una storica battaglia tra queste due logiche (tra narrazione e database, tra mito e logos, tra opacità e trasparenza) e se, fino al Medioevo, troviamo mappe in cui dati e storie coesistono con pari dignità, dalla modernità in poi, si assiste a un progressivo oblio e occultamento dei segni della narrazione, a favore del database e di una rappresentazione trasparente e neutra della realtà, verso l'utopia della visualizzazione dei dati in un contesto completamente a-narrativo.

Questa logica, oggi, sta mostrando di non reggere più: ci siamo ormai convinti che i racconti siano un po' ovunque (di Fraia 2004) e che non possiamo considerare la mappa, anche la più accurata, come un semplice database privo di narrazione. Diventa allora importante produrre mappe che valorizzino la varietà di combinazioni di questi due approcci, abbandonando la visione dicotomica che li ha opposti in passato. L'esperienza delle mappe narrative *locative* ci insegna come ripopolare le mappe con i racconti locali, affermando al contempo l'importanza del dato e di una visione "dall'alto", globale: è proprio dal successo di questa ibridazione che possono nascere strategie sostenibili e utili per rappresentare e quindi abitare - progettando - il mondo contemporaneo. L'odierno proliferare delle mappe come strumento privilegiato di rappresentazione ci indica forse proprio questo: che la mappa è lo strumento più utile per descrivere il mondo contemporaneo perché in grado di connettere i due poli della nostra esperienza, il globale e il locale (lo spazio dei flussi e lo spazio dei luoghi). È dalla possibilità di tenere insieme rappresentazioni personali e visioni collettive, esperienze private e discorsi in grado di interpretarli, saperi personali quotidiani (quelli del *bricoleur*) e saperi scientifici (quelli dell'ingegnere), che sta forse la via d'uscita per affrontare la crisi dovuta alla perdita di fiducia nelle "grandi narrazioni" (Lyotard 1981). Se oggi il mondo, come afferma Manovich, ci pare una raccolta «infinita e destrutturata di immagini» (Manovich 2001, p. 274 trad. it.), un database senza senso, imprevedibile e indecifrabile, è allora più che mai necessario raccontare e leggere storie, per riuscire a interpretare questa complessità, integrando i dati in una cornice di senso comune.

3. LUOGHI COMUNI E PERCORSI EMOTIVI

Matt guardò le foto scattate dal Landsat un paio d'anni prima. Le immagini erano stampe a colori falsi che rivelavano segni di erosione del terreno, fratture geologiche e centinaia di diversi fenomeni e caratteristiche. Mostravano logorio e spostamenti di disastri industriali, miliardi di bit di dati convertiti in immagini. Vide come i sensori estraevano dalla terra significati nascosti. [...] I mosaici fotografici sembravano rivelare una seconda bellezza nel mondo, una bellezza insolitamente invisibile, una traccia allucinatoria di precisione estatica. Ogni esplosione termica di colore era un'emozione complessa che non riusciva a identificare o a nominare. E pensò alle vite all'interno delle case, incorporate nei dati di una strada fotografata dallo spazio. E questa è la prossima cosa che i sensori riveleranno pensò. Le emozioni inesprese della gente nelle stanze.

Don De Lillo (Underworld)

Una parte significativa delle esperienze locative lavora sulla dimensione dell'esperienza soggettiva, personale e privata dello spazio, cercando di far emergere le connessioni affettive ed emotive che legano le persone ai luoghi.

Vanno in questa direzione progetti come *Biomapping*,¹⁴⁴ che rileva i picchi emozionali dei partecipanti ai tour nella città; o *Mapping Kisses*,¹⁴⁵ che sta costruendo una mappa dei baci che le persone si scambiano nei luoghi; o *Emotional Cities*¹⁴⁶ e *D Tower*,¹⁴⁷ che rilevano i sentimenti e gli umori dei cittadini, restituendo, attraverso installazioni negli spazi pubblici, i dati aggregati del loro umore

Alla base di queste esperienze troviamo la volontà di rappresentare i luoghi nella loro dimensione quotidiana e praticata, ispirandosi alle riflessioni dei molti autori che valorizzano il ruolo dell'esperienza comune e quotidiana dello spazio. Questi approcci fanno, in particolare, riferimento a Merleau Ponty (1945) e alla sua nozione di spazio antropologico come involucro delle esperienze umane; all'idea di spazio come «luogo praticato» proposto da de Certeau (2001).

La dimensione dell'esperienza risulta centrale nei lavori di alcuni autori nell'ambito della *Human Geography*, in particolare nella riflessione di Yi-Fu Tuan (1977). Egli analizza il rapporto tra la pratica soggettiva e antropologica dello spazio, analizzando come esso è trasformato in «luogo» attraverso l'esperienza delle persone che, relazionandosi con esso, gli conferiscono significato: «lo spazio è trasformato in luogo quando acquisisce definizione e significato», quando, insomma, in esso troviamo appigli che utilizziamo per organizzare il suo significato in modo coerente.

Secondo Yi-Fu Tuan ciò avviene attraverso alcune particolari esperienze, tra cui quella che lui definisce «esperienza intima». Le esperienze intime dei luoghi rimandano al nostro senso di insicurezza, alla vulnerabilità e alla fragilità che caratterizza l'esperienza infantile: abbiamo un'esperienza intima di un luogo quando esso è investito da sentimenti di protezione, quando in esso proviamo la sensazione

¹⁴⁴ Allegato 1 scheda 19

¹⁴⁵ Allegato 1 scheda 55

¹⁴⁶ Allegato 1 scheda 54

¹⁴⁷ Allegato 1 scheda 53

del rifugio, la protezione paragonabile alle braccia della madre che confortano il bambino prima di addormentarsi.

I luoghi intimi sono i luoghi che ci rimettono in forze, ci danno sicurezza. Grazie a questo sentimento di protezione di cui sono investiti, i luoghi intimi sono i luoghi per cui sentiamo un affetto e un sentimento più forte e nei quali percepiamo una connessione profonda (di calore e di umanità) con le persone e con gli oggetti che ad essi appartengono. È soprattutto per questi luoghi che sviluppiamo quel senso di «topofilia», a cui si riferisce Bachelard (1957, p. 26, trad. it.) quando parla del valore umano degli spazi di possesso, degli spazi difesi contro forze avverse, degli spazi amati. Relph (1976) descrive la stessa situazione con l'espressione «Existential insiderness» (lo stato d'animo di colui che si sente perfettamente integrato in un luogo e rappresentato da esso).

Esperienze intime del luogo possono avvenire a diverse scale: dalla casa, al quartiere, alla città natale. Questa in particolare è investita spesso da sentimenti di affetto, per cui secondo, Y-Fu Tuan: «può essere semplice, priva di distinzione architettonica e fascino storico, eppure ci risentiamo se un forestiero la critica» (p. 145).

Ma si può anche instaurare un'esperienza intima – e dunque affettiva – con un luogo diverso dalla nostra terra d'appartenenza, o dalla nostra casa: ogni luogo di cui abbiamo esperienza quotidiana può generare esperienze intime.

I luoghi intimi sono sentiti come veri e reali proprio perché sono incorporati nella nostra vita di tutti i giorni, negli eventi umili e nelle piccole cose che scandiscono la nostra routine: «il reale è la routine quotidiana, discreta e invisibile come il respiro. Il reale coinvolge tutto il nostro essere, tutti i nostri sensi». (Yi-Fu Tuan 1977, p. 145 trad. mia)

I progetti locative analizzati in questa sezione cercano di rappresentare le esperienze intime dei luoghi, lavorando sul coinvolgimento affettivo e sui racconti quotidiani delle persone.

Ci si può domandare se sia possibile restituire, attraverso forme mediate di qualsiasi tipo, il senso di affetto e intimità del luogo, poiché, come fa notare Y-Fu Tuan, ogni esperienza intima è caratterizzata dall'inafferrabilità. Spesso il senso di intimità di un luogo nasce dal caso, è inatteso e improvviso, non pianificabile ed è riconoscibile solo a posteriori:

«Al momento non diciamo 'questo è', come facciamo quando possiamo ammirare oggetti riconosciuti come di cospicua bellezza. È solo nella riflessione a posteriori che riconosciamo il loro valore. Al momento non siamo consci di alcun dramma, non ci accorgiamo che i semi di un futuro e duraturo sentimento si stanno seminando» (Yi-Fu Tuan 1977, p.143 trad. mia).

Il senso quotidiano e intimo del luogo può emergere dunque solo quando da quella

condizione di intimità ci stiamo staccati, quando, a posteriori, la ricordiamo, la narriamo, la rappresentiamo e nel momento in cui facciamo tutto ciò perdiamo inevitabilmente parte di questa esperienza. Il suggestivo paradosso della rappresentazione dei luoghi (e di tutte le rappresentazioni) è proprio questo: sebbene crei distanza e distrugga l'immediatezza dell'esperienza diretta, tuttavia è grazie alla sua opera che i momenti elusivi e sfuggenti del passato diventano più vicini e acquisiscono un senso di permanenza.

Sicuramente è impossibile esprimere e rendere pubblica l'esperienza autentica della quotidianità dei nostri luoghi, ma non è impossibile comunicare e condividere alcuni suoi tratti: «i racconti dei luoghi intimi possono essere personali e profondamenti sentiti, ma non sono necessariamente solipsistici ed eccentrici. Cuore, rifugio, casa sono luoghi intimi per tutti gli esseri umani. La loro importanza e il loro significato sono stati i temi di prosa e poesia di tutti i tempi». (Yi-Fu Tuan 1977, p.143 trad. mia).

3.1 Luoghi (comuni) d'Oltrepò

Luoghi (comuni d'Oltrepò) è un progetto realizzato nel territorio di cinque piccoli comuni dell'Oltrepò pavese (Godiasco, Montesegale, Retorbido, Ponte Nizza, Rocca Susella). L'intervento, finanziato dai comuni coinvolti, dal Ministero della Gioventù e da ANCI attraverso il bando "Giovani energie in comune" del 2010, aveva la finalità di attivare i giovani locali in attività partecipate di valorizzazione delle specificità territoriali, rafforzando il legame tra le generazioni e promuovendo un coinvolgimento attivo dei giovani nella comunità.

Il progetto, avviato nel gennaio 2011 e conclusosi a dicembre dello stesso anno, ha coinvolto i giovani nella costruzione di una mappa, utilizzabile dalle amministrazioni anche a fini di promozione turistica, che rappresenta, attraverso contenuti di vario tipo, le particolarità e i valori che gli abitanti (giovani, anziani, commercianti, associazioni, ristoratori e altri operatori dell'accoglienza), considerano distintivi del loro territorio.

L'idea si ispira all'esperienza delle mappe di comunità, la metodologia partecipativa utilizzata nell'ambito degli ecomusei,¹⁴⁸ che mira a stimolare e gestire la partecipazione delle comunità locali in ogni fase del processo di valorizzazione,

¹⁴⁸ Molti sottolineano la difficoltà di dare una definizione precisa del concetto di ecomuseo, la cui paternità è attribuita a Hugues de Varine, che conia il termine nel 1971. Tra le tante definizioni proposte, mi rifaccio qui a quella proposta da de Varine: «l'ecomuseo è un'istituzione che gestisce, studia, utilizza a scopi scientifici, educativi e culturali in genere, il patrimonio complessivo di una comunità, comprendente l'insieme naturale e culturale di tale comunità. L'ecomuseo è quindi uno strumento di partecipazione popolare alla gestione del territorio e allo sviluppo comunitario. A tal fine, l'ecomuseo si avvale di tutti gli strumenti e i metodi disponibili per consentire alla comunità di cogliere, analizzare, criticare e governare in modo libero e responsabile i problemi che le si pongono in tutti gli ambiti di vita. L'ecomuseo utilizza essenzialmente il linguaggio dell'oggetto, dell'ambito reale della vita quotidiana, delle situazioni concrete. esso è innanzi tutto un fattore di cambiamento voluto». (de Varine 2002, p. 241, trad. it). Per un approfondimento sulla nascita ed evoluzione del concetto di ecomuseo si rimanda a: Maggi e Falletti (2000)

nell'orizzonte di uno stretto legame tra patrimonio culturale, territorio e dinamiche di sviluppo locale.

Le mappe di comunità hanno l'obiettivo di rilevare l'insieme dei patrimoni locali considerati di valore dagli abitanti di un territorio e di fare emergere la complessa trama delle relazioni tangibili e intangibili che lega tali patrimoni alla vita quotidiana delle persone. Così viene definita dagli esperti che se ne sono occupati nel contesto italiano: «In parole semplici una mappa di comunità è un gruppo di abitanti che riflette collettivamente sulle specificità locali ossia sulle cose (nel senso più generico del termine) che rendono il luogo in cui si abita diverso dagli altri e per cui vale la pena vivere lì (Maggi 2008); o, ancora,: «Le mappe di comunità sono strumenti attraverso cui la gente che abita un luogo può raccontare ad altri, o ricordare a se stessa, i punti fondamentali della propria storia, i nodi cruciali del proprio reticolo di significati e significanti» (Testa, Murtas 2009).

Questa metodologia di lettura partecipata del paesaggio è stata importata in Italia dall'esperienza inglese delle Parish Map,¹⁴⁹ che si sono diffuse in Gran Bretagna agli inizi degli anni Ottanta. Le prime esperienze italiane si registrano agli inizi degli anni Duemila, in seno al Laboratorio Ecomusei della Regione Piemonte, organizzato e coordinato da IRES, che propone formalmente di adottare l'esperienza inglese delle Parish Map come metodo di lavoro a cui ispirarsi. Nel corso di circa un decennio, le esperienze di utilizzo di questa metodologia si sono diffuse su tutto il territorio nazionale,¹⁵⁰ anche grazie alle ricadute sulle programmazioni delle amministrazioni regionali e locali della Convenzione Europea per il Paesaggio, dalla Convenzione UNESCO per il patrimonio immateriale, che pongono particolare attenzione alla partecipazione e al coinvolgimento delle comunità nei processi di valorizzazione dei patrimoni culturali.

Le mappe di comunità sono strumenti che permettono agli individui appartenenti a una comunità di collocarsi nell'ambito di un progetto territoriale e culturale condiviso, partendo dai sentimenti e dalle esperienze soggettive e particolari che le persone hanno di un territorio. Per questo motivo, Lusetti le definisce mappe impure (Lusetti 2004). A differenza della cartografia scientifica, le mappe di comunità sono mappe affettive, in cui il coinvolgimento personale di chi contribuisce a realizzarle è il vero punto di forza: «costruire una mappa di comunità riguarda diversi aspetti, tra i quali esprimere una dichiarazione collettiva di valori, affermare principi di coinvolgimento, farsi carico direttamente del luogo». (Clifford 2006)

Le mappe di comunità sono dunque strumenti utili per fare dialogare, attraverso la strada della partecipazione, punti di vista differenti, secondo la prospettiva delle

¹⁴⁹ In riferimento al significato di Parish, si riporta la spiegazione fornita nella studio IRES del 2006: «Parish letteralmente significa "parrocchia" e deriva da una ripartizione amministrativa di tipo ecclesiastico, ma qui è usato con il significato di "piccola comunità". In Italia potrebbe corrispondere a un "piccolo comune" o a una "borgata", quindi viene tradotto con "comunità" (Clifford, Maggi, Murtas 2006, p. 1).

¹⁵⁰ Per una descrizione approfondita dello sviluppo delle esperienze eco museali che utilizzano o hanno utilizzato le mappe di comunità e per un'analisi comparativa di esse, si rimanda a: Clifford, Maggi, Murtas (2006),

soggettività simultanee, o delle prospettive situate. Insieme agli ecomusei, sono veri e propri laboratori per costruire progetti di senso condivisi, partendo dalle micro narrazioni personali. Sono processi per fare emergere, attraverso narrazioni condivise, il carattere peculiare e distintivo dei territori, alla luce del valore attribuito alla diversità culturale e del nesso che la lega alla specificità locale. Attraverso la narrazione, esse permettono di tessere relazioni significanti tra persone, vite quotidiane, esperienze personali e spazi, facendo emergere, producendo e riproducendo il "senso del luogo".

Il processo e gli ambienti web

Il processo di costituzione di una mappa di comunità può essere gestito di volta in volta e a seconda delle specificità dei progetti attraverso metodologie differenti (workshop, tavoli di lavoro, interviste, ricerche condotte con metodi diversi) che prevedono un ruolo attivo dei rappresentanti della comunità locali, affiancati dalla figura di un facilitatore che ha il compito di gestire, guidare e animare il percorso. Gli elementi individuati nel corso del processo partecipato vengono poi rappresentati, con differenti modalità, in una mappa, in grado di localizzarli geograficamente.

Nel progetto *Luoghi (comuni) d'Oltrepò*, poiché l'obiettivo primario era quello di coinvolgere e attivare la partecipazione giovanile, si è scelto di lavorare con un gruppo di una quindicina di ragazzi che, nell'arco di circa un anno, sono diventati i veri protagonisti della costruzione della mappa, esplorando il territorio insieme ad alcuni facilitatori, intervistando gli abitanti, cercando storie da raccontare e documentare, scrivendole loro stessi, fotografando, filmando, disegnando quello che per loro era importante del territorio.

Il progetto si è articolato in:

- *workshop* di narrazione del territorio dedicati ai ragazzi, finalizzati a fornire loro competenze specifiche sulla narrazione creativa del territorio attraverso diversi linguaggi (scrittura, fotografia, video, disegno...);
- *camminate esplorative* sul territorio, alla ricerca di personaggi, luoghi, storie da raccontare. Le uscite nel territorio dei cinque comuni sono state fatte sia in occasione di significativi momenti conviviali, e feste pubbliche (come le feste patronali, il carnevale, le sagre o altri eventi importanti per le comunità); sia in giornate comuni;
- *gruppi di lavoro* per pianificare le uscite territoriali, organizzare il lavoro, interpretare e rielaborare collettivamente quanto raccolto durante il percorso;
- *momenti di lavoro individuale* dei giovani partecipanti per la produzione e l'editing dei contenuti;
- *momenti pubblici* in cui i giovani protagonisti e il progetto si sono presentati alle comunità, per informare gli abitanti del percorso in atto, coinvolgerli e presentare i risultati.

Il lavoro di raccolta dei contenuti è stato affiancato e supportato da ambienti web, finalizzati a:

- raccogliere e condividere i contenuti prodotti dai ragazzi nel processo di costruzione della mappa di comunità, rendendoli accessibili anche a persone esterne al processo partecipato (obiettivo: *raccolta e condivisione di contenuti*);
- dotare i giovani partecipanti al processo di strumenti di semplice accesso e utilizzo per favorire la produzione e il riuso creativo dei contenuti digitali in modo autonomo (obiettivo: *produzione creativa*);
- favorire il coinvolgimento e la partecipazione dei giovani al progetto, in tutte le sue fasi (obiettivo *partecipazione e coinvolgimento*);
- informare e tenere aggiornati i partecipanti al processo e i membri della comunità sulle attività progettuali (eventi, attività, stato di avanzamento...) e promuoverne la conoscenza presso un pubblico più vasto (obiettivo: *informazione*)

Come si vede, l'architettura degli ambienti di comunicazione è stata disegnata con l'obiettivo di coinvolgere nel progetto, a differenti livelli, tre tipologie diversi di utenti:

- gli *insider*: la comunità locale, fatta di diversi portatori di interesse (abitanti comuni, anziani, commercianti, ristoratori e altri operatori dell'accoglienza, anziani, amministratori, associazioni locali e altri gruppi organizzati, esperti di storia locale...);
- gli *outsider*: le persone che non abitano nei luoghi oggetto dell'intervento, ma che hanno con essi legami di qualche tipo (turisti e visitatori, amici, parenti e conoscenti che non risiedono nei luoghi di intervento, ex abitanti); o persone esterne interessate;
- i giovani: il gruppo di giovani protagonisti del percorso ai quali, in un certo senso, è stato affidato il compito di *trait d'union* tra *insider* e *outsider*.

A fianco di questi elementi, altri requisiti sono stati considerati nella progettazione dell'ambiente web. In primo luogo, viste anche le scarse risorse disponibili, si è scelto di utilizzare strumenti gratuiti e *open source* che, al termine del progetto, potessero essere gestiti in autonomia dai comuni coinvolti, senza ulteriori investimenti monetari. Si è scelto inoltre di puntare su strumenti semplici, intuitivi, già conosciuti e utilizzati dai giovani utenti 2.0 e che permettessero l'integrazione della comunicazione del progetto e la condivisione dei suoi contenuti nelle comunità dei social network più utilizzati.

