

laboratorio due
l'evoluzione delle tecnologie

Introduzione

Pierluigi Cervelli

Gli articoli raccolti in questa sezione nascono dagli interventi prodotti nell'atelier di comunicazioni dei soci intitolato "L'evoluzione delle tecnologie". Una parte degli articoli si sofferma sulle modificazioni introdotte dallo sviluppo della tecnologia digitale e del web 2.0 nelle pratiche fotografiche (Perri e Finocchi, De Santis, Mitropoulou e Novello Paglianti, Caliandro, Peverini); l'altra parte invece riflette sulla retroazione dell'analogico fotografico sul digitale, in particolare soffermandosi su uno dei più vasti fenomeni di fotografia analogica contemporanea: la diffusione della Lomografia (Panosetti, Lotti e Pallotta).

Il saggio di *Stefania Caliandro* si sofferma sull'uso del rendering, ossia dei prodotti delle tecniche di computer grafica, in relazione alla prefigurazione dell' "utilizzo e/o il contesto ambientale per cui è destinato" un progetto architettonico, tramite la creazione di una "apparenza siml-fotografica". L'autrice sottolinea come il problema inerente allo statuto semiotico dell'immagine di rendering sia quello di un iconismo del tutto particolare, tale per cui essa presenta un "duplice aspetto pseudo-documentario e teleologico-progettuale" ponendo la questione della veromiglianza di questo tipo di immagine, caratterizzata da una "ambiguità pseudo-documentaria" che mira "a convincere sulla effettiva piacevole fruibilità dell'architettura e degli ambienti *immaginati*". Queste permette al rendering di rendere visibile, come afferma Caliandro, il futuro del progetto prima di realizzarlo. Da questo punto di vista, che ci pare riguardare il tema della "rappresentazione-prefigurazione" dell'efficacia simbolica dello spazio rappresentato, il saggio tocca l'importante questione semiotica dell'uso delle strategie di visualizzazione per costruire delle strategie di credibilità.

Il saggio di *Chiara De Santis* si sofferma sull'uso (o meglio sull'"abuso", come sottolinea l'autrice) della fotografia nei *social-network*, in particolare rispetto alla presentazione-costruzione del profilo personale degli utenti. Dopo una interessante riflessione, basata principalmente dalla riflessione di Ferruccio Rossi-Landi, centrata sul tema del "lavoro semiotico" e sul metodo omologico di riconoscimento delle corrispondenze strutturali fra fenomeni (che l'autrice riconduce al concetto di abduzione in Peirce, ma che è centrale anche nelle riflessioni, e delle analisi empiriche, svolte sui sistemi semisimbolici nell'ambito della semiotica strutturale), l'autrice passa a considerare la pratica di pubblicazione delle proprie fotografie su Facebook, definita un'"esigenza imposta dal programma" (e questo tratto pare interessante quanto preoccupante). Considerando un corpus di circa 6000 profili, costruito come campione rappresentativo

dell'utenza, dalla ricerca emerge la prevalenza del profilo che l'autrice definisce tecnoconformista (e sarebbe interessante a proposito verificare la possibilità di stereotipi o modalità di esposizione culturalizzate del sé, da mettere in parallelo con gli stili individuati). Conclude il saggio una riflessione sulle pratiche distorsive della fotografia, l'*adbusting* ed il *polbusting*.

L'articolo di *Riccardo Finocchi* e *Antonio Perri* si concentra sulle modificazioni introdotte dalla digitalizzazione della fotografia in relazione alla "lettura" che gli spettatori danno delle immagini fotografiche, presentando anche i risultati di una ricerca empirica condotta tramite tre focus group. Riprendendo alcuni temi classici della riflessione semiotica e filosofica i due autori si pongono il problema della reazione dello spettatore in relazione al rapporto fra mondo fotografato e immagine fotografica, interrogandosi dunque sul ruolo di testimonianza della fotografia in relazione ai processi di digitalizzazione che la investono attualmente. I due autori introducono il concetto di "fantasma", per indicare una fotografia che mostra quello che non esiste e per mettere l'accento sulle pratiche di alterazione del rapporto "fra testo e referente", sostenendo la tesi che con l'introduzione della digitalizzazione il mondo-referente diventa indifferente per l'immagine fotografica: si rompe cioè la relazione di rappresentazione fra mondo e fotografia e "non è più possibile affermare che qualcosa è stato ma solo dubitare se realmente qualcosa è stato".