Seguendo questi principi, il percorso di partecipazione di costruzione della mappa si è integrato con un modello di comunicazione intermediale che ha utilizzato:

- la mappa digitale di comunità,¹⁵¹ costruita in modo collaborativo da tutti i partecipanti al processo, raccoglie e geo-referenzia immagini, video, testi, prodotti dai ragazzi e dai membri dello staff di progetto. Gli utenti esterni al gruppo di lavoro non hanno la possibilità di caricare contenuti, oltre quelli già presenti, ma sono presenti alcune funzionalità tipiche web 2.0 come la possibilità di *sharing*, *rating* e commento dei contenuti.
- Il sito www.luoghicomunidoltrepo.it:¹⁵² realizzato con Joomla, oltre ad ospitare la mappa digitale di comunità, contiene informazioni sul progetto (obiettivi, descrizione del percorso, partner), una pagina dedicata ai racconti testuali prodotti dai ragazzi e il blog utilizzato durante il percorso per aggiornare i partecipanti (gli *insider* e gli *outsider*) sullo stato d'avanzamento del progetto, sui suoi appuntamenti e sui suoi risultati.
- La pagina Facebook di Luoghi (comuni) d'Oltrepò:¹⁵³ la pagina è pensata come un luogo informale in cui diffondere le notizie riguardanti il progetto e lo stato di avanzamento delle attività, dare ulteriore diffusione ai contenuti prodotti dai ragazzi (video, foto ecc...) e coinvolgere *insider* e *outsider* nelle attività, invitandoli a partecipare alle discussioni e alla vita della "bacheca". La pagina è stata inoltre utilizzata per creare reti con altre organizzazioni e iniziative simili.
- Un canale YouTube:¹⁵⁴ il canale raccoglie i 110 video prodotti nel corso del progetto. I video sono organizzati in 12 *playlist*, dedicate alle camminate e alle esplorazioni realizzate nei luoghi del progetto.
- Un album Flickr:¹⁵⁵ utilizzato come *repository* per caricare le immagini incorporate nella mappa e nel sito, e per documentare visivamente il percorso svolto.

¹⁵¹ Accessibile dal sito www.luoghicomunidoltrepo

¹⁵² <http://www.luoghicomunidoltrepo.it>

¹⁵³ <http://www.facebook.com/pages/Luoghi-comuni-dOltrepò/167377319946266>

¹⁵⁴ www.youtube.com/luoghicomunidoltrepo il

¹⁵⁵ <http://www.flickr.com/photos/luoghicomunidoltrepo/>



Figura 23 Home page di Luoghi (comuni) d'Oltrepò



Figura 24 Album Flickr di Luoghi (comuni) d'Oltrepò

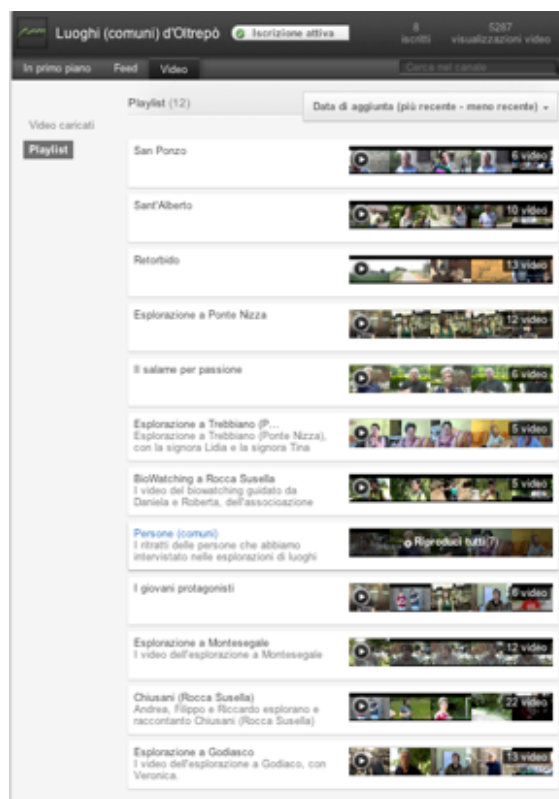
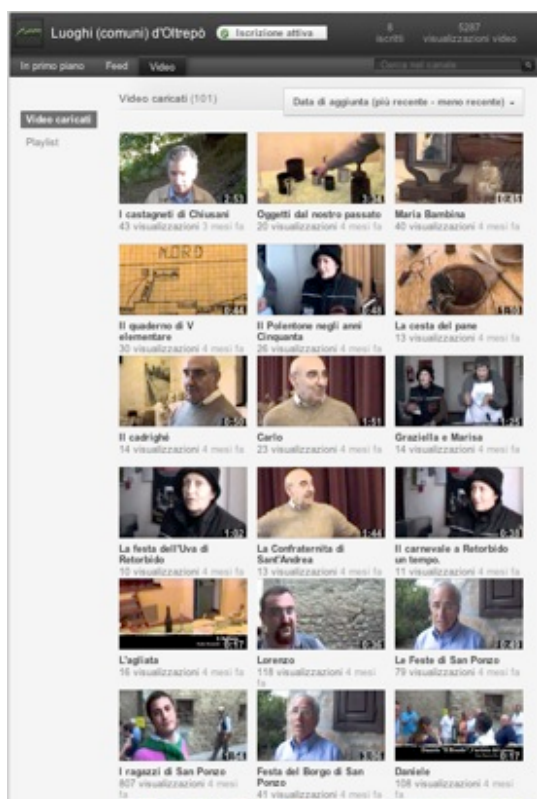


Figura 25 Canale YouTube di Luoghi (comuni) d'Oltrepò



Figura 26 Pagina Facebook di Luoghi (comuni) d'Oltrepò

I contenuti

La mappa permette di accedere a diverse tipologie di contenuti: immagini, video, brevi post e racconti più articolati, ognuno dei quali è geo-referenziato con coordinate relative al luogo a cui i contenuti si riferiscono.

I materiali sono fruibili direttamente dalla mappa, cliccando sui *marker*; oppure in modalità tradizionale, attraverso pagine web, raggiungibili da menù posizionati sulla parte destra della schermata, che li raggruppano sequenzialmente.

I contenuti prodotti sono stati divisi in due sezioni principali: una sezione dedicata ai giovani protagonisti ("I giovani protagonisti"), che raduna, oltre ai loro ritratti e profili, brevi testi, fotografie e video che descrivono quello che i giovani amano e quello che odiano del luogo in cui vivono; e la sezione "I luoghi (comuni)" dedicata alle specificità e ai valori del territorio, narrati attraverso immagini, testi creativi o videointerviste fatte agli abitanti. In quest'ultima sezione i contenuti sono stati raggruppati in otto sottocategorie, con l'idea che l'"esperienza intima" di un luogo possa essere evocata attraverso alcune dimensioni principali:

- *la memoria e il passato*:¹⁵⁶ la sezione "Come eravamo" raduna video-interviste fatte principalmente agli anziani durante le esplorazioni sul campo. Nelle video-interviste sono narrati episodi e aneddoti relativi alla storia passata dei luoghi. Troviamo, ad esempio, il ricordo di come si giocava nelle vie di Godiasco prima della guerra e di come si socializzava nelle sere di maggio con le ragazze; la descrizione delle processioni e delle rogazioni nei campi a Trebbiano e il ricordo di come si svolgevano le feste danzanti e di carnevale; episodi sulla resistenza a Rocca Susella e i racconti sui partigiani; la descrizione di oggetti che illustrano gli aspetti e i mestieri legati alla vita contadina.
- *Le persone e i volti*¹⁵⁷: la sezione "Persone" è una galleria di ritratti di abitanti, giovani e anziani, che raccontano della propria vita e del legame "intimo" con i luoghi. Le video interviste fatte ai giovani mettono soprattutto in luce la carica emotiva, ma anche la forte ambivalenza, che i "Luoghi comuni" esplorati hanno per loro: da una parte il forte attaccamento alla casa, ai posti e ai luoghi dove sono nati, all'idea di pace e tranquillità dell'"idillio rurale"; dall'altra la spinta ad andarsene, e a lasciare la valle per cercare in città il cambiamento e migliori prospettive di studio, di lavoro o semplicemente di svago e socialità.¹⁵⁸ Oltre ai giovani, nella galleria di ritratti troviamo anche interviste a

¹⁵⁶

http://www.luoghicomunidoltrepo.it/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=21&Itemid=31

¹⁵⁷

http://www.luoghicomunidoltrepo.it/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=25&Itemid=30

¹⁵⁸ Ad esempio, dalle video interviste presenti sulla mappa: Jessica (figlia dei proprietari della pizzeria di Ponte Nizza,): «Eh, boh... è casa tua... non lo so.. cioè, tipo, io adesso che vivo da sola a Voghera, scendo di casa, sono in casa e non so cosa fare, perché sono abituata a stare in mezzo alla gente qui da sempre». Oppure Veronica, nipote della signora che gestisce la bocciofila di Godiasco: «io sono nata qui, me lo sento mio questo posto, infatti c'era mia nonna che diceva che voleva andare in pensione e io mi sento già... il

persone anziane che raccontano della propria vita o a personaggi chiave, noti e meno noti, dei comuni coinvolti.

- *L'ospitalità*:¹⁵⁹ la sezione, pensata anche a fini turistici, presenta post (video-interviste o brevi testi) che descrivono i luoghi in cui poter mangiare, bere e soggiornare nel territorio. La scelta è stata quella di far descrivere questi luoghi (agriturismi, pizzerie, bar, osterie) dalla viva voce delle persone che ci lavorano, in una sorta di attività autopromozionale. Nel racconto che i gestori fanno della loro attività emergono quegli aspetti affettivi e passionali che li legano al proprio lavoro e che difficilmente sarebbe possibile trovare su una guida turistica tradizionale.
- *I luoghi intimi*:¹⁶⁰ nella categoria "Luoghi" sono raccolti i punti di interesse riconosciuti come di valore dalle persone che hanno partecipato alla costruzione della mappa. Sono sia luoghi noti e riconosciuti di pregio anche nelle guide ufficiali del territorio (ad esempio: L'eremo di S.Alberto di Butrio; la pieve di San Zaccaria; il sito geologico degli Orridi di Rocca Susella); sia luoghi sconosciuti, intimi e segreti, che rappresentano, per alcune persone del luogo, un grande valore affettivo (L'albero delle streghe e i castagneti di Chiusani, la chiesetta degli Alpini di Rocca Susella, la piazza del Conciatore di Godiasco). Per entrambe la tipologia di luoghi – comuni e meno– la descrizione è fornita dagli abitanti stessi (ad esempio per il monastero di sant'Alberto è lo stesso Padre Ivan che ne racconta la storia e la vita), attraverso interviste che mettono in luce aspetti particolari o quotidiani.
- *I momenti di festa*:¹⁶¹ la categoria "Festa" raccoglie video-interviste in cui gli abitanti descrivono le feste locali. La festa di San Martino a Godiasco, il carnevale del Polentone a Retorbido, la sagra della Castagna di Chiusani, la festa del Borgo Antico di San Ponzo, la festa della birra di Montesegale, la festa di Sant'Alberto, sono descritte come momenti conviviali di grande impatto ancora molto sentite dalle comunità locali e in grado di richiamare molti visitatori e persone esterne. Le video-interviste descrivono sia le feste attive oggi, sia quelle celebrate in passato e oggi non più attive. Alcuni

Boccio è lei, se non c'è più lei... - ma tu lo faresti di mestiere? - No!... io non lo farei mai questo lavoro. Chiude.». Oppure, Federica (figlia dei gestori dell'Osteria di Ponte Nizza, ora vive a Milano): «mi piace la tranquillità qui il relax che c'è dopo la settimana lavorativa milanese e poi il fatto che comunque sei in campagna e io sono cresciuta qui. Milano è una scelta secondaria. Non mi piace il fatto che per un ragazzo giovane è una zona che offre poco». Fabiana (barista del I Bar sport a Ponte Nizza): «è un lavoro duro, ma è come essere a casa, una grande famiglia. All'inizio è stata dura avere a che fare con una clientela... anziana... invece poi è bello, vedi la saggezza, l'educazione e impari tanto dalle persone anziane. è bello lavorare con gli anziani,... d'inverno si va via per trovare dei locali... per i giovani offre veramente poco la nostra valle».

¹⁵⁹

http://www.luoghicomunidoltrepo.it/index.php?option=com_content&view=category&layout=blogmap&id=27&Itemid=35

¹⁶⁰

http://www.luoghicomunidoltrepo.it/index.php?option=com_content&view=category&layout=blogmap&id=22&Itemid=32

¹⁶¹

http://www.luoghicomunidoltrepo.it/index.php?option=com_content&view=category&layout=blogmap&id=26&Itemid=36

racconti sono stati raccolti sul campo durante le esplorazioni e le camminate alle feste.

- *I sapori:*¹⁶² in questa sezione sono raggruppati video-interviste e post che riguardano i prodotti tipici del territorio, descritti con le parole degli abitanti, dei produttori e degli appassionati della gastronomia locale. Anche in questo caso le parole delle persone che presentano i sapori dei loro luoghi – il salame di Varzi, il panino del Boccio di Godiasco, i ravioli della signora Maria, il pane di Montesegale, la torta di riso di Moglie, la frutta di Ponte Nizza, le castagne di Chiusani, il miele dell'Eremo di Sant'Alberto di Butrio, la Schita della nonna – rivelano particolarità, storie, aneddoti, modi di lavorazione e di degustazione, oltre che sentimenti di attaccamento emotivo – che rendono quei prodotti "unici".
- *I suoni:*¹⁶³ nella categoria "Suoni" sono raccolti i rumori, le musiche e i suoni del territorio, particolarmente evocativi per le persone che hanno partecipato alla mappa. Troviamo il verso di alcuni animali, come la cicala in un campo di grano, l'assiolo, la poiana; il suono dell'acqua della sorgente del torrente Rile; i cori degli anziani alle feste del paese; la musica della fisarmonica di un artista locale.
- *I luoghi per il tempo libero:*¹⁶⁴ la categoria "Tempo libero" presenta video-interviste e testi in cui sono descritti i posti in cui potere socializzare, e le altre attività di svago che si possono praticare nei diversi luogo del territorio. Itinerari escursionistici, piste ciclabili, luoghi attrezzati per attività sportive, bocciofile e centri ricreativi, locali per ballare e divertirsi: anche in questo caso, attraverso le parole dei frequentatori abituali o dai gestori caso emerge il senso della pratica comune di questi posti da parte delle persone locali.

¹⁶²

http://www.luoghicomunidoltrepo.it/index.php?option=com_content&view=category&layout=blogmap&id=23&Itemid=33

¹⁶³

http://www.luoghicomunidoltrepo.it/index.php?option=com_content&view=category&layout=blogmap&id=24&Itemid=34

¹⁶⁴

http://www.luoghicomunidoltrepo.it/index.php?option=com_content&view=category&layout=blogmap&id=37&Itemid=59

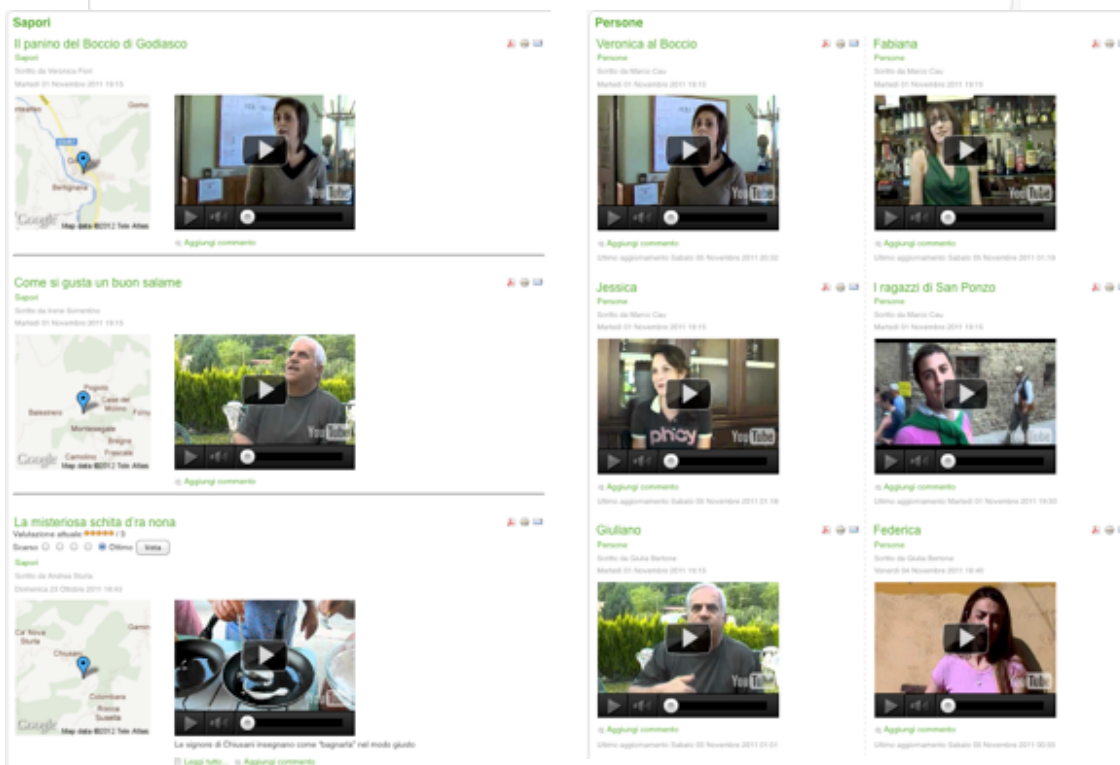
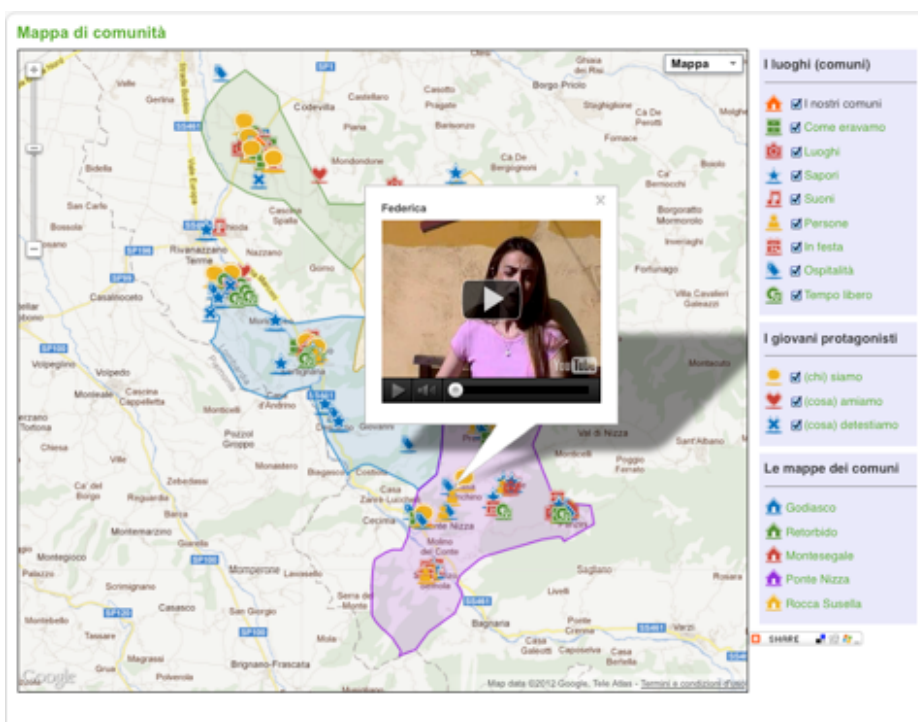


Figura 27 Diverse modalità di accesso ai contenuti della mappa di Luoghi (comuni) d'Oltrepò

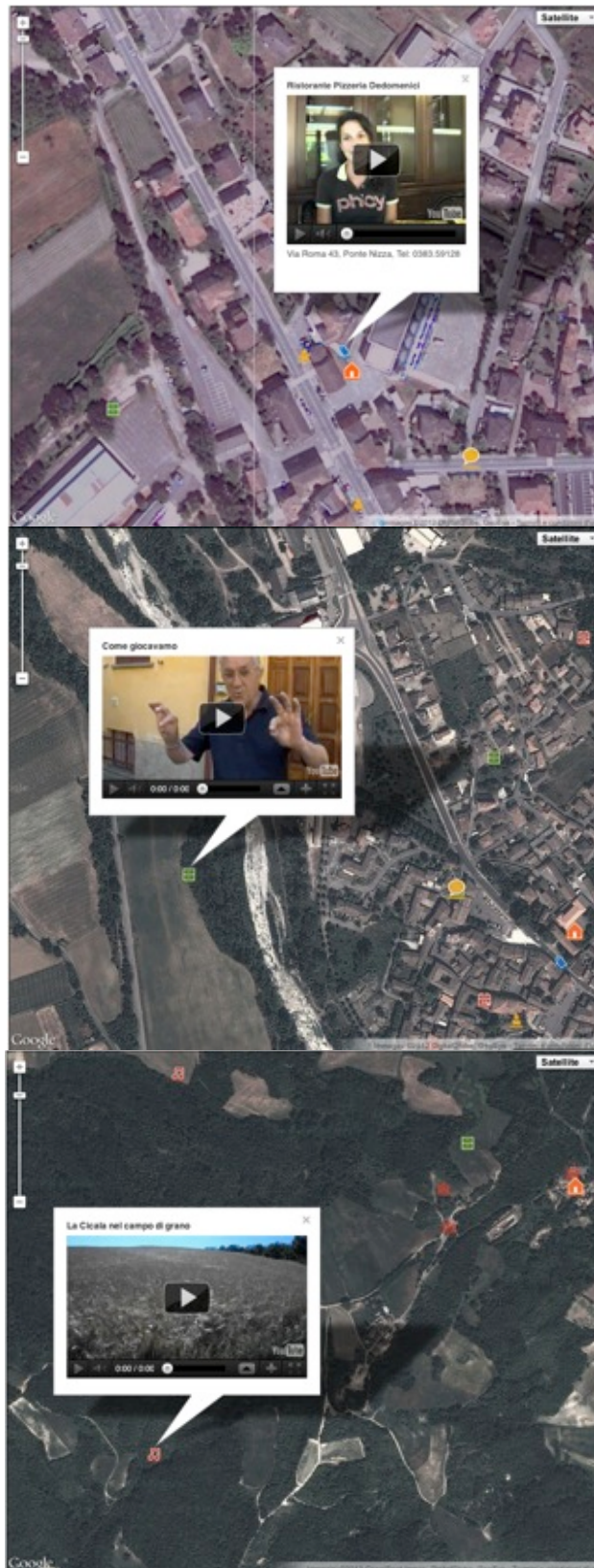


Figura 28 Alcuni video inseriti nella mappa di Luoghi (comuni) d'Oltrepò

Come ricordato sopra, il progetto non permette attualmente agli utenti esterni di caricare ulteriori materiali sulla mappa, ma solo di condividere, votare e commentare quelli già presenti.¹⁶⁵ Il sito e la mappa si presentano dunque, oggi, come i prodotti di un percorso avviato e terminato, che nel suo complesso ha portato a buoni risultati di partecipazione e di attivazione comunitaria. Il valore di un tale progetto non è, però, da cercarsi nel "prodotto mappa", quanto piuttosto nel processo della sua costruzione, che ha visto attivarsi e lavorare fianco a fianco, per circa un anno, le persone del territorio, e che ha integrato diverse strategie partecipative, sia mediate (soprattutto Facebook e YouTube) sia faccia a faccia (workshop, incontri pubblici, camminate esplorative).

2.3 Percorsi emotivi: una mappa affettiva per Bologna

"Percorsi emotivi" è un progetto del Laboratorio Mappe Urbane, un gruppo di ricerca legato alla Fondazione Istituto Gramsci dell'Emilia-Romagna. Il progetto, co-finanziato dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Bologna, è stato avviato nel 2008 e il sito che ospita l'iniziativa è tutt'oggi aggiornato e frequentato dai cittadini (gli ultimi post sono datati aprile 2011).

Percorsi emotivi è un geo-blog dedicato alla città di Bologna: l'obiettivo dell'iniziativa è quello di costruire una mappa affettiva della città, che contribuisca a fornire informazioni e conoscenza su come gli abitanti percepiscono i luoghi urbani, anche in relazione alle differenti caratteristiche, aspirazioni e bisogni delle diverse ed eterogenee popolazioni presenti in città. L'idea è che la mappa percettiva-affettiva di Bologna, costruita con la partecipazione diretta dei suoi abitanti, possa essere d'aiuto alla definizione di progetti urbanistici più attenti ai bisogni, ai desideri, alle passioni delle persone che vivono la città:

«L'obiettivo è poter disegnare con gli utenti del sito un'organizzazione spaziale ed estetica più rispondenti ai loro bisogni e ai loro desideri e che possa essere offerta come stimolo delle politiche urbanistiche della città e dei quartieri».¹⁶⁶

Già dalla sua presentazione agli utenti, il sito sottolinea alcune parole chiave che lo collocano in quel gruppo di esperienze locative partecipative di tipo emozionale-affettivo:

«Questo sito è un geoblog multiutente aperto. Sei invitato a partecipare. E' un invito al gioco, estetico ed emotivo. Un invito al racconto. A condividere parole, immagini e suoni, legati a un luogo di Bologna, un vicolo, un ponte, una piazza, un canale, un edificio...Qualunque luogo susciti una tua emozione. Dai nostri racconti, pensieri,

¹⁶⁵ Oltre alla scarsità di risorse che hanno impedito lo sviluppo di tale funzionalità, la scelta di limitare la possibilità di caricamento di contenuti UGC è stata fatta tenendo anche in considerazione il fatto che al termine del progetto le amministrazioni locali coinvolte non avrebbero avuto la possibilità di impiegare personale per la gestione e la moderazione dell'ambiente.

¹⁶⁶ <http://percorsi-emotivi.com>

proposte, ricordi, vedremo svilupparsi altre mappe, altre città. Accanto alla Bologna reale, crescerà una Bologna vissuta e raccontata, ricordata e sognata».¹⁶⁷

A parte l'invito alla partecipazione, l'accento è posto, come si legge, su alcune dimensioni caratteristiche di questo tipo di esperienze: il gioco, la componente estetica, l'emotività, il racconto, la memoria, i ricordi, l'esperienza vissuta, il desiderio. Su tutte queste dimensioni, il geo-blog raccoglie i post e i commenti dei cittadini, raggruppandoli in categorie. Navigando la mappa ci troviamo così immersi in una galleria di messaggi personali e privati, caratterizzati da una profonda carica emotiva, che ritraggono dimensioni diverse di Bologna:

- *La città ricordata* (categoria "Cosa ricordi"- ricordo, nostalgia, rimpianto). Una delle categorie più affollate, i ricordi raccolti riguardano avvenimenti pubblici e privati avvenuti nelle vie di Bologna (la strage della stazione, i primi amori, il primo bacio); episodi legati all'infanzia, alla gioventù, alla vita universitaria, più o meno lontana degli utenti; personaggi noti in città o del tutto sconosciuti alla vita pubblica.¹⁶⁸
- *La città presente e la città futura* (categoria "Come siamo": testimonianza, denuncia, opinione. "Come vorremmo": speranza proposta, desiderio, passione). Le categorie "Come siamo" e "Come vorremmo" raccolgono segnalazioni, testimonianze, opinioni, proposte, legate alla città del presente e a quella desiderata. Sono le categorie dove ritroviamo i post di maggiore stampo "civile", legati alla vita pubblica della città, ma che mantengono comunque un taglio personale e privato. Questa sezione raduna un gran numero di post redazionali, attraverso i quali i responsabili del progetto mettono a disposizione materiale informativo geo-localizzato inerente alcuni avvenimenti della vita cittadina: il video dedicato a "Porte Aperte", la festa dedicata agli operatori delle strutture di accoglienza del Centro Beltrame e del Drop IN di Bologna; una video inchiesta realizzato dai ragazzi di Filmarci Bologna in cui vengono raccolte le voci della gente sulla polemica riguardo agli orari di chiusura dei locali notturni; interviste video realizzate e montate dalla redazione del sito, finalizzate a raccogliere la percezione degli abitanti su differenti temi legati ai luoghi bolognesi.¹⁶⁹

¹⁶⁷ <http://percorsi-emoivi.com>

¹⁶⁸ Alcuni esempi: **CI SONO NATA IO:** «All'angolo di via di Corticella con via Mitelli c'è una casa che guardo tutte le volte che ci passo davanti. E' la mia prima casa, io sono nata lì, nella camera da letto dei miei genitori, quando ancora si partoriva in casa. L'ho lasciata a 12 anni ma mi ricordo ancora un sacco di cose: una su tutte. A Natale mettevo la letterina sulla finestra di questa camera e....meraviglia dopo un po' spariva! Tornavo in cucina con gli occhi spalancati e tutta eccitata, per la gioia dei miei genitori ovviamente. Ah e un'altra cosa ricordo: un pesce rosso dentro alla sua boccia di vetro sopra al frigo. In genere non sono molto nostalgica del passato, tendo a guardare sempre avanti, ma questi due ricordi mi rimarranno sempre dentro. Cristina». **PRIMO BACIO:** «il parchetto all'inizio di Via Irnerio. primo bacio. 100».

¹⁶⁹ **AETERNA BOLOGNA:** «Bella Aeterna Bologna La città che rinasce Vorrei che Bologna riaprisse bene gli occhi e fervesse per una nuova Rinascita: con un occhio ammiri il suo passato ed esalti la sua anima medievale; con l'altro scorga il futuro e si metta all'avanguardia. Torni silenziosa, vivibile, popolata e

- *La città invisibile (categoria "Cosa hai scoperto": insolito, alternativo, nascosto).* La mappa emotiva di Bologna è fatta anche di segnalazioni di luoghi solitamente invisibili: luoghi nascosti, che non comparirebbero nelle guide ufficiali e turistiche della città, che sfuggono alla vista dei più. Sono luoghi scoperti molto spesso per caso, grazie al girovagare senza meta di alcuni abitanti-*flâneur* che si allontanano dai percorsi più noti, affollati e istituzionalizzati, e che ci restituiscono un ritratto alternativo della città, fatto di immagini e suoni diversi e inaspettati.¹⁷⁰
- *La città amata (categoria "Cosa ami": bellezza, piacere, gioia):* in questa categoria i post esprimono che cosa i bolognesi amano della loro città, che cosa ritengono bello, o che cosa è per loro fonte di piacere. I post sono vere e proprie dichiarazioni d'amore per la città, che investono tutti i sensi: di Bologna non si amano solo gli scorci e i panorami, ma anche i suoni, gli odori, i sapori. E la città è attraente e desiderata per motivi diversissimi: per le possibilità di incontro e socialità che offre, per il suo caos festoso (la piazza), oppure, al contrario, per gli angoli di calma, per le occasioni di isolamento e solitudine che gli abitanti riescono a trovare in lei (il rifugio)¹⁷¹.
- *La città temuta (categoria "Cosa temi": insicurezza, paura, disgusto, repulsione).* La categoria è scarsamente popolata di post. I sentimenti negativi espressi riguardano sia aspetti sensoriali - lo sporco e il degrado di alcune zone, la paura ancestrale provocata da una casa abbandonata - sia aspetti meno fisici, come il timore che la città possa venire fagocitata in un hinterland insignificante e spersonalizzato.¹⁷²

indaffarata, incredibilmente a misura d'uomo nel gioiello del suo Centro storico: tra sciami di biciclette, botteghe e viuzze, personaggi d'ogni risma e cultura a fiotti. Torni la Rossa e conduca una grande Sinistra, se ne faccia modello e si mostri al mondo come l'ennesima meraviglia della cara vecchia Europa». **ORATORIO SAN GIOVANNI BOSCO:** «Di pomeriggio, mi ritrovo insieme ai miei amici per giocare e divertirci all'oratorio. È una parrocchia molto grande e conosciuta infatti molte persone vengono il pomeriggio a divertirsi. Però ci sono anche delle regole!».

¹⁷⁰ **IL VERDE TRA LE CASE:** «Vagavo senza meta lungo le strade tra Saragozza e Andrea Costa quando un cancello aperto tra due villette ha attirato la mia attenzione: nascosto dietro gli edifici un piccolo parco pubblico accoglieva bambini, anziani e cani, trasmettendo un'impressione di pace e quiete, così diversa dalla trafficata via Andrea Costa appena dietro l'angolo. Mi piacciono questi angoli "segreti", ti fanno sentire un po' ospite in casa, e capire che Bologna ti riserverà sempre qualcosa di nuovo da scoprire». **PIAZZA DELLA PIOGGIA:** «È un angolo romantico di tranquillità, dove tutto sembra sia rimasto fermo da secoli: c'è un bel palazzo antico, il portico della chiesa...e pensare che solo a pochi metri si trova la caotica via indipendenza, che di romantico ha ben poco...un consiglio: se dalla stazione volete arrivare in piazza maggiore, non scegliete la via più semplice (via indipendenza), percorrete piuttosto via galliera e scoprirete scorci davvero meravigliosi».

¹⁷¹ **ARENA PUCCINI:** «Nelle serate afose di luglio è il mio rifugio preferito, mi sembra di essere fuori dal tempo quando varco la soglia del DLF e arrivo alla grande fontana davanti all'arena, uno dei più begli angoli "da vivere" di questa città». **PIAZZA MAGGIORE:** «E' molto bella perché ci sono tante persone, credo che rappresenti molto bene l'unità della nostra città. Ci vado spesso con i miei genitori». **UN CILIEGIO:** «Un ciliegio (almeno credo sia un ciliegio) nel pezzo di ciclabile che da via Azzurra porta in via dell'Arcobaleno, proprio di fianco al parchetto. Incontrarlo le mattine in primavera offrire ai passanti i suoi fiori bianchi in modo così imperturbabile, per il semplice fatto che così deve essere, mi incanta e mi distrae dal resto. Almeno per un momento».

¹⁷² **CASA ABBANDONATA:** «In Via Osoppo, poco prima dell'incrocio con Via Treviso, ho notato una casa abbandonata che mette molto timore. I vetri sono tutti spaccati e si sentono strani rumori che provengono dall'interno. Ho fantasticato tanto su questo luogo tetto e terribile. Ho anche pensato a strane persone che potrebbero viverci dentro...». **BOLOGNA TAKE AWAY:** «In quella sciagurata età in cui uno invece di godersi la prestanza fisica, le poche preoccupazioni economiche e l'abbondanza di tempo libero inizia, a causa di

La dimensione affettiva e intima viene resa dalla mappa di *Percorsi emotivi* attraverso l'impiego di alcune strategie espressive:

- *il racconto*: la componente narrativa emerge in modo significativo in moltissimi post, che si presentano sotto forma di veri e propri racconti di fatti avvenuti nel passato.¹⁷³
- *La multimedialità*: la città viene raccontata non solo attraverso le parole, ma anche attraverso le immagini, le immagini in movimento, i suoni, i disegni. L'invito presente in homepage chiede esplicitamente agli utenti di «condividere parole, immagini e suoni, legati a un luogo di Bologna». Dal punto di vista tecnologico, lo strumento supporta molto bene l'esigenza di multimedialità: il form di inserimento post offre la possibilità non solo di incorporare video presenti su YouTube o Vimeo e immagini in rete, ma anche di caricare direttamente sul server i file multimediali (audio, video, immagini). La mappa è così popolata da post che contengono svariati documenti multimediali: suoni, immagini e video utilizzati per documentare la città, o come citazioni e rimandi più o meno poetici. I suoni di Bologna postati dai cittadini sono i suoni del

pressioni esterne, a chiedersi cosa farà "dopo", in quella età il sottoscritto, incapace come sempre di scegliere una cosa scartandone infinite altre, inizio' col segnarsi cosa NON avrebbe voluto fare. Una di queste cose era stare alle 7:40 sul primo binario della stazione della cittadina lombarda, in attesa del treno regionale per Milano, perennemente in ritardo di 5-10 minuti, giorno dopo giorno (che non si capiva come mai le FF.SS. non cambiassero l'orario di quei 5-10 minuti). Era il treno dei pendolari con la metropoli, carne da macello di prima qualità: ingegneri, informatici, tutta robbia buona insomma, che nella piccola città di provincia non avrebbe mai trovato un lavoro adeguato. Ecco, ho provato la stessa sensazione venerdì scorso, sempre alle 7:40, sempre alla stazione, sempre sul primo binario e sempre aspettando un treno per Milano (sempre in ritardo di 5-10 minuti), ma stavolta ero in una città come Bologna, con malcelate ambizioni metropolitane. Bancari, ingegneri, giornalisti, giovani e vecchi, con l'aria di chi a quel pendolarismo è abituato. Come allora, gente che credeva di studiare per guadagnarsi un posto al sole, e invece il posto era in una carrozza di seconda classe, via dalla casa, dalla famiglia, dagli amici, verso la città assorbente (ma che non assorbe il petrolio del Lambro) che al mattino ispira migliaia di vite e alla sera, come anidride carbonica, le risputa all'origine. Questo il guadagno di una città come Bologna con l'alta velocità? Diventare il nuovo hinterland, la nuova provincia satellite, con vite d'asporto (e la resa dei vuoti?)».

¹⁷³ **FUORI PORTA SAN VITALE:** «Il tram era un drago di ferro verde che aveva un solo occhio tondo e delle antenne che mandavano scintille, quando scampanellando sbucava da sotto il ponte della ferrovia. E a darti la misura della velocità pazzesca alla quale procedeva, soprattutto nella discesa dell'Olmo, c'era l'aria che ti sbatteva in faccia che dovevi chiudere gli occhi, te che eri a bordo seduta sui sedili di legno o in braccio a qualcuno. A me piaceva molto andare in tram, ma i miei genitori quella volta lì che tornavamo dal cinema, si vede che avevano deciso di risparmiare i soldi del biglietto, però senza dirmi niente, che anzi alle mie richieste quand'è che si prende il tram quand'è che si prende il tram, rispondevano sempre alla prossima fermata. Finché arrivammo a casa. A piedi. Andavo a scuola in via Rimesse. Subito dopo la cinta daziaria, prendevi una discesa a destra, e, dopo il passaggio a livello della Veneta, c'era la scuola elementare che aveva due ingressi separati, uno per i maschi e l'altro per le femmine, e davanti un cortile alberato. Adesso ci sono gli uffici del Quartiere. A scuola c'era il sabato fascista e dovevo andarci vestita da Piccola Italiana che la signora maestra ci teneva molto e io non l'avevo mica questa divisa. Mi mettevano indosso una maglietta bianca e una qualunque sottanina nera a pieghe, che anche un orbo avrebbe subito visto che non era una vera divisa, ma alle mie rimostranze i miei dicevano che Balilla e Figli della Lupa erano delle gran sciocchezze per le quali non si poteva mica cacciar via i soldi. In questi sabati fascisti tutta la mattina non si faceva altro che marciare su e giù nel cortile della scuola. E quando non si poteva marciare, perché, metti, pioveva o nevicava, si stava in classe a cantare fischialsassoo-lnomesquillaa-delragazzodi-por-toriaaa-elintre-pidoba-lillaastagigan-tene-lasto-riaaa (...). **L'ASINELLO RECALCITRANTE:** «Fuori dal cancello di quello che adesso è l'ingresso del cinema Lumiere, in un giorno d'autunno del 1940, si fermo' un asinello: Nonostante il proprietario, un omone grosso grosso, lo trascinasse a viva forza l'asinello resisteva, recalcitrante. Dove adesso c'è un cinema e il dipartimento di musica, allora c'era il pubblico macello. E forse l'asinello si rendeva conto che la sua fine era arrivata. Sono passati tanti anni da allora ma non riesco a dimenticare di quel povero animale il rifiuto a morire».

mercato del Parco della montagna, o i suoni delle persone al Parco Talon, o il rumore dei passi sulla neve in una mattinata qualunque, o, ancora, le note della canzone di Francesco Guccini dedicata a via Paolo Fabbri 43o il video di una canzone del gruppo musicale "A Toys Orchestra". Tra i video, oltre alle interviste fatte dalla redazione appartenenti a "Le voci della città in diretta", ci sono, ad esempio, file che insegnano come preparare le "crescentine fritte" o i video dei ragazzi di Filmarci Bologna.

- *Il linguaggio poetico*: sono frequenti post che utilizzano forme espressive di tipo artistico/poetico o che rimandano alla dimensione poetica del linguaggio, sia verbale, che visivo.¹⁷⁴

¹⁷⁴ **S'APRONO I FIORI...** «Saprono i fiori.../Ripenso al tuo sorriso.../Allora non ero così indifferente/ Sorrise./ E non sapevo nemmeno distinguere le illusioni./ La notte, intanto, cullava i suoi figli nascosti, che fluivano lievi con un movimento esitante e spettrale da pesci di madreperla: il singhiozzo acquatico e flebile, il tacito canto dell'usignolo, l'aprirsi dei fiori oscuri, lo scorrere di anime antiche./Tanto facile, Emilio, vederti tornare, scorgere il tuo viso al di là del vetro della berlina dorata./ Ho dovuto abituarli a vederti partire./ Ma queste rose inaspettate (sono in pieno centro a Bologna), col loro colore insolente, il loro profumo dolce, l'apparente incongruenza di questo bell'angolo di vita fra le strade lastricate di grigio, mi donano sollievo./ S'aprono i fiori, stavolta non notturni, nell'ora che penso ai miei cari». **UNA NONNA, UNA CASA:** «Olga,/Olga che stavi oltre le finestre / Olga ruvide mani / Olga fili da ricamo tra i vestiti / Olga dagli occhiali / Perduti / Olga, nonna dai pensieri sottili / Olga, nonna, ultima di una lunga serie, oramai finita / Olga adesso solo nei sogni / Olga soffio di vento che fa presenza / Olga che riposa e sorride dalla mesta Romagna /Olga, / Che cosa c'è dietro l'angolo? / La via maestra».