Rachele Lotti e *Gaia Pallotta* si soffermano sul fenomeno delle *Toy Cameras*, considerandone una in particolare, quella prodotta dalla Lomo Society, ed in particolare in relazione alla fotografia del territorio. La particolarità di queste macchine sta, secondo le autrici, nell'"arbitrarietà nei risultati" che esse permettono di produrre. Connettendo la "pratica lomografica" alla rappresentazione di una "fatalità" piuttosto che alla ricerca di una perfezione, le autrici propongono una tipologia delle modalità di produzione fotografica possibili nella lomografia e sottolineano le possibilità di manipolazione dell'immagine che essa permette (attraverso la sovrapposizione, il fish-eye, l'overlapping). Attraverso una, necessariamente breve, ricognizione della concettualizzazione semiotica del concetto di "luogo", le autrici sottolineano il legame fra queste pratiche di distorsione della relazione indicale proprie di una particolare estetica fotografica (fra le altre possibili indicate, ad esempio, da J. M. Floch) e la affermazione della soggettività del fotografo (appunto il lomografista) riconducendo la articolazione semantica dei prodotti fotografici realizzati ad una logica di tipo "fuzzy".

Ponendo l'accento sulle pratiche di interazione e di scambio possibili in un social network fotografico *Mitropoulou* e *Novello Paglianti* propongono una lettura semiotica, concentrata in particolare sulle dinamiche modali e attanziali (con riferimento alle tre prove proppiane) della pratica di condivisione, classificazione e fruizione della fotografia amatoriale in rete, analiz-

zando in particolare il caso del sito Picasa (www.picasa-web.google.com), con l'obiettivo di "capire il processo di comunicazione che lo caratterizza rispetto ad altre forme di interazione che offre il web". Le particolarità della fruizione del sito Picasa vengono connesse alle modalità di interazione e di inclusione degli sconosciuti nella sfera del privato (o "semi-privato") di coloro che pubblicano, e costituiscono, i propri album fotografici tramite questo sito internet. Le due autrici propongono in merito una tipologia di operazioni di condivisione e fruizione delle immagini in internet, considerata come una pratica che evidenzia la "tensione tra oggetto fotografico con uno statuto di testo chiuso e completo e la possibilità fornita dal sito della sua manipolazione".

Il saggio di Daniela Panosetti si concentra sempre sulla lomografia, ma da un particolare punto di vista: quello che verte sulla relazione fra pratica fotografica e oggetti (le fotografie Lomo) prodotti dalla pratica stessa. L'interazione fra questi elementi porta Panosetti a riflettere sulle modalità di isomorfismo fra estetica della pratica e (attraverso la mediazione dello strumento) dell'oggetto fotografico. L'autrice si sofferma sul fatto che la Lomo fa foto "programmaticamente imperfette e sbilanciate" e suggerisce che essa operi per scarto rispetto alla norma implicita che regola l'atto fotografico (e ancor più quello digitalizzato), attraverso un eccesso costitutivo dell'oggetto. Questo eccesso è prodotto dalla "difettosità" costitutiva della macchina (punto di forza della sua valorizzazione ludica), tale per cui risulta ineliminabile nel processo fotografico una componente di imprevedibilità, i cui risultati all'interno della foto, valorizzati dal punto di vista estetico, la connotano di unicità (e di libertà rispetto ai canoni di bellezza e/o realismo propri di altre estetiche fotografiche). Dopo aver discusso dettagliatamente alcune delle questioni chiave relative alla Lomografia (bricolage della memoria, in parallelo con una riflessione sulla moda *vintage*; valorizzazione dell'istantaneità nella pratica, intesa come "processo in divenire"), Panosetti conclude, con riferimento alla proposta teorica di J. Geninasca, riletta e utilizzata in modo originale e convincente, che la particolarità della lomografia sta nella corrispondenza che essa instaura fra configurazione espressiva delle foto che permette di realizzare e configurazioni propriocettive del soggetto che pratica la Lomografia.

L'articolo di Paolo Peverini riflette sulla costruzione di quella che definisce una "storiografia collettiva digitale", alla base del progetto *Historipin*. Si tratta dell'inserimento di una serie, potenzialmente infinita, di foto analogiche, nello spazio urbano rappresentato in un sistema di navigazione come Google street view. La pratica che gli utilizzatori fanno di questo genere di programma viene definita come un generalizzato (e continuo) processo di remix ma è opinione dell'autore che si tratti di un processo più radicale di quello che coinvolge i materiali musicali o audiovisivi in un remix classico, data la dimensione tecnologica dell'assemblaggio. Per

Peverini non è la dimensione tecnologica a determinare l'interesse per *Historipin*, legato invece al modo in cui "la natura metacomunicativa del mash-up diviene uno strumento per riflettere sulla costruzione narrativa della storia contemporanea", avanzando l'ipotesi che col montaggio delle foto storiche sullo sfondo del panorama urbano attuale si produca una risemantizzazione del contenuto (di cui sarebbe interessante verificare gli effetti attraverso indagini empiriche). Termina il paper una riflessione sulle valorizzazioni (in relazione alla riflessione di Floch) dell'estetica fotografica propria del progetto indagato, considerata anche come progetto di marketing da parte di Google.

In luogo di conclusione si potrebbe affermare che, pur essendo i saggi molto eterogenei fra loro, la definizione del punto di vista analitico che li muove pare costituire fra di essi un elemento di continuità. Più che sulla "tecnologizzazione" del gesto e del testo fotografico, come si poteva immaginare in base al tema dell'atelier, essi paiono infatti essersi concentrati sulle forme di soggettività che l'evoluzione delle tecnologie presuppone e permette. La lettura delle strategie sottese alle forme di costruzione e assemblaggio dell'"oggetto fotografico" pare così aver condotto verso la costellazione di sensibilità di stili e di identità, che oscillano attorno ad esso.

E|C

Proto-fotografie dei progetti d'architettura come immagini iconiche del futuro

Stefania Caliandro

45

Per prefigurare un edificio o un complesso architettonico o urbanistico, sia esso un progetto di competizione o una realizzazione in corso d'opera, si è diffusa la pratica di impiegare delle immagini *proto-fotografiche* che consentano una comprensione divulgativa, e non necessariamente tecnica, dell'architettura a venire. Soppiantando così, per diversi aspetti, il ruolo dei disegni tecnici o delle interpretazioni grafiche che visualizzano più o meno liberamente l'effetto finale e l'uso previsti, queste immagini destinate a un pubblico variegato inscenano una riproduzione pseudo-documentaria della realizzazione futura. Senza assumere uno statuto veridittivo, queste proto-fotografie non nascondono l'evidente manipolazione del reale ma mirano a creare aspettative nella committenza e nel pubblico per costruire un immaginario attuale sul progetto. Cercando effetti di plausibilità del rappresentato, aspirano a convincere sulla effettiva piacevole fruibilità dello spazio progettato, sull'opportunità e sulla compatibilità ambientale del progetto, sulla valorizzazione urbanistica e paesaggistica che esso propone e, persino, sullo stile di vita che è associato alla sua realizzazione. Analizzando

alcune immagini di questo tipo, rileveremo come, diminuendo apparentemente la tecnicità e l'effetto estetico prodotti rispettivamente dai disegni tecnici e dalle libere interpretazioni grafiche, queste immagini si avvalgano del presunto realismo fotografico per costruire delle vere e proprie icone del futuro.