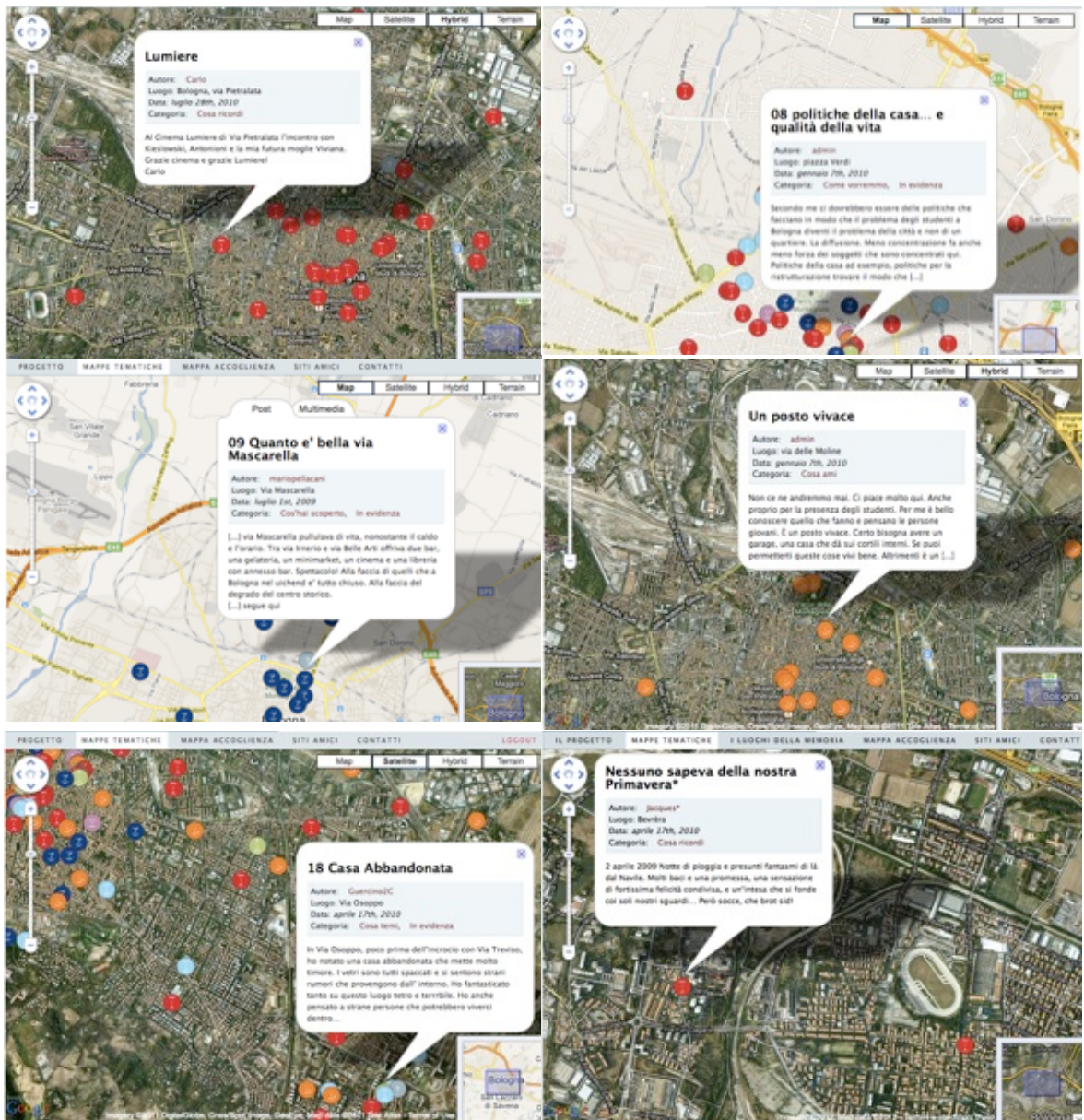


Figura 29 Alcuni post della mappa di Percorsi emotivi

4. PARTECIPARE ALLA SFERA PUBBLICA DIGITALE LOCALE

Les maisons font la ville, mais les citoyens font la cité

Jean-Jacques Rousseau (Du Contrat Social)

Come evidenziano Ciaffi e Mela (Ciaffi e Mela 2006), è a partire dagli anni Novanta che il termine "partecipazione" comincia ad essere utilizzato, anche in Italia, senza quella connotazione di protesta e di carica contestataria che lo aveva caratterizzato negli anni Settanta, quando il termine era diventato un simbolo mitico per indicare un'intera stagione politica e sociale segnata dalla ribellione e dalla contestazione di piazza. Superata la cultura del riflusso e della stagnazione partecipativa degli anni Ottanta, gli anni Novanta vedono l'affiorare di temi legati a un nuovo concetto di partecipazione, che si rifà soprattutto alle esperienze e al dibattito che si è sviluppato in altri contesti europei (soprattutto in Francia e in Inghilterra), dove si parla ormai da qualche anno di *community capacity building*, come capacità delle comunità di cittadini di "fare" e di "organizzare" e dove il termine "partecipazione" è utilizzato soprattutto in relazione ai temi della coesione sociale, della gestione equa e solidale delle città, dei processi di interazione diretta tra decisori ed elettori.

In queste rinnovata accezione, la partecipazione è intesa principalmente come strategia pubblica, ed è legata principalmente alla dimensione pubblica del potere:

«la partecipazione viene evocata in molti contesti con significati diversi e le vengono attribuiti significati che tendono a sottolineare, per lo più, una strategia pubblica (...) è un metodo e ancora di più un modo di essere della pubblica amministrazione che costituisce politiche innovative, che interagisce con le diverse espressioni della società civile e che apre un dialogo con l'insieme dei cittadini. La partecipazione così concepita, può essere estesa ai più svariati campi dell'attività pubblica, dall'organizzazione dei servizi alle politiche di welfare, dal mondo della scuola a quello dell'attività culturale ed artistica, dalla promozione della salute alla tutela dell'ambiente e alla prevenzione dei rischi.» (Ciaffi e Mela, 2006, p.14)

La partecipazione può essere intesa come un connettore tra potere pubblico e cittadinanza, un modo per includere e coinvolgere attivamente le persone nei processi decisionali che, a vari livelli, interessano la loro vita. In una visione molto moderna e illuminista, che misura la salute della democrazia anche in relazione livello di attivazione e di coinvolgimento dei cittadini nella "cosa pubblica", la partecipazione così intesa è considerata uno degli ingredienti decisivi sui cui le società democratiche dovrebbero basare i propri processi decisionali.

In quest'ottica, le politiche pubbliche degli ultimi anni, a diversi livelli territoriali e in diversi ambiti di intervento, hanno fatto della partecipazione una parola chiave:

dalle politiche per lo sviluppo sostenibile e per la salvaguardia dell'ambiente,¹⁷⁵ alle politiche di pianificazione e urbanistica, alle politiche di valorizzazione dei patrimoni culturali e del paesaggio,¹⁷⁶ il coinvolgimento diretto dei cittadini è la strategia su cui puntare, almeno negli intenti.

L'affermarsi del modello dello sviluppo locale (Triglia 2005) e dello sviluppo sostenibile (Donolo 2007) come modello in molte politiche pubbliche ha evidenziato la necessità di approcciarsi in chiave territoriale/locale anche al tema della partecipazione. In tutti i settori sopra citati, la dimensione locale della partecipazione - l'attivazione e il coinvolgimento diretto dei cittadini nelle politiche locali che interessano il territorio in cui vivono - sta emergendo come decisiva, anche in relazione ai processi di *governance*, che spingono sempre di più verso la cooperazione tra i soggetti pubblici e i portatori di interessi locali nella definizione, gestione e attuazione delle politiche locali.

Il territorio è un vettore fondamentale per l'attivazione della partecipazione: come è stato sottolineato (Ciaffi e Mela, 2006), la dimensione spaziale si configura come una delle dimensioni più significative nel mobilitare e attivare i cittadini. Questo per almeno tre motivi: in primo luogo perché le persone si mobilitano con più facilità in relazioni a cambiamenti (positivi o negativi) che riguardano da vicino il luogo in cui vivono e con cui devono quotidianamente relazionarsi (e il territorio e le sue risorse sono sempre più spesso la posta in gioco del potere e dei processi decisionali). In secondo luogo perché ogni processo di tipo partecipativo richiede di essere alimentato da risorse, saperi, conoscenza collettiva, che sono più facilmente generati dall'appartenenza a un contesto comune. La condivisione di un ambiente di vita genera intelligenza collettiva, saperi locali che si dimostrano essere ingredienti necessari allo sviluppo, all'alimentazione, al successo della partecipazione. Infine, la dimensione simbolica e quella affettiva sono condizioni a priori necessarie e fondamentali per motivare, mobilitare e attivare le persone: l'investimento valoriale, simbolico, identitario dei luoghi della nostra vita quotidiana è, da questo punto di vista, un vettore decisivo per l'attivazione dei cittadini.

La partecipazione, in tesa in questa accezione pubblica e locale, ha con le reti digitali una relazione che viene da lontano: fin dalla loro nascita, le reti telematiche vengono utilizzate dai pionieri con uno spirito decisamente partecipativo, civico e locale. Si può dire che uno degli stimoli più forti che porta alla nascita delle comunità telematiche, in USA, Canada e Europa, sia proprio la necessità di promuovere la partecipazione civica locale. Quella che oggi viene identificata come "informatica civica", e alla quale si collegano le esperienze di *e-government* e di *e-democracy*, ha le sue radici proprio in alcune prime spontanee e non organizzate sperimentazioni di *civic networking* o di *community networking* che usano la telematica a livello locale,

¹⁷⁵ Si vedano, ad esempio, le esperienze delle Agende21 locali

¹⁷⁶ Si veda la Convenzione Europea per il Paesaggio, la Convenzione UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, l'esperienza della *nouvelle muséologie*

per condividere, tra i membri delle comunità urbane, conoscenze sulla città.¹⁷⁷

Nel corso degli anni Novanta, lo spirito pionieristico, *grass root* e comunitario di queste prime reti telematiche locali viene progressivamente istituzionalizzato dalle amministrazioni pubbliche, che cominciano a utilizzare la rete per la fornitura di servizi informativi ai cittadini. Nascono così i primi siti web delle pubbliche amministrazioni locali che si caratterizzano per forme di comunicazione più gerarchiche e unidirezionali, per lo più di carattere informativo e istituzionale, svuotando la telematica civica della carica partecipativa delle origini.

Negli ultimi anni, il boom del web 2.0 e dei social network ha riportato in primo piano la dimensione comunitaria e partecipativa che caratterizzava le prime esperienze telematiche locali. La partecipazione è diventata la nuova parola *trendy* che caratterizza il web del nuovo millennio e si assiste al diffondersi su larga scala di servizi e spazi che permettono nuove forme di condivisione di contenuti, conoscenze ed esperienze locali e *grassroot*.

Tralasciando l'uso spontaneo che le persone possono fare di strumenti come Facebook e Twitter e di altri social network per interessarsi e partecipare ai discorsi pubblici legati ai luoghi in cui vivono, questo capitolo fa riferimento a iniziative e strumenti web sviluppati appositamente per promuovere il coinvolgimento in quella che può essere definita la "sfera pubblica digitale locale", secondo un modello e un'idea di partecipazione digitale che fa esplicito riferimento alle teorie della sfera pubblica di Habermas (Schuler, 1994; De Cindio et alii 2008A; Coleman e Blumler, 2009), come elemento fondamentale di sviluppo della democrazia partecipativa.

4.1 Una sfera pubblica digitale locale

Nel panorama dei network digitali e delle ICT, l'informatica civica si occupa da anni, e ancora prima dell'affermarsi del web 2.0, del tema della partecipazione (*e-participation*) come strategia per lo sviluppo della democrazia elettronica (*e-democracy*)

Nelle "Linee Guida per la promozione della cittadinanza digitale" (2004), il concetto di democrazia elettronica viene articolato in alcune sotto-dimensioni, collegate al concetto più generale di democrazia, in relazione alle quali viene promosso l'intervento delle tecnologie digitali e di rete:

- la dimensione dell'*inclusione sociale*: pre-condizione essenziale, nel caso specifico dell'*e-democracy* si traduce in inclusione nella società dell'informazione (è necessario contrastare il *digital divide*, con riferimento all'accesso alle infrastrutture, ai servizi, agli strumenti culturali adeguati);

¹⁷⁷ Si veda, ad esempio l'esperienza Community Memory Project (Cmp), realizzato a San Francisco nei primi anni '70 e che da molti è considerato il primo embrione di rete civica.

- *la dimensione dell'accesso all'informazione*, con particolare riferimento a quella prodotta dai soggetti pubblici. Il richiamo è alla trasparenza dei processi decisionali politici in democrazia, alla possibilità di esprimere un consenso informato e di esercitare un controllo democratico sull'operato delle istituzioni);
- *la dimensione dell'accesso alla sfera pubblica*: l'effettiva possibilità di produrre informazione e di partecipare alla formazione delle opinioni, attraverso la partecipazione al dialogo fra cittadini e istituzioni, in un confronto aperto che deve coinvolgere tutti gli attori sociali;
- *la dimensione elettorale*: il riferimento è ai processi elettorali di selezione della classe politica e di formazione dei governi e delle assemblee rappresentative. L'attenzione è posta al processo di voto, il meccanismo alla base del modello di democrazia rappresentativa. Sono in quest'ambito possibili innovazioni riguardanti le modalità di selezione delle candidature e di formazione delle liste elettorali, le modalità tecniche della votazione (voto a distanza, noto come *e-vote* o voto elettronico);
- *la dimensione dell'iniziativa diretta da parte dei cittadini*, in occasione di referendum, proposte di iniziativa popolare, e forme spontanee come petizioni, appelli, costituzione di gruppi informali e associazioni;
- *la dimensione del coinvolgimento dei cittadini e delle loro forme associative in specifici processi decisionali*: ad esempio nei tavoli locali di concertazione delle politiche di sviluppo locale, nelle Agende 21, nei patti territoriali, nell'urbanistica partecipata, nei bilanci partecipativi, nella predisposizione dei piani urbani dei tempi, del traffico, dei rifiuti, ecc.).

Nell'ambito di questo modello, i media - vecchi e nuovi - sono considerati principalmente nella loro funzione di vettori di cittadinanza, strumenti preziosi che permettono di sviluppare la sfera pubblica, garantendo in questo modo la partecipazione dei cittadini all'arena del potere.

In tutte queste iniziative, la partecipazione è vista sostanzialmente come partecipazione alla "sfera pubblica", quello spazio di comunicazione tra società civile e potere alla base del funzionamento delle società democratiche. La sfera pubblica è lo spazio pubblico razionale, libero, critico che garantisce ai liberi cittadini di accedere alle informazioni inerenti il potere, permettendo la nascita di opinioni che si possono confrontare sulla base di un dialogo trasparente, libero e razionale. E' lo spazio dell'uso pubblico della ragione (l'agorà greca), che si rifà al modello della razionalità argomentativa e di una società «vista come un insieme dialogico, dove ogni finalità particolare si legittima solo all'interno di un'intesa tra liberi interlocutori forniti degli stessi diritti». E' lo spazio libero e indipendente che deve essere rafforzato e difeso dall'invasione di fattori inquinanti, quali ad esempio le ineguaglianze dei diritti civili, che condizionano l'accesso alla sfera pubblica (il dialogo deve essere aperto a tutti); l'opacità del potere e la sua tendenza a sottrarsi alla visibilità e al controllo, la

spettacolarizzazione-mediatizzazione-della sfera pubblica, l'ideologia e l'irrazionalità, la dimensione privata e gli interessi personali.

In relazione a tutto ciò, la rete è considerata una risorsa preziosa in grado di promuovere e rafforzare la sfera pubblica, contrapponendosi alle tendenze invasive, massificanti e degenerative che i media di massa hanno generato. Lo sviluppo della partecipazione digitale e dunque della sfera pubblica digitale è, per questo modello, la strada da seguire per l'affermazione dell'*e-democracy*.

In Italia, a parte poche esperienze di lunga data (come quella della rete *Iperbole*, di Bologna,¹⁷⁸ o quella della rete civica di Milano *Partecipami*¹⁷⁹), si rileva un boom delle sperimentazioni di *e-democracy* a partire dai primi anni del 2000 grazie ai finanziamenti che il CNIPA¹⁸⁰ mette a disposizione. Nonostante il proliferare di progetti e di iniziative, che spesso coinvolgono anche le amministrazioni pubbliche e gli enti locali nella veste di soggetti promotori, la stagione porta alla luce grandi criticità ed è considerata, in relazione agli impatti sui processi decisionali, del tutto fallimentare. Gli strumenti tecnologici spesso interessanti e innovativi sviluppati nell'ambito dei progetti sono di fatto utilizzati dalle pubbliche amministrazioni solo a fini informativi o di servizio e il loro potenziale partecipativo rimane quasi del tutto non sfruttato.¹⁸¹

Al termine di questa stagione, i portali di *e-participation* locali sembravano dunque destinati a un'involuzione verso semplici portali istituzionali e puramente informativi.

L'avvento del web 2.0 porta una ventata di aria nuova, in grado di ridare fiducia ai molti che, visti gli esiti critici delle esperienze degli anni Novanta e dei primi anni del 2000, avevano dovuto convertirsi a un'idea più sobria del ruolo che le ICT potevano giocare nei processi di partecipazione e nello sviluppo della democrazia partecipativa, anche a livello locale:

«C'eravamo abituati a pensare che una qualunque grande teoria in materia di democrazia elettronica, rivolta al perseguimento dell'ideale dell'agorà greca, o della sfera pubblica habermasiana, era purtroppo destinata a non compiersi» (Lusoli 2010, P. 32)

¹⁷⁸ La rete civica IPERBOLE (<http://www.comune.bologna.it>) è un servizio attivo dal 9 gennaio 1995. Quella di Bologna è stata la prima amministrazione comunale - provider pubblico in Italia. La rete civica IPERBOLE è promossa e finanziata dal Comune per sviluppare Società dell'Informazione e della Conoscenza a livello metropolitano.

¹⁷⁹ <http://www.partecipami.it/>

¹⁸⁰ Centro Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione, ora DigitPA - Ente nazionale per la digitalizzazione della pubblica amministrazione: <http://www.digitpa.gov.it/>

¹⁸¹ I fattori critici individuati, ad esempio, nelle sperimentazioni dell'Emilia Romagna (2007), riguardano in particolare il problema del digital divide, il coinvolgimento dei decisori nei processi di *e-democracy*, la capacità di impatto reale di questi processi e, in generale, una scarsa cultura della partecipazione nell'ambito delle pubbliche amministrazioni (Franceschini 2010)

Il nuovo set di strumenti per la produzione e la condivisione di informazioni e di contenuti *grassroot* e *bottom up* messo a disposizione dal web 2.0 e dai social network dà nuova linfa alla dimensione partecipativa e sociale della rete. A fianco alle esperienze più tradizionali di *e-participation* si assiste così all'affermarsi di ambiti di partecipazione e coinvolgimento digitale a livello locale, la maggior parte delle volte scollegati però dagli ambiti istituzionali delle *governance* locali.

De Cindio e Peraboni (2011) hanno analizzato alcune recenti esperienze di *e-participation* legate agli ambienti urbani, prendendo come riferimento i tre livelli di partecipazione individuati dall'OCSE (2001):

- *livello 1*: informazione/trasparenza - il potere pubblico produce e diffonde informazione sulla sua attività e sui processi decisionali, affinché i cittadini possano essere informati. Rientrano in questa categoria le iniziative che mirano a raccogliere e condividere informazioni di pubblica utilità prodotti direttamente dai cittadini;
- *livello 2*: consultazione - i cittadini sono chiamati ad esprimere la propria opinione e la propria valutazione su tematiche pubbliche. E' il livello del dibattito pubblico e della deliberazione;
- *livello 3*: partecipazione attiva - i cittadini sono coinvolti attivamente dal governo nel processo decisionale: collaborano insieme ai decisori nella definizione degli interventi e delle politiche pubbliche.

Secondo la loro analisi, la maggior parte delle iniziative di *e-participation* si collocherebbe al primo livello della scala OCSE della partecipazione, quello dell'informazione e della trasparenza.

In questo livello sono collocati, infatti:

- i siti istituzionali che mettono a disposizione gli atti pubblici, la documentazione inerente i processi decisionali o altre informazioni utili sulla città, secondo modalità di comunicazione generalmente *top-down* e gerarchiche, anche se innovate dalla dinamicità dei dati in *real-time*, o della georeferenziazione. A questo livello, le esperienze più interessanti riguardano le possibilità di sfruttare gli open-data messi a disposizione dalle pubbliche amministrazioni, molte delle quali contengono informazioni geo-referenziate.¹⁸² Si vedano come esempio, l'esperienza dell'Amministrazione Obama e, a livello municipale, quella della città di Philadelphia.¹⁸³
- le esperienze che puntano a sviluppare e a condividere l'intelligenza collettiva sulla città, raccogliendo e condividendo informazioni di pubblica utilità in possesso dai cittadini. Si vedano, ad esempio: l'esperienza inglese *Fix MyStreet*,¹⁸⁴ o, in Italia, *Decoro Urbano*¹⁸⁵, *e-part*¹⁸⁶ e *IrisVenezia*,¹⁸⁷

¹⁸² <http://www.data.gov/>

¹⁸³ <http://www.opendataphilly.org/>

¹⁸⁴ Allegato 1 scheda 59

¹⁸⁵ Allegato 1 scheda 61

¹⁸⁶ Allegato 1 scheda 62

¹⁸⁷ Allegato 1 scheda 60

quest'ultima gestita direttamente dal Comune di Venezia, che permettono di segnalare su una mappa problemi relativi agli spazi pubblici; o *ChicagoEveryBlock*¹⁸⁸, che raccoglie dati e informazioni di diverso tipo legate ai quartieri di Chicago, commentabili e integrabili dagli abitanti.

Le iniziative di *local neighborhood networking*, più propriamente deliberative e partecipative (livelli 2 e 3 della partecipazione nella scala OCSE), in cui la rete viene utilizzata per coinvolgere attivamente abitanti in discussioni e decisioni riguardo al posto in cui vivono, sono ovviamente di più difficile attuazione e diffusione, sia a causa dell'impegno che richiedono ai cittadini in termini di tempo e disponibilità, sia per la difficoltà, da parte delle amministrazioni pubbliche, di aprire alcuni processi decisionali alla vera partecipazione dal basso. Nelle esperienze di *local engagement*, il coinvolgimento degli amministratori pubblici risulta tuttavia un fattore chiave, per assicurare che la partecipazione dei cittadini e le loro discussioni in rete abbiano effettive ricadute.