Fig. 1 – Forum cultural Guanajuato, León, Messico, Pei Partnership Association, rendering (dal sito: www.ppa-ny.com)

46

La tecnologia e l'utilizzo della strumentazione informatica hanno reso possibili nuove modalità di creazione e visualizzazione che esaltano aspetti inattesi nella produzione e nella fruizione delle immagini, modificandone peraltro valori relativi allo statuto iconico. La progettazione di oggetti tridimensionali, siano essi di architettura o di design, si avvale del *rendering* quale mezzo tecnico e di divulgazione non specialistica per raffigurare il progetto proposto (Fig. 1). Inscenando lo spazio creato o circostante l'oggetto, non solo se ne rappresentano l'aspetto generale e/o le varie facce previste nella sua realizzazione, ma se ne prefigura l'utilizzo e/o il contesto ambientale per cui è destinato. Poiché la tendenza è, in genere, di suscitare un'idea realistica, *proto-fotografica*, dell'attuazione del progetto, tenuto conto delle condizioni materiali ed effettive in cui questo si va a inserire, si potrebbe parlare di un iconismo proiettato al futuro, che modella l'oggetto di cui l'immagine vorrebbe essere segno.

Se un'icona è segno anche in assenza dell'oggetto rappresentato, un rendering che prefigura l'oggetto di riferimento e che contribuisce a generare aspettative nell'immaginario collettivo sulla sua realizzazione ha quanto meno uno statuto semiotico alquanto complesso. Difatti, non solo si potrebbe parlare di rinvio a un oggetto dinamico, interpretato e simultaneamente prodotto

dall'immagine rendering, ma si dovrebbe parimenti considerare il momento *diagrammatico* e *teleologico* che, nei termini della prospettiva di Charles Sanders Peirce, fa del rendering la visualizzazione iconica del progetto più che della sua messa in opera finale. L'ambiguità o l'ambivalenza nasce dal cambiamento di prospettiva generato in relazione alle teorie semiotiche sull'iconicità, dato che all'aspetto referenziale o estetico, storicamente e ampiamente discussi, si affianca qui una questione progettuale in cui l'immagine diviene *medium*, in senso letterale, ossia mezzo del fare, statuendo al tempo stesso sull'essere.

Per sviluppare le riflessioni appena accennate, mi propongo di approfondire l'impiego del rendering nella presentazione dei progetti di architettura, basandomi in particolare sulle immagini affisse nei siti online. Se queste considerazioni potrebbero facilmente estendersi e adattarsi ad altre forme progettuali del rendering come quelle proprie al design, ne resteranno invece esclusi gli usi, quali le simulazioni tridimensionali dei videogiochi, in cui la ricerca di un realismo iconico non presuppone, almeno in principio, un riscontro fattuale né una prospettiva performativa al di fuori del mondo virtuale. Inoltre, per semplicità di studio e per facilità di accesso al materiale, farò riferimento ai soli rendering di immagini fisse, tralasciando volutamente i filmati 3D. Questi tuttavia, con le opportune specificità, potranno mostrare una certa affinità con le problematiche incontrate per l'immagine non in movimento.