A questo proposito risulta significativo il caso di *The Virtual Birmingham Briefing Hub*,¹⁸⁹ un'iniziativa del comune di Birmingham che utilizzando *mesh-up* tra mondi virtuali (Second Life e Google Earth) cercava di coinvolgere i cittadini in consultazioni pubbliche riguardanti nuovi insediamenti abitativi in città. Abbandonando il mondo virtuale, altre esperienze più recenti cercano di integrare processi partecipativi *face-to-face* con le possibilità offerte da tecnologie *mobile* e web: il progetto Hub2 (2008), ad esempio, ha realizzato una serie di workshop di comunità in cui i residenti del quartiere Chinatown di Boston sono stati invitati a partecipare a un gioco sul loro quartiere, chiamato *Participatory Chinatown*,¹⁹⁰ che prevedeva l'interazione nello spazio fisico e in rete per la progettazione partecipata di un parco pubblico.

4.2 ComunalMilano2011

Nell'ambito del modello di «sfera pubblica locale digitale», openDCN¹⁹¹ (*Deliberative Community Networks*) è uno dei casi più significativi. Si tratta di una piattaforma software sviluppata appositamente per supportare processi partecipativi on-line, in cui la dimensione dialogica e deliberativa, come lo stesso nome del software suggerisce, ha un'importanza centrale. Il software, nato in seno all'esperienza di Rete Civica Milanese, è sviluppato dal laboratorio di informatica civica del Dipartimento di Informatica e Comunicazione dell'Università di Milano nell'ambito di un progetto finanziato dal CNIPA nel 2004 e successivamente implementato con nuovi aggiornamenti e funzionalità.

La piattaforma mette a disposizione un cassetta di attrezzi differenziati che permettono di progettare e gestire on-line le diverse fasi in cui un processo

¹⁸⁸ Allegato 1 scheda 63

¹⁸⁹ <http://www.digitalbirmingham.co.uk/city/virtual-birmingham/bscape-the-virtual-birmingham-briefing-hub>

¹⁹⁰ Allegato 1 scheda 64

¹⁹¹ Allegato 1 scheda 65

partecipativo deliberativo può articolarsi (discussioni informate, *brainstorming*, *petitioning*, consultazioni, meeting deliberativi)

Tra le diverse esperienze di partecipazione, legate principalmente ai contesti urbani, in cui OpenDCN è stato utilizzato, si è scelto qui di riportare il caso di "Comunali Milano 2011", l'ambiente dedicato alla promozione del confronto tra cittadini e candidati, attivato in occasione delle elezioni amministrative del 2011 nel Comune di Milano.

Come sottolinea de Cindio, progettista dell'ambiente, la progettazione dello spazio on-line ha seguito le linee guida per lo sviluppo di *digital habitat*¹⁹² deliberativi già delineate da altre esperienze (De Cindio e Peraboni, 2010a). In estrema sintesi, esse prevedono l'articolazione delle interazioni in quattro spazi:

- il *community space* in cui i partecipanti portano avanti discussioni libere, cioè non finalizzate al raggiungimento di alcuno specifico risultato deliberativo, ma fondamentali per conoscersi, creare una abitudine al dialogo civile e responsabile, e di conseguenza un senso di fiducia reciproca nel rispetto di opinioni diverse;
- il *deliberative space* in cui i partecipati portano avanti discussioni più finalizzate, possibilmente con un esito ben definito;
- il *personal space* in cui emergono le identità e i profili dei partecipanti, ed eventualmente le loro relazioni in modo analogo a quanto accade nei social network sites;
- l'*information space* finalizzato a contenere e presentare il materiale informativo utile alle attività degli altri spazi (documenti, link, immagini, video e qualsiasi altra risorsa informativa) fornito e pubblicato dagli attori sociali coinvolti: istituzioni, associazioni, cittadini. (Bertone, de Cindio, Krzątała-Jaworska, in press)

Questi spazi sono stati integrati all'interno di ComunaliMilano2011 in un modello articolato di *e-participation*, che ha contribuito allo sviluppo del dialogo civico cittadino incorporando e ri-mediando (Bolter e Grusin 1999) al suo interno diversi modelli comunicativi.

Di seguito è proposta un'analisi del modello di sfera pubblica digitale che il sito incarna.

¹⁹² Con "digital habitat" De Cindio intende «un sito web, o più in generale uno spazio on-line, dotato di appropriati strumenti software, che permette, a amministrazioni pubbliche o a movimenti dal basso, di realizzare e gestire iniziative di partecipazione e deliberazione».



Figura 30 Home page di ComunalMilano2011

ComunalMilano2011 può essere considerato un'articolata rimediatazione digitale del forum e dell'agorà, le metafore più utilizzate negli ambienti di *e-participation* fin dalla nascita delle comunità virtuali e delle reti civiche. Il modello del forum - lo spazio pubblico in cui liberi cittadini si confrontano in modo razionale, sostenendo le proprie idee, appoggiando o criticando in modo trasparente quelle di altri, giudicando e decidendo secondo regole condivise - è rimodellato da ComunalMilano2011 con modalità che valorizzano i suoi ingredienti costitutivi: la razionalità, il dialogo, il consenso, la trasparenza, le regole.

La razionalità nella discussione

Nelle pubblicazioni accademiche che fanno da cornice teorica alla piattaforma, il tema della razionalità della discussione e dell'intero processo partecipativo viene richiamato più volte, a due diversi livelli:

- come obiettivo a cui deve puntare la partecipazione: il dialogo deve essere produttivo e finalizzato a un obiettivo, deve essere razionale in vista di uno scopo: «un dialogo pubblico infinito, che non giunge a decisioni concrete diventa frustrante per i partecipanti» (De Cindio e Peraboni 2010, p.15);
- come garanzia metodologica per garantire il successo del confronto: gli ambienti openDCN sono progettati per «incoraggiare i partecipanti a supportare i propri argomenti con materiale informativo», al fine di evitare che il dialogo pubblico diventi ideologico e perda razionalità (il fatto, l'informazione, il dato trasparente come garanzia del dialogo civile).

L'ambiente offre a tal fine strumenti avanzati per condividere e visualizzare risorse informative (immagini, link, video), come documentazione a supporto degli interventi e delle opinioni di ciascun partecipante al dialogo nell'arena pubblica. A fianco del *thread* di discussione si crea così uno spazio informativo alimentabile da ogni partecipante e collegato agli interventi nel forum, a cui ogni lettore può accedere per approfondire la discussione con informazioni esterne aggiuntive (cfr. figura 34). L'importanza conferita alla dimensione razionale del dialogo è evidente soprattutto nella sezione "Problemi e proposte" (cfr. figura. 31), che facilita l'aggregazione delle proposte dei cittadini attorno a un problema precedentemente identificato, onde limitare il dialogo disorganizzato non finalizzato a qualche obiettivo.

La trasparenza

Lo spazio del dialogo pubblico deve essere uno spazio trasparente in cui ogni partecipante è tenuto a dichiarare la propria identità e in cui le regole che governano il processo sono condivise tra tutti gli attori in gioco. In *ComunaliMilano2011* la promozione della trasparenza del dialogo avviene in diversi modi. In primo luogo, a livello di identificazione dei partecipanti al momento della registrazione: ogni partecipante è tenuto a registrarsi con il proprio nome e cognome (campi obbligatori nel form di registrazione) e queste informazioni compariranno in ogni post che verrà inviato. Questa scelta, che esclude anche la possibilità di utilizzare *nickname*, va nella direzione di contrastare la tendenza all'anonimità degli spazi di interazione sul web, collegando per quanto possibile le identità on-line a quelle fisiche reali (De Cindio e Peraboni 2011). Tutti i partecipanti sono invitati così a "metterci la faccia", caricando anche una fotografia che li possa identificare. Cliccando sul nome di un partecipante è possibile accedere a una scheda che ci informa, oltre che sul suo profilo, sull'attività della persona nell'ambiente on-line (cfr. figura 32).

La politica della trasparenza caratterizza in particolar modo la modalità di presentazione dei candidati ai quali sono dedicate sezioni specifiche costituite da:

- uno spazio informativo, che presenta informazioni di base quali: il nome della lista in cui il candidato si presenta (di cui viene anche mostrato il simbolo grafico); la carica per cui si presenta (sindaco, consigliere comunale e/o di zona); un testo che illustra le motivazioni della candidatura e/o il programma; un testo per presentare il proprio curriculum (entrambi i testi possono includere filmati); la email ed eventualmente il link al proprio sito web elettorale;
- una discussione dedicata nel Forum in cui il candidato può incontrare e discutere con i cittadini interessati il suo programma elettorale o le sue posizioni politiche.

La fiducia reciproca: le regole della gioco per un dialogo civile e corretto in un campo neutro di discussione

I membri della comunità ComunalMilano2011 sono tenuti a rispettare un "Galateo" che ognuno di essi sottoscrive al momento della registrazione: «il Galateo definisce gli standard e le regole di comportamento on-line, finalizzati a garantire, oltre il rispetto di una semplice *netiquette* e della normativa legale, lo sviluppo di un dialogo corretto, in un ambiente di fiducia in cui ogni persona possa sentirsi libero di esprimere le sue idee liberamente» (De Cindio e Peraboni 2011). L'ambiente è moderato da un moderatore-arbitro, che ha il compito di verificare la conformità dei messaggi alle regole del galateo prima di pubblicarli e di evitare il degenerare della conversazione in *flames*. La moderazione è comunque trasparente: nel caso i messaggi non vengano approvati, viene di norma inviato un messaggio all'autore, spiegando il motivo della non pubblicazione e invitandolo a modificare o eliminare gli elementi non conformi al Galateo.

Oltre al moderatore, un altro fattore è garanzia della trasparenza e correttezza dialogo: il fatto che esso avvenga in un ambiente gestito da un soggetto "neutro" (la Fondazione Rete Civica di Milano) che può giocare il ruolo di garante esterno per facilitare il dialogo tra cittadini, candidati e amministratori locali.

L'incorporazione di altri media

Oltre che al modello del Forum, ComunalMilano2011 incorpora nel suo ambiente anche altre tipologie di media, seppur in modo più debole e con minor efficacia comunicativa. Il modello dei social network, ad esempio, viene incorporato nel sito con modalità differenti, a volte come semplice citazione (la finestra Facebook presente in home-page), altre volte in modo più spinto, importando nel Forum alcuni codici tipici come lo *share*, il *rating*, i Feed RSS, il "mi piace", che però, benché siano assai conosciuti e utilizzati in altri contesti (ad esempio in Facebook e in YouTube), in ComunalMilano2011 non hanno molto successo. L'integrazione tra il modello del forum e quello dei social network è in realtà un'operazione assai problematica e delicata, ed è tutt'altro che automatico considerare i social network come rimediazioni digitali spontanee, immediate, e soprattutto efficaci, del modello del forum pubblico. L'esperienza di ComunalMilano2011 suggerisce che realizzare una osmosi efficace con i social network è più impegnativo di quanto si pensi.

Il sito incorpora anche media provenienti dalla tradizione del *broadcast*: la funzione informativa del sito è, ad esempio, supportata dalla rimediazione della stampa, unico mass-media che viene regolarmente incorporato nel sito e a cui il *community manager* dedica sistematicamente spazio e attenzione, selezionando gli articoli di interesse da sottoporre all'attenzione degli utenti nello spazio delle News. Gli articoli a stampa vengono incorporati nel sito sotto forma di citazioni testuali in post all'interno di un *thread* dedicato ("Elezioni Milano 2011: sui giornali e in rete") all'interno della sezione News: essi sono così fagocitati e rimodellati dal modello predominante del

Forum, che, come viene sottolineato dallo stesso *community manager*, li trasforma profondamente, facendoli diventare, da testi statici e autoriali, «stimoli aperti alla pubblica discussione».

Il modello del Forum, infine, impone a tutta la piattaforma la predominanza della parola e del linguaggio verbale, mettendo in secondo piano altri linguaggi espressivi, come quelli iconici e audiovisivi. Fotografie e video sono presenti nel sito, ma anch'essi sono decisamente rimodellati, perdendo del tutto autonomia espressiva e assumendo, all'interno del Forum e nella sezione Problemi e Proposte, la funzione principale di risorsa informativa, prova, dato "fattuale" su cui sviluppare il dialogo civico. La predominanza del modello verbale del forum riporta a un modello molto tradizionale di discussione politica che richiede tempo, disponibilità di ascolto, voglia di approfondimento. Come si può vedere dall'analisi riportata nel paragrafo 4.3, questo tipo di rimediazione della sfera pubblica finisce inevitabilmente per selezionare la propria utenza tra il pubblico meno giovane, più istruito e più impegnato.



Figura 31 Lo spazio dedicato a una proposta

Valerio Onida

Attività Recenti Info

Interventi in Problemi e Proposte

Non ci sono ancora attività

Interventi all'interno di discussioni

interviene nella discussione "Cari tutti..." La lettera di Valerio ai sostenitori nella Discussione Informata Forum
il 23-11-2010 alle 14:55

ha aperto una nuova discussione "Cari tutti..." La lettera di Valerio ai sostenitori nella Discussione Informata Forum
il 22-11-2010 alle 12:32

interviene nella discussione inquinamento da "campagna elettorale" nella Discussione Informata Forum
il 17-11-2010 alle 21:55

interviene nella discussione Campagna elettorale, guerra tra creativi e spin doctor: ecco le squadre per la caccia al voto nella Discussione Informata Forum
il 09-11-2010 alle 15:53

interviene nella discussione Far funzionare Milano, senza slogan o interessi di parte. Io so come si fa nella Discussione Informata Forum
il 30-10-2010 alle 15:59

ha aperto una nuova discussione 23/10/2010 10.30: al Teatro Elfo Puccini Valerio Onida Presenta il suo programma per governare Milano. Davvero, nella Discussione Informata Archivio Eventi Primarie centrosinistra Milano 2010
il 22-10-2010 alle 18:04





























interviene nella discussione Far funzionare Milano, senza slogan o interessi di parte. Io so come si fa nella Discussione Informata Forum
il 22-10-2010 alle 16:45

ha aperto una nuova discussione Far funzionare Milano, senza slogan o interessi di parte. Io so come si fa nella Discussione Informata

Figura 32 Profilo dell'utente: attività recente

Utenti visualizzati 181 - 210 di 293

« Precedente 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Successiva »


 Franco Meazza	 Lorenzo Mele	 Massimiliano Melley	 Anna Maria Melone	 Elsa Mercurio
 Beria Metta	 Iaria Miani	 Guido Miserandino	 Valter Molinaro	 Nadia Mondì
 Carlo Montalbetti	 Fabrizio Montuori	 Marco Morandi	 Patrizia Morassut	 Letizia Moratti
 Claudio Morelli	 Valentina Morelli	 Leonida Mosca	 Maurizio Mottini	 Viola Nicodano
 Enrica Noseda	 Valerio Onida	 Annibale Osti	 Francesca Pace	 Giancarlo Pagliarini
 Marfredi Palmieri	 Daniela Papa	 Daniele Pardo	 Elena Paredi	 Laura Pasquali

Utenti visualizzati 181 - 210 di 293

« Precedente 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Successiva »

Figura 33 I partecipanti alla community on-line

Candidato Sindaco del Partito Comunista dei Lavoratori: Fabrizio Montuori

Inviato da  Fabrizio Montuori il 06-03-2011 alle 10:11 [Leggi/Nascondi](#)
0 consensi
Segnala - Segnalato rilevante da 0 persone.

Il Partito Comunista dei Lavoratori si presenta autonomamente con una propria lista e un proprio candidato sindaco alle elezioni comunali di Milano.

Il PCL si candida autonomamente proseguendo nella battaglia che lo caratterizza dalla nascita a difesa dei lavoratori e dei ceti popolari, in aperta contrapposizione con le svariate alleanze di centrosinistra il cui baricentro è fondato su ipotesi di governo dell'esistente. Noi rivendichiamo la lotta per un'alternativa di società, per un governo dei lavoratori, per un progetto anticapitalistico che si batte per le necessità della vita umana contro le regole del profitto.

Ogni presentazione è e sarà per noi nel solco della lotta contro i governi della borghesia, all'opposizione, indisponibili a politiche riformiste illusorie che tradiscono una volta entrati nelle maggioranze tutti i programmi di miglioramento sociale.







Il nostro programma elettorale è un programma di obiettivi di lotta, per i quali saremo sempre disponibili alla formazione di grandi fronti unitari con tutti i soggetti politici che intendono battersi per gli interessi degli oppressi di questa società, contro gli interessi dei padroni e degli speculatori.

Per questo motivo il candidato alla carica di sindaco per la città meneghina del PCL è Fabrizio Montuori

[Rispondi](#)
[Share](#) | [Facebook](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#) | [Google+](#) | [Print](#)

Commenti (14)

[Espandi tutto](#) | [Comprimi tutto](#) | [Notificami nuovi commenti](#)

- Inviato da  Fabrizio Montuori il 06-03-2011 alle 23:42
0 consensi
Segnala - Segnalato rilevante da 0 persone.
- Inviato da  Alberto Liati il 07-03-2011 alle 09:51
0 consensi
Segnala - Segnalato rilevante da 0 persone.
- Inviato da  Fabrizio Montuori il 08-03-2011 alle 19:55
0 consensi
Segnala - Segnalato rilevante da 0 persone.
- Inviato da  Oliverio Gentile il 08-03-2011 alle 21:12
0 consensi
Segnala - Segnalato rilevante da 0 persone.
- Inviato da  Alberto Liati il 08-03-2011 alle 22:37
0 consensi
Segnala - Segnalato rilevante da 0 persone.
- Inviato da  Fabrizio Montuori il 08-03-2011 alle 22:55
0 consensi

Materiale informativo

[Inserisci una risorsa nell'Area Informativa](#)

Vulcano intervista Fabrizio Montuori

0 consensi

Segnala - Segnalato rilevante da 0 persone.

 [Vulcano intervista Fabrizio Montuori](#)


[Vai al messaggio](#)

Risorsa inserita/modificata da Denis Trivellato il 16-03-2011 alle 22:24

2parte intervista a Fabrizio Montuori candidato Sindaco di Milano

0 consensi

Segnala - Segnalato rilevante da 0 persone.

 [2parte Intervista a Fabrizio Montuori candidato Sindaco di Milano](#)




[Vai al messaggio](#)

Risorsa inserita/modificata da Alessandro Magara il 10-03-2011 alle 14:24

1parte intervista Fabrizio Montuori candidato Sindaco di Milano

0 consensi

Segnala - Segnalato rilevante da 0 persone.

 [1parte intervista Fabrizio Montuori candidato Sindaco di Milano](#)



[Vai al messaggio](#)

Risorsa inserita/modificata da Alessandro Magara il 10-03-2011 alle 14:24

Figura 34 Un thread nella sezione Forum

4.3. Uno strumento per riprogrammare le reti locali

Tra il giugno e l'agosto del 2011 è stata condotta, in collaborazione con il Laboratorio di Informatica Civica dell'Università di Milano, un'indagine sui membri della comunità on-line di *ComunaliMilano2011* per capire come questo strumento di *civic engagement* è stato incorporato nelle loro pratiche mediali durante il periodo di discussione pre-elettorale.

L'esperienza quotidiana delle persone è diventata sempre più ipermediata: il rapporto con la realtà, la produzione e l'accesso alle informazioni avviene attraverso una costellazione di media, vecchi e nuovi, ognuno dei quali mette in gioco codici culturali – e quindi visioni del mondo – differenziati. Secondo Castells (Castells 2009) questa multimodalità e multicanalità che contraddistingue l'esperienza delle persone nell'epoca della Network Society è uno dei fattori determinanti per la formazione di quel nuovo tipo di pubblico-utente che lui definisce audience creativa e che costituisce un vettore decisivo nei processi di cambiamento culturale e politico.

Il comportamento mediale degli utenti del sito durante il periodo elettorale è stato giudicato di particolare interesse perché essi rappresentano quella fascia di popolazione informata, impegnata, attiva digitalmente, che in occasione delle elezioni milanesi ha non solo auspicato, ma anche promosso, un cambiamento politico radicale (come si sa, l'esito della consultazione ha visto l'affermazione di una giunta di centro-sinistra dopo anni di governo di segno opposto). In questa occasione, inoltre, è stato più volte sottolineato il ruolo decisivo che internet in generale, e i social network in particolare, hanno rivestito sia nelle tornate elettorali delle amministrative sia nelle scelte per i successivi referendum (Bottazzini 2011).

Per comprendere davvero la portata del ruolo della rete nello scatenare la partecipazione e l'attivazione dei cittadini, è necessario porre l'attenzione non tanto sul ruolo di un singolo medium, per quanto *social* e "virale" esso possa essere, quanto, soprattutto, sul gioco di interrelazioni tra differenti modi e canali di comunicazione che le persone hanno integrato nella costruzione del loro discorso elettorale: i social network, i mass media, gli ambienti di discussione on-line come *ComunaliMilano2011*, le occasioni di comunicazione faccia a faccia e le conversazioni private con gli amici. Come Castells sottolinea (Castells 2009, trad. it. p.165) la complessità degli schemi comunicativi dovuta alla presenza di più media e di più codici culturali (spesso in conflitto tra loro), il moltiplicarsi e il diversificarsi dei punti di accesso alle informazioni e ai processi comunicativi permettono alle persone di comunicare con un'autonomia mai sperimentata. Le persone ricevono informazioni da più parti e in diversi modi, sperimentando codici differenziati; hanno la possibilità, soprattutto, di integrare reti gerarchiche e verticali di comunicazione (broadcast), con reti di comunicazione orizzontale (la comunità, gli amici, i familiari). Di più: grazie alla diffusione della rete (web 2.0. blog, YouTube, Twitter, e gli altri social network), gli utenti hanno la possibilità di produrre autonomamente contenuti, di selezionare dal flusso in cui sono immersi quelli più significativi, manipolarli, digerirli e "remixarli",

indirizzandoli verso un pubblico potenzialmente globale e al tempo stesso da loro stessi selezionabile. In questa auto-comunicazione di massa (Castells 2009), l'audience creativa seleziona, riformula e rigenera l'informazione ridistribuendola attraverso forme e canali differenziati ad altri utenti.

Non essendo disponibili informazioni sistematiche sugli utenti (neanche su quelli registrati), è stato utilizzato un questionario, somministrato on-line sul sito ComunalMilano2011 al termine del periodo elettorale,¹⁹³ che ha fornito dati riguardanti:

- il profilo degli utenti
- gli altri media utilizzati per informarsi durante la campagna elettorale (*strategie informative*), per esprimere le proprie idee (*strategie di dialogo*)
- la percezione che avuto dell'utilità dei diversi media al fine delle loro esigenze comunicative nel periodo elettorale (*utilità percepita*).

*Gli utenti*¹⁹⁴

Alla data del 21 giugno 2011 gli utenti registrati risultavano 800. La maggior parte delle registrazioni (68,75%; 550 registrazioni su 800) sono state fatte nel periodo elettorale, dall'aprile al giugno 2011, dopo la presentazione delle liste elettorali, quando il dibattito cittadino e nazionale sulle elezioni si è fatto più intenso. Nello stesso intervallo (dal 15 aprile al 21 giugno 2011) si è avuto anche il maggior numero di log-in: in particolare, nei due mesi di aprile e maggio si concentrano quasi la metà (48%, 3171) dei log-in totali contati per l'intero periodo monitorato.¹⁹⁵

I dati raccolti con il questionario disegnano un profilo ben definito dell'utenza di ComunalMilano2011: i membri della *community* sono in prevalenza uomini, di età matura, istruiti e colti. L'assenza dei giovani, confermato anche dal *community manager*, è un dato assai interessante, a cui vale la pena dedicare attenzione, soprattutto alla luce del fatto che le prime analisi mostrano che i giovani e la loro capacità di trovarsi e usare la rete sono stati un fattore determinante per il successo di Pisapia.¹⁹⁶ Come Giovanzana rileva, tale attivismo si è giocato soprattutto su

¹⁹³ La ricerca è stata svolta in collaborazione con il LIC, Laboratorio di Informatica Civica dell'Università di Milano, (prof.ssa Fiorella de Cindio) e Eva Krzȳtała-Jaworska, dottoranda alla Sorbonne di Parigi. Il questionario è stato pubblicato on-line il 27 giugno 2011 ed è stato possibile rispondere fino al 10 luglio 2011. La compilazione del questionario è stata promossa attraverso inviti spediti via mail a tutti i registrati al sito (822, al 27 giugno) e attraverso un annuncio nella "home page" di partecipaMi. Sono stati raccolti in tutto 85 questionari, di cui 80 compilati da utenti registrati al sito partecipaMi e 5 utenti non registrati che quindi ne avevano usufruito o in sola lettura oppure svolgendo alcune delle attività permesse anche ai non registrati. Nonostante i questionari raccolti siano solamente una piccola percentuale della popolazione del sito, e il campione così auto selezionato non possa considerarsi statisticamente significativo, riteniamo tuttavia possibile, con le dovute cautele, estendere le analisi fatte sui dati all'intera popolazione utente del sito: a detta di chi ha potuto compiere una osservazione sistematica e prolungata del sito — in primis il "community manager" e gli altri membri dello staff —, risulta che l'immagine che emerge dalle risposte al questionario rappresenti bene il gruppo degli utenti registrati.

¹⁹⁴ In allegato 2 è possibile consultare i grafici che riportano i dati forniti dal questionario.

¹⁹⁵ Dati provenienti dalle statistiche di accesso al sito, raccolte con Analog, uno strumento standard per il monitoraggio delle statistiche di web server Apache

¹⁹⁶ Ricordiamo che le principali coalizioni che si sono fronteggiate durante la campagna elettorale erano guidate dal Sindaco uscente Letizia Moratti (centro-destra) e da Giuliano Pisapia (centro-sinistra).

Facebook e sui social network, che propongono modelli di comunicazione, interazione e condivisione differenti da quelli offerti da ComunalMilano2011. In Facebook lo scambio di idee è sicuramente più rapido, dinamico e divertente, e queste caratteristiche, secondo alcuni autori sembrano essere decisive per appassionare i giovani al discorso politico. La scelta di ComunalMilano2011 è invece diversa: esso vuole alimentare un dibattito politico-deliberativo, anche dopo il periodo elettorale, puntando su uno stile di confronto abbastanza tradizionale, privilegiando l'approfondimento, l'analisi articolata e razionale dei temi e delle posizioni in un modo, forse, che i più giovani giudicano ancora troppo "serioso" e istituzionale per i loro standard comunicativi.

Rispetto all'orientamento politico, il sito è frequentato soprattutto da elettori sostenitori della coalizione di Pisapia (il 60% delle persone che hanno risposto al questionario — 51 utenti — dichiara di averlo votato al primo turno, e il 76% - 65 utenti - al ballottaggio). Non solo i semplici sostenitori di Pisapia, ma anche i candidati appartenenti alla sua coalizione sono stati più presenti sul sito rispetto a quelli della Moratti (i candidati per il Consiglio Comunale della coalizione di Pisapia erano due volte più numerosi dai candidati della Moratti, la seconda più numerosa). Si osserva la stessa tendenza per quanto riguarda i candidati per i consiglieri di zona. Questo sbilanciamento sembra confermare l'ipotesi secondo cui gli ambienti on-line sarebbero caratterizzati da una certa "omofilia": internet asseconderebbe la tendenza naturale delle persone a interagire e scambiare più facilmente informazioni con persone di orientamento, opinioni e sensibilità affini alle proprie (Lev-On e Manin, 2006). D'altra parte, il prevalere degli elettori di Pisapia è da intendersi anche in relazione al grande attivismo digitale che ha caratterizzato i suoi sostenitori durante la campagna elettorale e che è stata una delle chiavi più importanti per la sua vittoria (Giovanzana, 2011; Bottazzini, 2011).

La maggior parte dei partecipanti di ComunalMilano2011 sono semplici cittadini, non coinvolti professionalmente nella attività politica. Tra gli utenti che hanno risposto al questionario, 27 su 85 erano candidati alle elezioni comunali (32%). Nel restante 68% (58 semplici cittadini), la maggioranza non è mai stata iscritta a un partito politico e non ha fatto parte di alcun comitato elettorale legato alle liste.

Pur non essendo legati in modo tradizionale e istituzionale ai partiti, e, anzi, percependosi innanzitutto come "cittadini", differenti dalla classe politica (nel questionario, una musicista, elettrice di Moratti chiede « di pensare più a *noi cittadini*»), gli utenti del campione sono estremamente attivi civicamente: anche tra i semplici cittadini, molti hanno firmato petizioni, hanno partecipato a manifestazioni pubbliche, sono iscritti ad associazioni, hanno partecipato all'attività di comitati cittadini, e hanno votato alle elezioni primarie indette in autunno dalla coalizione di centro-sinistra. Questi dati sembrano confermare le tesi secondo le quali i membri delle associazioni locali partecipano più facilmente al dibattito pubblico locale.

Riassumendo, il questionario dipinge un'utenza del sito che si caratterizza per essere piuttosto matura negli anni, istruita e colta, di ceto medio-alto, molto attiva socialmente e civicamente, politicamente orientata prevalentemente a sinistra, ma con una presenza non marginale di elettori di altro orientamento politico.

Strategie informative: i media per conoscere

I dati raccolti con il questionario ci dicono che, quando si tratta di informarsi, i mass media rimangono una scelta rilevante per la maggior parte dei membri della comunità di ComunalMilano2011, seppur affiancati dalla rete e dagli incontri faccia a faccia.¹⁹⁷

Guardando più da vicino l'uso dei singoli media, le modalità di informazione più utilizzate sono state, nell'ordine: la stampa nazionale, internet (blog, siti, giornali on-line, siti dei candidati), gli incontri e le assemblee pubbliche, le trasmissioni televisive nazionali. Ognuna di queste modalità di informazione è stata utilizzata da almeno la metà dei cittadini che hanno risposto al questionario. In particolare, la stampa nazionale è per tutte le categorie di utenti il mezzo più diffuso per ricevere informazioni¹⁹⁸ ad eccezione che per i più giovani, tra i quali solo 3 su 10 dichiarano di averla utilizzata come strumento informativo. Anche la TV nazionale è utilizzata da una parte rilevante del campione: più della metà delle persone dichiara di aver ricevuto informazioni tramite le trasmissioni televisive nazionali. L'utilizzo della TV è però, di nuovo, meno frequente tra gli utenti più giovani,¹⁹⁹ tra le donne,²⁰⁰ e, seppure di poco, tra la popolazione più attiva civicamente.²⁰¹

I mass media nazionali sono affiancati dalle informazioni provenienti dalla rete: internet, nella forma degli altri siti che si sono occupati delle elezioni, dei blog e dei giornali on-line, risulta utilizzata dal 60% del campione (51).²⁰² I siti on-line e i blog dei candidati sono inoltre giudicati tra i media più utili: il 56,5% del campione li giudica complessivamente utili e il 35% estremamente utili. La ricerca di informazioni su siti web, blog e giornali on-line è nettamente più diffusa tra i giovani (tutti gli under36 dichiarano di averli utilizzati) e tra gli utenti di sesso maschile: quasi il 70% degli uomini dichiara di aver ricevuto informazioni attraverso i siti e i blog di candidati, i giornali on-line e i siti web in generale, contro il 42,4% delle donne, che

¹⁹⁷ L'84% del campione (71 persone) ha utilizzato almeno un mezzo di comunicazione di massa (tv, radio e stampa locali o nazionali), il 72% (61) ha ricevuto informazioni sulle elezioni attraverso la rete (internet in generale, blog, giornali on-line, siti dei candidati e dei partiti, social network come Facebook, Twitter, YouTube), il 67% (57) ha partecipato a momenti di comunicazione in presenza (come dibattiti e assemblee pubbliche, o conversazioni con amici e conoscenti). Quasi nessuno ha utilizzato solo la rete o solo i mass media.

¹⁹⁸ Il 66% delle persone che hanno risposto al questionario (56),

¹⁹⁹ Tra i giovani dichiarano di averla utilizzata solo 3 utenti su 10, mentre tra i meno giovani l'utilizzo è maggiore (52% nella fascia di mezzo e 56,5% tra gli over50).

²⁰⁰ Tra gli uomini il tasso di utilizzo della TV nazionale è del 57%, tra le donne del 42%.

²⁰¹ Tra i cittadini maggiormente attivi, l'utilizzo della TV è del 51%, tra quelli meno attivi del 52%. Lo scarto è lieve, ma è significativo se si pensa che, in generale, i cittadini meno attivi hanno per tutti i media un tasso di utilizzo inferiore rispetto ai cittadini più attivi.

²⁰² Sono esclusi coloro che hanno dichiarato di utilizzare email e social network (Facebook, YouTube, Twitter).

invece, nell'ambito del web, più che dai blog e dai giornali on-line hanno ricevuto informazioni da Facebook.²⁰³ Questo social network è inoltre molto più popolare tra i giovani e il suo utilizzo come strumento informativo decresce con l'avanzare dell'età.²⁰⁴

Gli incontri e le assemblee pubbliche risultano essere occasioni di informazione molto utilizzate e apprezzate da tutti, ma risultano meno diffuse tra gli appartenenti alla fascia di mezzo (36-50 anni), forse per ostacoli legati agli impegni lavorativi, e dagli elettori della Moratti.²⁰⁵ Anche le informazioni ricevute da amici e conoscenti hanno rivestito un ruolo importante: per quasi la metà del campione, le relazioni faccia a faccia nelle reti orizzontali sono state un veicolo importante di informazioni elettorali e politiche, ma sembra in misura inferiore per gli elettori della Moratti: solo 2 elettori su gli 11 che figurano all'interno del campione dichiarano di aver ottenuto informazioni attraverso conversazioni con conoscenti, mentre tra gli elettori di Pisapia la percentuale sale al 60% (39).

Tra i media meno utilizzati per informarsi troviamo invece - in qualche misura sorprendentemente - il cellulare, le trasmissioni radiofoniche in generale (sia locali che nazionali), le trasmissioni televisive locali e alcuni social network come Twitter e YouTube, che caratterizzano le scelte informative solo dei più giovani.

Strategie di dialogo civico: i media per discutere

Oltre che sul sito ComunalMilano2011, chi ha risposto al questionario ha espresso le proprie opinioni politiche e parlato delle elezioni soprattutto attraverso l'email²⁰⁶ e attraverso le conversazioni private con gli amici²⁰⁷; ma molti hanno scelto anche modalità più pubbliche e visibili, come la partecipazione ad altri forum on-line e blog²⁰⁸ e l'intervento diretto in incontri o assemblee pubbliche (circa metà del campione dichiara di avere fatto interventi in pubblico).

Questi dati confermano, da un lato, il grande attivismo civico degli utenti del sito e, dall'altro, l'importanza generale che ha avuto la comunicazione con le reti orizzontali e amicali, sia digitali ("ho scambiato messaggi e-mail con amici e conoscenti"), sia non digitali ("ne ho parlato con i miei amici e conoscenti"), in particolar modo tra alcune categorie di utenti, soprattutto i giovani²⁰⁹ e le donne.²¹⁰ Le conversazioni faccia a

²⁰³ Come strumento di informazione, Facebook è stato utilizzato da circa il 52% delle donne (17) e solo dal 46% degli uomini (24). Per le donne questo social network è il secondo medium più diffuso per ricevere informazioni dopo la stampa nazionale.

²⁰⁴ Tra gli under36 lo hanno utilizzato in 7 su 10. mentre nella fascia 36-50 il tasso di utilizzo scende al 55% del campione (16) e tra gli over50 al 39% (18).

²⁰⁵ Solo 4 elettori su 11,36%, dichiarano di avere ottenuto informazioni attraverso incontri e assemblee pubbliche, mentre tra gli elettori di Pisapia la percentuale sale del 69%.

²⁰⁶ L'e-mail è utilizzata per scambiare messaggi elettorali con conoscenti quasi dal 72% del campione (61 persone)

²⁰⁷ 58% (50) del campione dichiara di avere partecipato a conversazioni faccia a faccia con amici e conoscenti

²⁰⁸ 46 persone, il 54% delle persone che hanno risposto al questionario

²⁰⁹ Oltre alle conversazioni faccia a faccia con gli amici, anche l'utilizzo di strumenti per la condivisione on-line dei contenuti come, Facebook, Twitter, YouTube o il proprio blog, così come lo scambio di messaggi email con amici, sono abitudini più diffuse tra i giovanissimi che nelle altre fasce di età e vengono generalmente giudicate più utili tra i giovani che non tra gli altri utenti.

faccia con gli amici e gli interventi direttamente "in piazza" e in incontri pubblici, sono modalità di dialogo elettorale estremamente diffuse, non solo, come è ovvio, tra i candidati ma anche tra i semplici cittadini²¹¹ Queste modalità di comunicazione non mediate sono giudicate inoltre estremamente utili: le discussioni faccia-a-faccia sono giudicate complessivamente utili dal 76,5% del campione e estremamente utili da più della metà; gli incontri e le assemblee pubbliche hanno ottenuto valutazione positiva da quasi il 70% degli utenti e quasi la metà le ha ritenute estremamente utili.²¹²

Lo scambio di email con amici e conoscenti rimane la modalità di dialogo elettorale più utilizzata, tra le forme di comunicazione mediate dal computer. La preferenza per questa tradizionale forma di comunicazione digitale a dispetto di altre, più *social* e virali, va probabilmente considerata in relazione all'età matura degli utenti del sito, alla loro predilezione per strumenti che permettono argomentazioni testuali e approfondite e, rispetto alle forme più veloci, istantanee e creative di comunicazione, più familiari, invece, ai giovani. L'utilizzo della email per esprimere le proprie idee politiche è più diffuso infatti tra gli over50 che giudicano generalmente questa forma di comunicazione più utile rispetto agli utenti under36.

Dopo l'invio di email agli amici, l'invio di messaggi su forum, blog e altri spazi on-line è la modalità più diffusa di espressione digitale,²¹³ preferita soprattutto dai più giovani, dagli utenti maschi²¹⁴ e dagli elettori della Moratti.²¹⁵ L'utilizzo di blog personali è, ovviamente, nettamente più frequente tra i candidati che tra i semplici cittadini.

Nell'ambito della rete, un discorso a parte meritano i social network. Il giudizio sull'utilità di Facebook è spaccato: circa metà del campione lo giudica utile e circa metà inutile, anche se sono di più le persone che ne danno una valutazione decisamente negativa, rispetto a quelle che ne danno una decisamente positiva.

²¹⁰ Dai dati emerge che le donne hanno scambiato messaggi email con amici, hanno discusso con loro direttamente in conversazioni faccia a faccia, hanno scambiato SMS e MMS e sono intervenute in incontri pubblici, in misura maggiore rispetto agli uomini. Queste modalità di comunicazione sono inoltre valutate estremamente utili da un parte significativa delle donne che hanno risposto al questionario e in misura maggiore rispetto agli uomini: le discussioni faccia a faccia con amici e conoscenti sono considerate utili da quasi tutte le donne ed estremamente utili da circa il 76%, a differenza degli uomini che invece si esprimono più freddamente (il 63% le giudica utili nel complesso e solo il 40% estremamente utili).

²¹¹ Il 53% degli utenti intervistati, 31 persone, dichiara di averne parlato con gli amici delle elezioni; il 40%, 23, di essere intervenuto in incontri pubblici.

²¹² Entrambe queste forme di comunicazione e di informazione politica, inoltre, vengono considerate inutili da una parte molto ristretta del campione: solo 9 soggetti (10,6%) hanno ritenuto molto o del tutto inutili le conversazioni faccia a faccia e solo 16 (circa il 19%) bocchiano le assemblee pubbliche.

²¹³ Il 54% dei rispondenti, 41, dichiara di avere postato interventi in qualche spazio sul web.

²¹⁴ In generale, gli uomini si rivolgono, più delle donne, ai siti web elettorali e ai blog: dopo lo scambio di email con amici e conoscenti, l'invio di post sui siti e sui blog è la modalità più utilizzata dagli utenti maschi per esprimersi, (65,4% contro il 36,4% delle donne). I maschi dichiarano con più frequenza anche di scrivere sul proprio blog (29% ,15, contro il 18%, 6, di donne).

²¹⁵ La maggioranza degli elettori della Moratti appartenenti al campione ha preferito utilizzare la Rete, piuttosto che altre forme di comunicazione: ha inviato post su blog, forum, siti on-line, ha scritto sul proprio blog, ha pubblicato commenti sulle pagine Facebook dei candidati, e ha scambiato messaggi e-mail con amici e conoscenti. In particolare, l'utilizzo di blog personali e l'invio di commenti sulle bacheche dei candidati sembra essere una strategia di espressione più comune tra gli utenti elettori della Moratti che di Pisapia.

Facebook è nettamente più diffuso tra gli utenti più giovani,²¹⁶ che però ne danno un giudizio più severo rispetto agli utenti più vecchi, ritenendolo meno utile di altri social network, come YouTube e Twitter. Facebook risulta inoltre molto più utilizzato dai candidati che dai cittadini, sia come via per essere informati sulle elezioni,²¹⁷ sia come spazio per diffondere le proprie idee²¹⁸ ed è ritenuto utile da un percentuale maggiore di candidati che di cittadini.²¹⁹

Sebbene molto apprezzati dai giovanissimi, Twitter e YouTube non incontrano le simpatie del campione: Twitter è considerato inutile dall'80% dei soggetti e del tutto inutile dal 66%; YouTube è invece del tutto inutile per quasi la metà dei soggetti. Sono solo i pochi giovani presenti a utilizzare e apprezzare questi social network: la metà di loro ha inviato *tweet* politici in occasione della campagna elettorale, e un terzo ha postato video su YouTube; la metà giudica inoltre complessivamente utile Twitter, e ancora di più, il 60%, esprime parere positivo sull'utilità di YouTube. Gli utenti attivi di Twitter e YouTube sono quasi tutti uomini: nel campione si conta solo un'utilizzatrice di Twitter e due di YouTube, mentre gli uomini che hanno caricato video in rete sono 9 e 11 gli utenti appartenenti al campione che hanno "tweettato" in occasione di queste elezioni.

Se consideriamo i dati aggregati, i mass media occupano, come si può immaginare, l'ultimo posto della classifica degli strumenti utilizzati per esprimere idee e opinioni. A conferma del carattere estremamente impegnato e attivo del campione, si segnalano comunque alcune persone che hanno scritto articoli sulla stampa locale²²⁰ e sulla stampa nazionale;²²¹ altre che sono intervenute in trasmissioni radiofoniche;²²² e altre, infine, (tutti candidati a qualche carica cittadina), che sono intervenuti in trasmissioni TV locali (4), e nazionali (1).

In generale, il giudizio sull'utilità dei mass media è basso: la particolare utenza del sito giudica l'utilità dei mezzi di comunicazione in relazione alla possibilità che essi offrono di esprimere idee e di attivare reti di comunicazione orizzontali, cosa che ben difficilmente i broadcast tradizionali permettono di fare.