Il rendering è "il processo di 'resa' ovvero di generazione di un'immagine a partire dalla descrizione matematica di una scena tridimensionale"¹ e, per estensione comune del termine, si denomina rendering (o talvolta *render*) l'immagine prodotta da questo processo. La computer grafica si serve di algoritmi che definiscono il colore di ogni punto dell'immagine, richiedendo, a tal fine, la tracciatura geometrica del rappresentato, la determinazione del punto di vista, la definizione delle caratteristiche ottiche delle superfici visibili e la messa a punto dell'illuminazione. Il rendering è ormai strumento ordinario di visualizzazione, permettendo di illustrare progetti di architettura non o non ancora realizzati. Se ne trovano innumerevoli nei siti on line, divenuti indispensabili carte da visita anche per i migliori studi di architettura internazionali. Si può notare che in questi siti di architettura i rendering sono sviluppati in modalità tendenzialmente foto-realistica, sono quasi sempre raggruppati tra le immagini dei progetti, insieme alle fotografie che ritraggono le architetture realizzate, molto raramente sono accompagnati da didascalie che li distinguono dalle foto o che ne indicano l'autore. Due punti possono quindi già essere evidenziati. L'assimilazione dei rendering alle foto e la loro pronta sostituzione con quest'ultime quando dal progetto o dall'esecuzione in corso si passa al completamento dell'opera attestano come il rendering sia intenzionalmente utilizzato per fornire un'immagine

attendibile e futuribile dell'oggetto rappresentato. Dall'altro, sebbene sottoposto a copyright e spesso protetto dagli stessi siti che ne rendono difficile il download, il rendering è generalmente concepito come non avente valore artistico in sé, tanto da non richiedere la menzione diretta di chi lo ha prodotto. In entrambi i punti si manifesta pertanto l'utilizzo prettamente funzionale del mezzo, da un lato esaltandone l'aspetto che definisco proto-fotografico – anticipatore in un certo qual modo delle possibili fotografie dell'opera futura –, dall'altro forgiando un'immagine, per così dire, *transizionale* della realtà a venire.

Il rendering eredita da pratiche precedenti il problema di visualizzare lo spazio e di dar forma all'idea progettuale che lo modella. In architettura tale compito, tradizionalmente assolto dai disegni tecnici, poteva essere completato dalla realizzazione di maquette o fotomontaggi al fine di consentire una migliore valutazione estetica e funzionale dell'oggetto. In tempi recenti e particolarmente nell'ideazione di architetture utopiche, ci si è valse di sciolte interpretazioni grafiche, quali bozzetti a mano libera e dipinti, per dare espressione a una creatività non irretita dalle fredde procedure geometriche. Nella presentazione dei progetti il rendering pare aver riunito le due pratiche, fungendo da precisa riproduzione visiva delle geometrie e, simultaneamente, da raffigurazione creativa della funzionalità e delle visuali dell'architettura proposta. Inoltre ha l'enorme vantaggio di poter dare apparenza simil-fotografica a scorci urbani e architettonici definiti da punti di vista ardui o improbabili. Nel caso di design di oggetti o di architetture d'interni troppo angusti, ad esempio, si può far variare l'angolatura della convergenza prospettica per rendere una visione d'insieme impossibile a occhio umano. Parimenti si possono sezionare i vari piani di un edificio o *spellare* i volumi dagli involucri esterni, come già si faceva in taluni disegni tecnici o maquette, mostrando però lo svolgimento quotidiano delle attività rappresentate o i dettagli architettonici senza incorrere in problemi statici strutturali come per la maquette. Infine il rendering agevola una visualizzazione d'ordine temporale, favorendo l'adattamento della resa progettuale a seconda delle variazioni luministiche e ambientali diurne e notturne, nonché nelle differenti stagioni dell'anno.

Alle potenzialità contemporaneamente realistiche e creative del mezzo si somma l'utilità del supporto informatico che ne consente una divulgazione ad ampio raggio, tanto tecnica quanto per un pubblico di non addetti ai lavori. In tal senso il rendering, di facile lettura anche per i non esperti, fa leva sulla forza del visivo per cercare di ancorare le aspettative della committenza e della collettività destinataria del progetto ad un immaginario prototipale. La plausibilità della visualizzazione proto-fotografica trova d'altronde riscontro nella descrizione matematica