In particolare, sebbene più della metà delle persone abbia utilizzato la TV nazionale per ricevere informazioni, il 72% del campione l'ha giudicata nel complesso inutile e il 60% molto o estremamente inutile. Il giudizio negativo si fa più frequente con il diminuire dell'età e di più tra gli elettori di Pisapia rispetto a quelli della Moratti.

²¹⁶ Tra gli under36 quasi tutti (7 utenti su 10) dichiarano di aver espresso idee politiche sulla propria pagina Facebook o su quella di amici; nella fascia 36-50 la percentuale scende al 52% (15) e al 30% (14) tra gli over50.

²¹⁷ Il tasso di utilizzo di Facebook come mezzo per ricevere di informazioni, tra i candidati è del 70% (19), mentre tra i cittadini è del 38% (22); come strumento per esprimere idee e opinioni è del 78% (22) tra i candidati e 26% (21) tra i cittadini.

²¹⁸ 78% i candidati utilizzatori; 26% i cittadini.

²¹⁹ Tra i candidati, più del 70% lo giudica utile — e il 52% estremamente utile — mentre tra i semplici cittadini i giudizi genericamente positivi scendono al 36% e più della metà lo giudica completamente o estremamente inutile

²²⁰ 19 persone, di cui solo 9 candidati.

²²¹ 13 persone, di cui solo 4 candidati.

²²² 5 persone su stampa locale (4 candidati e 1 cittadino semplice); 4 persone su stampa nazionale (3 candidati e un cittadino semplice).

Tra i mass media, solo la stampa viene parzialmente salvata nel giudizio degli utenti, ma anche su di essa il giudizio si divide: anche se utilizzata dalla maggioranza dei soggetti, le testate nazionali vengono giudicate di scarsa utilità da più della metà del campione e le persone che le considerano molto utili equivalgono sostanzialmente a quelle che la giudicano pochissimo e per nulla utile. Solo tra gli utenti più anziani la stampa nazionale viene giudicata positivamente: nel complesso la ritengono utile più della metà degli over50 e quasi un terzo di loro pensa che sia stata estremamente utile in questa campagna elettorale. Lo stesso discorso può essere esteso alla stampa locale: la maggior parte del campione ne dà un giudizio complessivamente positivo ma sono di più le persone che la giudicano molto inutile rispetto a quelli che la considerano molto utile ed è ancora tra gli over50 che raccoglie i giudizi più favorevoli.

Il grado di attivismo civico sembra influenzare, almeno nel nostro campione, le abitudini mediatiche e i giudizi sui media. Da un confronto generale tra cittadini più attivi e meno attivi, possiamo notare che gli attivi hanno utilizzato più media per informarsi rispetto ai meno attivi. In particolare il tasso di utilizzo della email, di partecipazione ad assemblee pubbliche e di uso di Facebook e del materiale a stampa è molto superiore tra i cittadini più attivi, mentre tra gli inattivi è più alta la quota di utilizzatori della TV nazionale e della radio nazionale. L'attivismo civico degli utenti si riflette anche nell'uso più intenso che hanno fatto di strumenti mediatici per esprimere idee e opinioni: tutti i media presi in considerazione, e soprattutto l'abitudine di scrivere mail ai candidati o di scrivere lettere alla stampa locale, registrano un tasso di utilizzo più elevato tra le persone più attive civicamente. Inoltre il giudizio sull'utilità dei media è decisamente più basso tra i cittadini meno attivi: le uniche modalità che convincono sono le discussioni faccia a faccia e il sito *ComunaliMilano2011*, mentre il giudizio sull'utilità degli incontri pubblici, nettamente positivo per i cittadini più attivi, per i cittadini meno attivi è più mitigato: solo poco più della metà del campione ritiene che siano state utili e la percentuale dei soggetti che le hanno ritenute estremamente inutili pareggia quella che le ha valutate molto utili. I cittadini più attivi, invece, estendono il loro giudizio positivo anche all'utilità di strumenti come i blog dei candidati, le email dagli amici, Facebook, la stampa nazionale e il materiale a stampa, che invece la maggior parte dei cittadini inattivi giudicano non utile. Anche il giudizio sullo scambio di mail tra amici è discordante. I cittadini più attivi lo ritengono molto utile, mentre quelli inattivi ne danno una valutazione nettamente negativa.

Audience creativa e cambiamento

Considerato l'esito delle elezioni milanesi, che hanno visto un radicale cambiamento nell'orientamento politico della città, è possibile interpretare *ComunaliMilano2011* come uno degli strumenti con i quali quell'audience creativa e artefice del cambiamento sociale di cui parla Castells ha preparato le proprie reti di

comunicazione e contribuito a riprogrammare quelle dominanti, attorno a valori alternativi rispetto al passato:

[...] gli attori del cambiamento sociale sono in grado di esercitare un'influenza decisiva usando meccanismi di creazione del potere che corrispondono alle forme e ai processi di potere della società un rete. Impegnandosi nella produzione culturale sui mass media e sviluppando reti autonome di comunicazione orizzontale, i cittadini dell'età dell'informazione diventano capaci di inventare nuovi programmi per le loro esistenze a partire dai materiali delle loro sofferenze, paure, sogni e speranze. Costruiscono i loro progetti mettendo in comune le loro esperienze. Sovvertono la pratica della comunicazione così com'è occupando il medium e creando il messaggio. Superano l'impotenza della disperazione solitaria facendo rete dei propri desideri [...] (Castells 2009, trad. it. pp. 549-550)

Abbiamo visto come gli utenti del sito, assai attivi civicamente, dinamici e informati, siano anche grandi utilizzatori di media, vecchi e nuovi, dai quali selezionano in modo critico notizie e informazioni. E' significativo da questo punto di vista la predilezione per la stampa, di cui alcuni autori (Habermas 1962; Thompson 1995) hanno evidenziato il ruolo determinante nella costituzione di quella sfera pubblica borghese che il sito ha come modello. Allo stesso modo è comprensibile il rifiuto della TV nazionale che non garantirebbe sufficiente trasparenza e approfondimento nella trattazione delle tematiche pubbliche. I partecipanti di *ComunaliMilano2011* vogliono «occupare il medium e creare il messaggio» e prediligono gli strumenti che permettono loro di esprimersi sullo stesso piano dei politici. Così ci dice, infatti, una insegnante, elettrice di Pisapia, nel questionario:

«I media tradizionali come la televisione non hanno dato spazio sufficiente alla campagna elettorale in maniera oggettiva, così come si è cercato di nascondere i quesiti referendari. Alla luce di tutto questo i nuovi social network sono stati utili ma non si sono sostituiti del tutto alla comunicazione faccia a faccia (molto importante) e alla partecipazione diretta nelle piazze».

Questi utenti attivi e informati, sono ben inseriti nelle reti orizzontali, parlano e discutono di politica, fanno campagna elettorale in modo diretto e personalizzato, come dichiara nel questionario questa pensionata, sostenitrice di Pisapia:

«[...] ho convinto tante persone a votare come me ed ad andare a votare, dopo tanti anni di non voto. Sono molto soddisfatta della mia personale campagna elettorale per Pisapia, fatta con molte idee nuove e coinvolgenti, ho partecipato una sola volta al comitato della mia zona. Con mio figlio, abbiamo fatto molto di più di un comitato» .

Nella loro strategia di ri-programmazione, gli utenti di ComunalMilano2011 utilizzano la rete, ma forse ancora in modo molto tradizionale. Una delle osservazioni su cui è necessario riflettere è la necessità di coinvolgere nelle esperienze di dialogo civico in rete anche i membri di quell'audience creativa più giovane, dinamica e virale, che si riversa oggi più volentieri in altri ambienti, meno impegnativi, di condivisione on-line. La sfida non è delle più semplici, perché richiede di coniugare il loro approccio alla rete con quello di un pubblico più maturo e più desideroso di cultura politica – di approfondimento, dialogo, aggregazione e partecipazione informata – e le cui particolari esigenze vengono bene espresse nelle parole di questa partecipante (pensionata, elettrice di Palmieri al primo turno e di Pisapia al secondo):

«i Candidati e la "politica" devono essere fatti con incontri e dibattiti personali "vis a vis" e talvolta con confronti diretti con gli avversari. (...). Occorre coltivare "la base" non solo in clima pre elettorale ma anche e principalmente dopo. I cittadini non vogliono dare deleghe in bianco, ma pretendono che i Candidati e la Politica non rinneghino i programmi. Sms, mail, e talvolta anche face book (ma non principalmente) assemblee, incontri, risposte ai bisogni, capire e farsi capire, convincere e mantenere sono le carte vincenti. Anche i giornali servono a dare un certo indirizzo. Meno la televisione. La partecipazione fatta in modo positivo deve essere incentivata. Incontri su temi specifici, incontri sulle questioni di tutti i giorni e sulla propria città non devono mai mancare. Occorre fare cultura e fare una cultura politica, aggregazione, aggregazione, aggregazione sempre!»

BIBLIOGRAFIA

(tutti i riferimenti web sono stati consultati il 13 marzo 2012)

- Abruzzese A. (2004), "L'infinito intrattenimento ovvero l'al di là della politica", in Bonomi A., Abruzzese A. (a cura di), *La città infinita*, Milano, B. Mondadori.
- Allen J., Hamnett C. (1995), "Uneven worlds", in Allen J., Hamnett C. (a cura di), *A Shrinking World? Global Unevenness And Inequality*, Oxford, Oxford University Press.
- Amin A., Thrift N. (2001), *Cities. Reimagining the Urban*, Cambridge, Polity Press (trad. it. *Città. Ripensare la dimensione urbana*, Bologna, il Mulino, 2005).
- Augé M. (1992), *Non-lieux*, Paris, Seuil (trad. it: *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Milano, Eleuthera, 1993).
- Augé M. (2008), *Nonluoghi e "surmodernità" - Incontro con Marc Augé* (intervista del Sole 24ore disponibile all'indirizzo <http://maurogarofalo.nova100.ilssole24ore.com/2008/07/i-nonluoghi-e-i.html>).
- Aurigi A., De Cindio F. (a cura di) (2008), *Augmented Urban Spaces. Articulating the Physical and Electronic City*, Burlington, Ashgate.
- Bachelard G. (1957), *La poétique de l'espace*, Parigi, P.U.F. (trad. it. *La poetica dello spazio*, Dedalo, Bari, 1975).
- Bagnasco A. (1999), *Tracce di Comunità*, Bologna, Il Mulino.
- Bagnasco A. (2004), "Sulle tracce della comunità", in Bonomi A., Abruzzese A., *La città infinita*, Milano, B. Mondadori.
- Baudrillard J. (1972), *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Gallimard (trad. it. *Per una critica dell'economia politica del segno*, Milano, Mazzotta, 1974).
- Baudrillard J. (1981), *Simulacres et simulation*, Paris, Galilée.
- Bauman Z. (2000), *Missing Community*, Cambridge, Polity Press (trad. it. *Voglia di comunità*, Roma-Bari, Laterza, 2008).
- Benjamin W. (1936), "Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit", in *Zeitschrift für Sozialforschung*, Paris (trad. it. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi, 1966).
- Benjamin W. (1982), *Das Passagenwerk*, Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag. (trad. it. *I «passages» di Parigi*, Torino, Einaudi, 2000).
- Bleecker J., Knowlton J. (2006), "Locative Media: A Brief Bibliography And Taxonomy Of Gps-Enabled Locative Media", in *LEA - Leonardo Electronic Almanac*, v. 14, n. 3, luglio (disponibile all'indirizzo http://www.leoalmanac.org/journal/vol_14/lea_v14_n03-04/jbleecker.html).
- Bolter J. D., Grusin R. (1999), *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge-London, MIT Press (trad. it. *Remediation*, Milano, Guerini e Associati, 2002).
- Bonomi A., Abruzzese A. (2004), *La città infinita*, Milano, B. Mondadori.
- Bottazzini, P., (2011), *Dati alla mano la sinistra stavolta ha capito la Rete*, Linkiesta, 4 giugno 2011 (disponibile all'indirizzo <http://www.linkiesta.it/dati-alla-mano-la-sinistra-stavolta-ha-capito-la-rete#ixzz1UiVRkuea>).
- Cacciari M. (2004), "Nomadi in prigione", in Bonomi A., Abruzzese A., *La città infinita*, Milano, B. Mondadori.
- Calabrò A. R. (2004), *I caratteri della modernità: parlano i classici. Marx, Engels, Durkheim, Simmel, Weber, Elias*, Napoli, Liguori.
- Castells M. (1996), *The Information Age: Economy, Society and Culture, Vol. I: The Rise of The Network Society*, Oxford, Blackwell Publishing (trad. it. *La nascita della società in rete*, Milano, Università Bocconi Editore, 2002).
- Castells M. (1997), *The Information Age: Economy, Society and Culture, Vol. II: The Power of Identity*, Oxford, Blackwell Publishing (trad. it.: *Il potere delle identità*, Milano, Università Bocconi Editore, 2004).

- Castells M. (2009), *Communication Power*, Oxford, Oxford University Press (trad. it. *Comunicazione e potere*, Milano, Università Bocconi Editore, 2009).
- Castells M. (2011), *The popular uprisings in the Arab world perhaps constitute the most important internet-led and facilitated change* (intervista di Jordi Rovira disponibile all'indirizzo http://www.uoc.edu/portal/english/sala-de-premsa/actualitat/entrevistes/2011/manuel_castells.html).
- Castells M. et al. (2007), *Mobile Communication and Society. A Global Perspective*, Boston, Massachusetts Institutes of Technology (trad. it. *Mobile communication e trasformazione sociale*, Milano, Guerini e Associati, 2008).
- Cavicchioli S. (2002), *I sensi lo spazio gli umori e altri saggi*, Milano, Bompiani.
- Ciaffi D., Mela A., (2006), *La partecipazione*, Roma, Carocci.
- Clifford S. (2006), "Luoghi, persone e Parish Map", in Clifford S., Maggi M., Murtas D., *Genius Loci. Perché, quando e come realizzare una mappa di comunità*, Torino, IRES Piemonte.
- Clifford S. (2006), Maggi M., Murtas D., *Genius Loci. Perché, quando e come realizzare una mappa di comunità*, Torino, IRES Piemonte
- Colbert M. (2001), *A diary study of rendezvousing: implications for position-aware computing and communications for the general public*. Proceedings of the 2001 International ACM SIGGROUP Conference on Supporting Group Work
- Coleman S., Blumer J. G. (2009), *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy (Communication, Society and Politics)*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Colombo M. (2005), "Studiare le identità locali: il contributo degli studi di comunità", in A. Agustoni (a cura di), *Comunità, ambiente e identità locale*, Milano, Franco Angeli.
- Corino G., Shingleton D., Speed C. (2010) "Memoria pervasiva, narrazioni localizzate" in *REM Ricerche su Educazione e Media*, vol. 2, n. 2.
- Cosgrove. D. (2006), "Carto-City", in Abrams J., Hall P. (a cura di), *Else/Where: Mapping New Cartographies of Networks and Territories*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Crampton J.W., Krygier J (2005), "An Introduction to Critical Cartography", in *ACME*, vol. 4, n. 1 (disponibile all'indirizzo <http://www.acme-journal.org/vol4/JWCJK.pdf>).
- de Certeau M. (1990), *L'invention du quotidien. I Arts de faire*, Paris, Gallimard (trad. it. *L'invenzione del quotidiano*, Roma, Edizioni Lavoro, 2001).
- De Cindio F., Peraboni C. (2010), "Design Issues for Building Deliberative Digital Habitats", in De Cindio F., Macintosh A., Peraboni C. (a cura di), *From e-Participation to Online Deliberation*, Proceedings of the Fourth International Conference on Online Deliberation OD2010, Leeds.
- De Cindio, F., Peraboni, C. (2011), "Building Digital Participation Hives. Toward a Local Public Sphere", in Foth, M., Forlano L., Satchell, C. (a cura di), *From Social Butterfly to Engaged Citizen*, Cambridge, Mass., MIT Press.
- De Rita G., Bonomi A. (1998), *Manifesto per lo sviluppo locale. Dall'azione di comunità ai Patti territoriali*, Torino, Bollati Boringhieri.
- de Souza e Silva A. (2006), "From cyber to hybrid: Mobile technologies as interfaces of Hybrid spaces", in *Space and Culture*, 9 (3) (disponibile all'indirizzo http://www.nomads.usp.br/leuphana/From_Cyber_to_Hybrid_Mobile_Technologies_as_Interfaces_of_Hybrid_Spaces.pdf).
- de Souza e Silva A., Frith, J. (2010), "Locative Mobile Social Networks: Mapping Communication and Location in Urban Spaces", in *Mobilities*, 5 (4).
- de Varine H. (2002), *Le racines du future*, Chalon-sur-Saône, ASDIC (trad. it. *Le radici del futuro*, Bologna, Clueb, 2005).
- Debord G. E. (1958), "Théorie de la dérive", in *Internationale Situationniste*, 2 (trad. ing. "Theory of the Dérive", in Knabb, K. (a cura di), *Situationist International Anthology*, Bureau of Public Secrets, 2006 (disponibile all'indirizzo <http://www.bopsecrets.org/SI/2.derive.htm>).
- Debord G. E. (1955), "Introduction to a Critique of Urban Geography", in *Les Lèvres Nues*, 6 (trad. ing. "Introduction to a Critique of Urban Geography", in Knabb, K. (a cura di), *Situationist International Anthology*, Bureau of Public Secrets, 2006 (disponibile all'indirizzo <http://www.bopsecrets.org/SI/urbgeog.htm>).

- Debord G. E., Wolman G. (1956), "Mode d'emploi du détournement", in *Les Lèvres Nues*, 8 (trad. ing. "A User's Guide to Détournement", in Knabb, K. (a cura di), *Situationist International Anthology*, Bureau of Public Secrets, 2006 (disponibile all'indirizzo <http://www.bopsecrets.org/SI/detourn.htm#1>).
- Deleuze G., Guattari F. (1980), *Mille plateaux. Capitalisme et schizophrénie*, Paris, Les editions de Minuit (trad. it. *Rizoma. Millepiani. Capitalismo e schizofrenia. Sez I*, Roma, Castelvecchi, 1997).
- Di Fraia, G. (2004), *Storie con-fuse. Pensiero narrativo, sociologia e media*, Milano, Franco Angeli.
- Donolo C. (2007), *Sostenere lo sviluppo. Ragioni e speranze oltre la crescita*, Milano, B. Mondadori.
- Dourish P. (2001), *Where The Action Is: The Foundations of Embodied Interaction*, Cambridge, Mass, MIT Press.
- Edney M. (1990), *Mapping an Empire: The Geographical Construction of British India*, Chicago, University of Chicago Press.
- Falkheimer, J, Andre J. (a cura di) (2006) *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*, Goteborg, Nordicom.
- Farman J. (2010), "Mapping the Digital Empire Google Earth and the Process of Postmodern Cartography", in *New Media & Society* 12.6 (2010) (disponibile all'indirizzo http://www.jasonfarman.com/JasonFarman_Mapping_the_Digital_Empire.pdf).
- Farman J. (2012), *Mobile Interface Theory. Embodied Space and Locative Media*, New York, Routledge.
- Fortunati, L. (2005), "The Mobile Phone. Local and Global Dimensions", in Nyíri, K. (a cura di), *A Sense of Place. The Global and the Local in Mobile Communication*, Wien, Passagen Verlag (disponibile all'indirizzo http://www.socialscience.t-mobile.hu/dok/8_Fortunati.pdf).
- Franceschini S. (2010), "I progetti di e-democracy della Regione Emilia-Romagna", in Freschi A. C., Franceschini S. (a cura di), *E-democracy 2.0 Istituzioni, cittadini, nuove reti: un lessico possibile. Atti del seminario internazionale Bologna, 8 aprile 2009*, Bologna, Regione Emilia Romagna.
- Galloway A. (2006), "Locative Media As Socialising And Spatializing Practice: Learning From Archaeology", in *LEA - Leonardo Electronic Almanac*, vol. 14, n. 3, luglio (disponibile all'indirizzo http://cast.ap.buffalo.edu/courses/s10/media_urbanism/wp-content/readings/Galloway_3.pdf).
- Geertz C. (1983), *Local Knowledge: Further Essays in Interpretative Anthropology*, New York, Basic Books (trad. it. *Antropologia interpretativa*, Bologna, Il Mulino, 2001)
- Gergen, K. (2002), "The challenge of absent presence", in Katz, J., Aakhus, M. (a cura di), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Gibson W. (1984), *Neuromancer*, New York, Ace Books (trad. it. *Neuromante*, Milano, Editrice Nord, 1999).
- Giddens A. (1990), *The Consequences of Modernity*, California, Stanford University Press (trad. it. *Le conseguenze della modernità*, Bologna, Il Mulino, 1994).
- Gordon E., de Souza e Silva A. (2011), *Net Locality. Why Location Matters in a Networked World*, Chichester, Wiley-Blackwell.
- Goffman E. (1959), *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York, Doubleday & Co., (trad. it. *La vita quotidiana come rappresentazione*, Bologna, il Mulino, 1969)
- Goffman E. (1963), *Behavior in Public Places. Notes on the Social Organization of Gatherings*, The Free Press (trad. it. *Il comportamento in pubblico. L'interazione sociale nei luoghi di riunione*. Torino, Einaudi, 1971)
- Greenfield A. (2006), *Everyware: the dawning age of ubiquitous computing*, Berkeley, CA, New Riders.
- Habermas J. (1962), *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*, Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag (trad. it. *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Bari-Roma, Laterza, 2005).
- Habuchi, I. (2005), "Accelerating Reflexivity", in Ito M., Okabe D., Matsuda M. (a cura di), *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*, Cambridge, Mass, MIT Press.
- Haklay M., Singleton A., Parker C. (2008), "Web Mapping 2.0: The Neogeography of the GeoWeb", in *Geography Compass* 2/6 (2008) (disponibile all'indirizzo <http://week9neogeog.pbworks.com/w/page/f/Web+Mapping+2.0+The+Neogeography+of+the+GeoWeb.pdf>).

- Hampton K. N., Gupta N. (2008), "Community and Social Interaction in the Wireless City Wi-Fi use in Public and Semi-Public Spaces", in *New Media & Society*, December 2008 (disponibile all'indirizzo <http://www.mysocialnetwork.net/downloads/NMS07-r17.pdf>).
- Haraway D. (1988), "Situated Knowledges: the science question in feminism as a site of discourse on the privilege of partial perspective", in *Feminist Studies*, 14 (trad. it: *Manifesto Cyborg. Donne, tecnologie, biopolitiche del corpo*, Milano, Feltrinelli, 1995).
- Haraway D. (1997), *Modest_witness@second_millennium.Femaleman_meets_oncomouse: Feminism and Technoscience*, New York, Rutledge (trad. it. *Testimone modesta@femaleman incontra oncotopo Femminismo e tecno scienza*, Milano, Feltrinelli, 2000).
- Heidegger M. (1927), *Sein und Zeit in Jahrbuch fur Philosophie und phenomenologische Forschung*, VIII, Halle, Niemeyer (trad. it. *Essere e tempo*, Torino, Utet, 1969).
- Hight J. (2001), "Views From Above: Locative Narrative and the Landscape", in *LEA - Leonardo Electronic Almanac*, vol. 14, n. 3, luglio (disponibile all'indirizzo http://lealmanac.org/journal/vol_14/lea_v14_n07-08/jhight.html).
- Ilard E. (2005), *Il Senso della Posizione*, Roma, Meltemi.
- Ilardi M. (2007), *Il tramonto dei non luoghi. Fronti e frontiere dello spazio metropolitano*, Roma, Meltemi.
- Innis H. (1951), *The Bias of Communication*, Toronto, University of Toronto Press (trad. it. *Le tendenze della comunicazione*, Milano, SugarCo, 1982).
- Ishii H. (1997) Tangible Bits: Towards Seamless Interfaces between People, Bits, and Atoms Published in the Proceedings of CHI '97, March 22-27, 1997, Tangible Bits: Towards Seamless Interfaces between People, Bits and Atoms (disponibile all'indirizzo <http://tmg-trackr.media.mit.edu:8020/SuperContainer/RawData/Papers/331-Tangible%20Bits%20Towards%20Seamless/Published/PDF>)
- Ishii H. (2008), *Tangible Bits: Beyond Pixels proceedings of the Second International Conference on Tangible and Embedded Interaction (TEI'08)*, Feb 18-20 2008, Bonn, Germany (disponibile all'indirizzo <http://tmg-trackr.media.mit.edu:8020/SuperContainer/RawData/Papers/349-Tangible%20Bits%20Beyond%20Pixels/Published/PDF>).
- Ito M. (2005), *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*, Cambridge, Mass, MIT Press.
- Ito M., Okabe D., Anderson K. (2007), *Portable Objects in Three Global Cities: The Personalization of Urban Places* (disponibile all'indirizzo <http://www.itofisher.com/mito/portableobjects.pdf>).
- Jameson F. (1991), *Postmodernism, or The Cutlural Logic of Late Capitalism*, Durham, Duke University Press (trad. it.: *Postmoderismo, ovvero La logica culturale del tardo capitalismo*, Roma, Fazi Editore,
- Jenkins H. (2006), *Convergence Culture*, New York, New York University Press (trad. it. *Cultura convergente*, Milano, Apogeo. 2007)
- Johnson S. (2006), *The Ghost Map: The Story of London's Most Terrifying Epidemic and How It Changed Science, Cities, and the Modern World*, New York, Riverhead Books.
- Katz J. E. (2008), *Handbook of Mobile Communication Studies*, Cambridge, Mass., MIT Press.
- Kluitenberg E., Seijdel J., Melis L. (a cura di) (2006), *Hybrid space: how wireless media mobilize public space*, Rotterdam, NAI Publishers (disponibile all'indirizzo <http://www.skor.nl/eng/publications/item/open-11-hybrid-space-how-wireless-media-are-mobilizing-public-space?single=1>).
- Kuitenbrouwer K. (2006), "RFID & Agency: The Cultural and Social Possibilities of RFID", in Kluitenberg E., Seijdel J., Melis L. (a cura di), *Hybrid space: how wireless media mobilize public space*, Rotterdam, NAI Publishers (disponibile all'indirizzo <http://classic.skor.nl/download.php?id=3235>).
- Latour B. (2005), *Reassembling the social. An introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford, Oxford University Press (disponibile all'indirizzo http://www.anti-thesis.net/contents/texts/references/latour-reassembling_the_social.pdf).
- Laurel B. (1991), *Computers as theatre*, Reading, Mass, Addison-Wesley.
- Laurier E. (2001), "Why people say where they are during mobile phone calls", in *Environment and Planning D: Society and Space*, 19 (4) (disponibile all'indirizzo <http://web.mit.edu/21w.789/www/papers/laurier.pdf>).

- Lefebvre H. (1974), *La Production de l'espace*, Paris, Anthropos (trad. it. *La produzione dello spazio*, Milano, Moizzi, 1976).
- Lévy P. (1994), *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La Découverte (trad. It. *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Milano, Feltrinelli, 1996).
- Ling R., Huddon L. (2001), *Mobile telephony, mobility and the coordination of everyday life*, paper presentato alla "Machines that Becomes Us Conference", Rutgers University, 18-19 aprile (disponibile all'indirizzo http://www.richardling.com/papers/2001_mobility_and_the_coordination_of_everyday_life.pdf).
- Loader B. (2010), "Verso la de-istituzionalizzazione delle pratiche di e-governance?", in Freschi A. C., Franceschini S. (a cura di), *E-democracy 2.0 Istituzioni, cittadini, nuove reti: un lessico possibile. Atti del seminario internazionale, Bologna, 8 aprile 2009*, Bologna, Regione Emilia Romagna.
- Luisetti F. (2004), "Il bisogno di mappe e l'assenza comunitaria", in *Signum*, a. 2, n. 1, luglio, (disponibile all'indirizzo: <http://cultura.biella.it/online/Welcomepage/EcomuseodelBiellese/Archivi/documento5002326.html>).
- Lusoli W. (2010), "E-democracy 2.0: una traccia di analisi", in Freschi A. C., Franceschini S. (a cura di), *E-democracy 2.0 Istituzioni, cittadini, nuove reti: un lessico possibile. Atti del seminario internazionale, Bologna, 8 aprile 2009*, Bologna, Regione Emilia Romagna.
- Lynch K. (1960), *The Image of the City*, Cambridge, Mass, Technology Press, (trad. it. *L'immagine della città*, Padova, Marsilio, 1964).
- Lyotard J. F. (1979), *La condition postmoderne*, Paris, Les Edition de Minuit, (trad. it. *La condizione postmoderna*, Milano, Feltrinelli, 1981).
- Maggi M. (2008), *Perché si fanno le mappe di comunità?*, relazione svolta a Ospedaletto (Gemona del Friuli) il 5 aprile 2008 nell'ambito dei seminari di formazione previsti dal progetto "Mappa di comunità" (disponibile all'indirizzo http://www.mappadicomunita.it/mdc/wp-content/uploads/2008/09/maggi_mappe.pdf).
- Maggi M., Falletti V. (2000), *Gli ecomusei: che cosa sono, che cosa possono diventare*, Torino, Umberto Allemandi & C.
- Manovich L. (2002), *The Language of New Media*, The Mit Press (trad. it.: *Il linguaggio dei nuovi media*, Milano, Edizioni Olivares, 2002)
- Manovich L. (2006), "The poetics of augmented space", in *Visual Communication*, giugno, 5 (disponibile all'indirizzo www.noemalab.org/sections/ideas/ideas_articles/pdf/manovich_augmented_space.pdf).
- Marinelli A. (2008), *Connettività VS mobilità. Uno sguardo sul futuro della comunicazione mobile*. Prefazione a: Castells M. et al. *Mobile communication e trasformazione sociale*, Milano, Guerini e Associati.
- Marrone G., Pezzini I. (2008), *Linguaggi della città. Senso e Metropoli II. Modelli e proposte di analisi*, Roma, Meltemi.
- Massey D., Jess P. (1995), *A Place in the World? Places, Cultures, and Globalization*, Oxford, Oxford University Press (trad. it. *Luoghi, culture e globalizzazione*, Torino, Utet, 2001).
- Matsuda, M. (2005), "Mobile Communications and Selective Sociality", in Ito M., Okabe D., Matsuda M. (a cura di), *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*, Cambridge, Mass, MIT Press.
- McCullough M. (2004), *Digital ground: architecture, pervasive computing, and environmental knowing*, Cambridge, Mass, MIT Press.
- McCullough, M. (2006), "On the Urbanism of Locative Media [Media and the City]", in *Places*, 18(2), 26 (disponibile all'indirizzo <http://escholarship.org/uc/item/84x6m3nf>).
- McLuhan M. (1964), *Understanding Media*, New York, McGraw-Hill (trad. it. *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore, 1990).
- Mela A. (2006), *Sociologia delle città*, Roma, Carocci, 2006.
- Merleau-Ponty M. (1945), *Phénoménologie de la perception*, Paris, Gallimard (trad. it. *Fenomenologia della percezione*, Milano, Bompiani, 2003).
- Meyrowitz J. (1985), *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York-Oxford, Oxford University Press (trad. it. *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale*, Bologna, Baskerville, 1995).

- Meyrowitz J. (2005), "The Rise of Glocality, New Senses of Place and Identity in the Global Village", in: Nyíri K. (a cura di) *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication*, Vienna, Passagen Verlag (disponibile all'indirizzo: http://21st.century.phil-inst.hu/Passagen_engl4_Meyrowitz.pdf)
- Milgram P., Colquhoun H. jr. (1999), "A taxonomy of real and virtual world display integration", in Ohta Y., Tamura H. (a cura di), *Mixed reality: Merging real and virtual worlds*, New York, Springer.
- Mitchell W. J. (1995), *City of bits. Space, place, and the Infobahn*, Cambridge, Mass e London, The MIT Press (trad. it. *La città dei bits: spazi, luoghi e autostrade informatiche*, Milano, Electa, 1997).
- Mitchell W. J. (1999), *E-topia. Urban life, Jim but not as we know it*, Cambridge, Mass, MIT Press.
- Mitchell W. J. (2003), *Me++: The Cyborg Self and the Networked City*, Cambridge, Mass, MIT Press.
- Nabian N., Ratti C. Biderman A., Grise, G. (2009), *MIT GEOblog: A platform for digital annotation of space for collective community based digital story telling. 3rd IEEE International Conference on Digital Ecosystems and Technologies*, Piscataway, NJ: IEEE (disponibile all'indirizzo <http://dspace.mit.edu/handle/1721.1/58847>).
- Negroponte N. (1995), *Being Digital*, New York, Knopf (trad. it. *Essere digitali*, Milano, Sperling & Kupfer, 1995).
- Ong W. J. (1982), *Orality and Literacy. The Technologizing of the world*, London-New York, Methuen (trad. it. *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, Bologna, il Mulino, 1986).
- Plant S. (1992), *The most radical gesture: The Situationist International in a postmodern age*, New York, Routledge.
- Plant S. (2001), *On the Mobile, The effect of mobile telephones on social and individual life*, Motorola (disponibile all'indirizzo <http://classes.dma.ucla.edu/Winter03/104/docs/splant.pdf>).
- Raffestin C. (2005), *Dalla nostalgia del territorio al desiderio di paesaggio. Elementi per una teoria del paesaggio*, Firenze, Alinea editrice.
- Relph E. (1976), *Place and Placelessness*, London, Pion.
- Rheingold H. (2002), *Smart mobs: the next social revolution*, Cambridge, Mass, Perseus (trad. it. *Smart mobs. Tecnologie senza fili, la rivoluzione sociale prossima ventura*, Milano, Cortina, 2003).
- Ricciardi M. (2008), *Il museo dei miracoli*, Milano, Apogeo.
- Ricciardi M., Bossi V. (2008), "Convergenza tecnologica e creatività digitale" in *Economia dei Servizi*, Vol. 1, Bologna, Il Mulino
- Ricciardi M. (2010), *La comunicazione. Maestri e paradigmi*, Roma-Bari, Laterza.
- Rose G. (1995), "Place and identity: a sense of place", in Massey D., Jess P. (a cura di), *A Place in the World? Places, Cultures, and Globalization*, Oxford, Oxford University Press (trad. it. "Luogo e identità: un senso del luogo" in Massey D., Jess P. (a cura di) *Luoghi, culture e globalizzazione*, Torino, Utet, 2001).
- Rullani E. (2004), "La città infinita: spazio e trama della modernità riflessiva", in Bonomi A., Abruzzese A. (a cura di), *La città infinita*, Milano, B. Mondadori.
- Sant A. (2006), "Redefining the Basemap", in *Intelligent agent* vol. 6 no. 2, http://www.intelligentagent.com/archive/Vol6_No2_interactive_city_sant.htm
- Scharl A., Tochtermann K. (2007), *The Geospatial Web: How geobrowsers, social software and the Web 2.0 are shaping the network society*, London, Springer.
- Schroeter, R. (2012), "Engaging new digital locals with interactive urban screens to collaboratively improve the city", in *The 2012 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work (CSCW 2012)*, 11-15 February 2012, Seattle, Hyatt Regency Bellevue.
- Simmel G. (1903), "Die Großstadt und das Geistesleben", in *Jahrbücher der Gehe-Stiftung*, 1903, 9 (trad. it. "Metropoli e personalità", in Martinotti G. (a cura di), *Città e analisi sociologica. I classici della sociologia urbana*, Padova, Marsilio, 1968).
- Sterling B. (2005), *Shaping things*, Cambridge, Mass, MIT Press (trad. it. *La forma del futuro*, Milano, Apogeo, 2006).
- Stone A. R. (1991), *Will the Real Body Please Stand Up?*, in Benedikt M. (a cura di), *Cyberspace: First Steps*, Cambridge, Mass., MIT Press.

- Stone A. R. (1994), *Split Subjects, Not Atoms, or How I Fell in Love with My Prosthesis Configurations 2.1* (disponibile all'indirizzo http://www.philosophystudentassociation.com/wp-content/uploads/2011/09/2012_09_26-TextSeminar-Reading_2.pdf).
- Suchman L. (1986), *Plans and Situated Actions*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Sutherland I. E. (1965), *The Ultimate Display. Proceedings of IFIP Congress* (disponibile all'indirizzo http://www.wired.com/beyond_the_beyond/2009/09/augmented-reality-the-ultimate-display-by-ivan-sutherland-1965/).
- Thielmann T. (2010), "Locative Media and Mediated Localities: an Introduction to Media Geograph", in *Aether. The Journal of media geography*, vol. 5A, aprile (disponibile all'indirizzo http://130.166.124.2/~aether/volume_05a.html).
- Thompson J. B. (1995), *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Cambridge, Polity Press (trad. it. *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Bologna, Il Mulino, 1998).
- Triglia C. (2005), *Sviluppo locale. Un progetto per l'Italia*, Roma-Bari, Laterza.
- Tuan Y. (1977), *Space and place: the perspective of experience*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Turco A. (2003), "Sociotopie: istituzioni postmoderne della soggettività", in Dematteis G., Ferlaino F. (a cura di), *Il mondo e i luoghi, geografie delle identità e del cambiamento*, Torino, IRES Piemonte.
- Turkle S. (1995), *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, New York, Simon & Schuster, trad. it. *La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet*, Milano, Apogeo, 1997
- Turner A. (2006), *Introduction to Neogeography* O'Reilly Media Short Cuts (disponibile all'indirizzo http://pcmlp.socleg.ox.ac.uk/sites/pcmlp.socleg.ox.ac.uk/files/Introduction_to_Neogeography.pdf).
- Tuters M., Varnelis K. (2006), "Beyond Locative Media: Giving Shape to the Internet of Things", in *Leonardo*, vol. 39, n. 4, agosto (disponibile all'indirizzo http://networkedpublics.org/locative_media/beyond_locative_media).
- Uzzell D. (2008), "People-environment relations in a digital world", in *Journal of Architecture and Planning Research*, 25 (2).
- Verhoeff N. (2012), *Mobile Screens The Visual Regime of Navigation*, Amsterdam, Amsterdam University Press.
- Virilio P. (1984), *L'espace critique. Essai*, Paris, C. Bourgois (trad. it. *Lo spazio critico*, Bari, Dedalo, 1998).
- Webber M. W. (1963), "Order in Diversity: Community without propinquity", in Wingo L. (a cura di), *Cities and Space*, Baltimore, MD Johns Hopkins University Press.
- Weiser M. (1991), "The computer for the 21 st century", in *Scientific American*, vol. 265, n.9 (disponibile all'indirizzo <http://www.ubiq.com/hypertext/weiser/SciAmDraft3.html>).
- Wellmann B. (2001), "Physical place and cyberspace: the rise of personalized networking", in *International Journal of Urban and Regional Research*, 25 (29).
- Wellmann B. (2002), "Little boxes, glocalization, and networked individualism", in Tanabe M., Van den Besselaar P., Ishida T. (a cura di), *Digital cities II: Computational and sociological approaches*, Berlin, Springer-Verlag (disponibile all'indirizzo <http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/littleboxes/littlebox.PDF>).
- Zook M., Graham M. (2007), "From Cyberspace to DigiPlace: Visibility in an Age of Information and Mobility", in Miller H., Rheingold H. (a cura di), *Societies and Cities in the Age of Instant Access*, New York, Springer.

CARTE, CONVENZIONI, LINEE GUIDA

Convenzione Europea sul Paesaggio (2000)
http://www.sinanet.isprambiente.it/it/gelso/buone-pratiche-paesaggio/convenzione_europea_paesaggio.pdf/download.

Convenzione UNESCO per la protezione e la promozione delle espressioni della Diversità culturale (2005)
<http://www.unesco.beniculturali.it/getFile.php?id=69>

Convenzione UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale (2003)
<http://www.unesco.beniculturali.it/getFile.php?id=48>

Ministero per l'innovazione e le tecnologie, Formez (2004). *Linee Guida per la promozione della cittadinanza digitale: e-Democracy*.
www.urp.it/allegati/e-democracy.pdf

OCSE (2001) Engaging Citizens in Policy-making: Information, Consultation and Public Participation
www.oecd.org/dataoecd/24/34/2384040.pdf.

ALTRE PAGINE WEB E SITI CITATI

Applicazioni, software, tecnologie:

Googl Maps: <http://maps.google.it/>

Google Earth <http://www.google.com/intl/it/earth/index.html>

Google Street View <http://maps.google.it/intl/it/help/maps/streetview/>

Google Latitude: <http://www.google.com/intl/it/mobile/latitude/>

Sketch up <http://sketchup.google.com/>

Fwix: <http://fwix.com>

Bing Maps <http://www.bing.com/maps/>

Facebook Place <http://www.facebook.com/about/location>

Geochirp: <http://www.geochirp.com>

Trendsmat: <http://trendsmat.com/>

Open StreetMap: <http://www.openstreetmap.org/>

Apple press realiseS: <http://www.apple.com/pr/>

Twitter Blog: <http://blog.twitter.com/2009/08/location-location-location.html>

Sonar: <http://www.sonar.me/>

Banjo: <http://ban.jo>

Highlight: <http://highlig.ht/>

Glancee <http://www.glancee.com/>

Layar <http://www.layar.com/>

Open Geospatial Consortium <http://www.opengeospatial.org/>

Qr CODE ITALIA <http://www.qrcodeitalia.it>.

Cod Community: <http://blog.codmmunity.com>

Where Conference. The Business of location: <http://whereconf.com/where2012/>

ABI research Location Platforms and Enablers:
http://www.abiresearch.com/products/service/Location_Based_Services

MIT Tangible Media Group <http://tangible.media.mit.edu>

SENSEable City Lab <http://senseable.mit.edu>

Locative art

The Center for Locative Media: www.locative-media.org

SKOR Foundation for Art and Public Domain: <http://www.skor.nl/eng/>

RIXC international workshop "Locative media" <http://locative.x-i.net>

Jeremy wood: <http://www.jeremywood.net/>

RHIZOME <http://rhizome.org/>

Turbulence: <http://www.turbulence.org>

Transemmediale <http://archive.transmediale.de/>

Media Art Net <http://www.medienkunstnetz.de/mediaartnet/>

Open Data e e-democracy

Open data Governo USA: <http://www.data.gov/>

Ente nazionale per la digitalizzazione della Pubblica Amministrazione: <http://www.digitpa.gov.it/>

Esperienze (le schede dei progetti analizzati sono in allegato 1)

Luoghi (comuni) d'Oltrepò: www.luoghicomunidoitrepò.it

Percorsi emotivi: www.percorsi-emotivi.it

ComunalMilano2001: <http://www.partecipami.it/content/view/15>

Film

No Maps for These Territories, Mark Neale, USA 1996, colore

The Terminal, Steven Spielberg, USA, 2004, colore

Up in the Air, Jason Reitman, USA, 2009, colore