che è alla base della traslazione algebrica dei dati progettuali. Se non si può certo avanzare l'ipotesi di una semiotica dell'impronta luminosa, di un messaggio senza codice, come scriveva Roland Barthes per la fotografia², il carattere iconico del rendering procede però per valori, se non indexicali, quanto meno diagrammatici, mappando la superficie, gli effetti eidetici, cromatici e luministici dell'immagine in relazione alla matematizzazione del rappresentato. Da qui l'ambiguità pseudo-documentaria di tale uso del rendering, la cui prospettiva teleologica induce a spostare il riferimento contestuale al progetto in direzione di una corrispondenza fotografica *ante litteram* alla sua eventuale realizzazione. Si rileverà tuttavia l'ambivalenza semiotica secondo la quale il rendering non è passibile di riscontro puntuale e fattuale con l'opera, mantenendo l'immagine uno statuto iconico potenziale e non veridittorio. Le premesse progettuali contenute nel rendering costituiscono, meno che una *promessa* in senso semiotico, un orientamento programmatico verso la soluzione proposta. Se gli studi di architettura vegliano all'aggiornamento continuo dei siti e alla pronta sostituzione dei rendering con le foto dei lavori ultimati, difficilmente si potrebbero comunque avanzare rimozioni sulle variazioni adottate o sulla mancata corrispondenza dell'opera in base alle sole discrepanze rilevate con questo tipo di visualizzazioni grafiche. Il rendering si fa carico insomma di gran parte del potere mediatico ma, in virtù di una certa flessibilità creativa e di un adattamento divulgativo, tende a declinare le responsabilità progettuali a visualizzazioni più tecniche.



Fig. 2 – *Media Arts and Sciences Building*, Massachusetts Institute of Technology, Massachusetts, 2009, Fumihiko Maki & Associates, rendering (dal sito: www.maki-and-associates.co.jp)

Rendendo più o meno evidente il trattamento virtuale che è alla base della sua produzione, il rendering non pretende riprodurre fedelmente l'architettura a venire, non nasconde l'evidente manipolazione del reale, ma mira a costruire un immaginario condiviso intorno al progetto. Il suo scopo è di accattivare con un'immagine plausibile. Lo studio accuratissimo della luce, delle fonti naturali e artificiali, della luminosità

ambiente e dell'opacità atmosferica, dei riflessi vitrei e acquei, delle diverse rifrazioni di superfici lisce e scabrose suscitano effetti di realtà non dissimili da quelli ricercati nella pittura fiamminga d'epoca moderna. Ma la verosimiglianza ottica non è la sua sola arma di seduzione. L'inserimento di figure umane che abitano e animano lo spazio rappresentato, svolgono le attività previste dalla finalità del progetto o, semplicemente, si muovono o si rilassano, è voltato a convincere sulla effettiva piacevole fruibilità dell'architettura e degli ambienti *immaginati*.

Laddove i personaggi sono pure resi in modo iperrealista o fotografico, si suole collocare figure-tipo, più che caratteri individuali, rappresentando, da un lato, lo stile di vita che è associato alla realizzazione del progetto, dall'altro, la sua idoneità a usi e costumi della cultura locale. Altre volte, come nella progettazione di servizi di trasporto e di luoghi di passaggio, è il dinamismo delle persone che interessa ed effetti di flou possono allora aiutare a mettere fuori fuoco connotazioni troppo particolareggianti. Molto spesso inoltre gli studi di architettura hanno preso l'abitudine di servirsi di figurine stilizzate come pupazzetti o, più semplicemente, di sagome bianche svuotate di ogni riconoscibilità fisiognomica (Fig. 2). Oltre a superare la questione degli eventuali diritti d'immagine dei ritrattati, tali procedimenti favoriscono l'immedesimazione dell'osservatore tra gli utenti potenziali del progetto, dato che, come ho mostrato altrove³, una spersonalizzazione fisica incoraggia l'instaurazione di un rapporto proiettivo e simpatetico con il soggetto raffigurato.

48



Fig. 3 – *Nanjing Museum of Art and Architecture*, Cina, 2010, Steven Holl, rendering (dal sito: www.stevenholl.com).

Queste pratiche, più o meno diffuse, si incrociano con ricerche stilistiche proprie agli architetti o agli studi di computer grafica cui i primi si appoggiano. I rendering dei progetti di Steven Holl, ad esempio, sperimentano le varie tecniche spersonalizzanti già menzionate; ma nei rendering del Museo a Nanjing, in scala di grigi e in sovraesposizione, le figure, perentoriamente di spalle, in genere con lo sguardo rivolto alle opere o in movimento

verso aperture, assumono una consistenza diafana, quasi ombre di effimero passaggio davanti ai grandi capolavori d'arte e d'architettura (Fig. 3).



Fig. 4 – *Basel Burghof*, 2009, Rem Koolhaas & Reinier de Graaf, rendering (dal sito: www.oma.eu)

Particolarissima anche la scenografia dei rendering di Rem Koolhaas e Reinier de Graaf per l'ampliamento del Museo d'arte di Basilea (Fig. 4): i personaggi, a testa di porco, in abiti decisamente datati o prettamente magrittiani, si sporgono su soglie e baratri della struttura, entrando in dialogismo con le opere e con la memoria. La sensazione di straniamento che ne deriva enfatizza il problema, e nel porlo lo affronta, del rapporto con le preesistenze urbane e dell'inevitabile traumatismo architettonico tra l'antico e il contemporaneo. Si tratta senza dubbio di un'interpretazione grafica molto articolata che mira a mostrare visivamente le questioni di compatibilità e di valorizzazione urbanistica e paesaggistica sviluppate dal progetto.

A completare l'efficacia dell'immagine sull'opportunità del progetto, in merito alla fruibilità dei suoi spazi, alla valorizzazione logistica e urbanistica, alla compatibilità ambientale, allo stile (o agli stili) di vita che esso propone, le strategie adottate dal rendering d'architettura lo portano in genere a sminuire, almeno in apparenza, la tecnicità della propria esecuzione. Per renderlo più accessibile a un pubblico variegato, rispetto ai disegni di progettazione geometrica, si tende ad esaltare un naturalismo iconico, volutamente costruito. Oltre alla resa ottica delle superfici materiche, della luminosità, dei riflessi e delle trasparenze, già menzionata, è interessante notare, da ultimo, le tipologie dei cieli che coronano queste architetture immaginarie. Neutro, molto spesso artificiale e pressoché insignificante nella rappresentazione di interni, il cielo diventa termine di confronto imprescindibile per dar risalto alla luminosità degli edifici ma anche per *naturalizzare*, in un certo qual modo, le immagini in esterno (Fig. 1). Specialmente la riproduzione di nuvole permette di rompere col rigido geometrismo delle costruzioni, così come col tecnicismo degli effetti più fotorealistici, e rilancia la ricerca di effetti estetici che rendono il progetto allettante.

Tenuto conto del suo duplice aspetto pseudo-documentario e teleologico-progettuale, il rendering d'architettura, almeno in questa sua tendenza proto-fotografica, pare instaurare una concezione deviante dell'iconismo, basata sulla costruzione di effetti di realtà anziché sulla costatazione diagrammatica della matematizzazione dell'immagine. Questo slittamento semiotico, quasi *schizofrenico* in senso postmoderno, permette di utilizzare il rendering, in senso immanente e trascendente, come un'icona del futuro; o, ancora, in termini di creazione di un immaginario collettivo nonché di un mondo virtuale condiviso, di pensare il rendering come un oggetto transizionale capace di proiettare e assorbire le trasformazioni del reale. In tal senso il rendering prolunga la capacità dell'immagine di trasmettere quella vertigine che, come scriveva Roger de Piles, "nous transporte pour ainsi dire, comme d'un pays dans un autre sans nous en apercevoir que par le plaisir"⁴.

Note

1 La voce "Rendering", enciclopedia on line Wikipidia, <http://it.wikipedia.org/wiki/Rendering> (consultato 22/09/2010).

2 Cfr. Roland Barthes, "Le message photographique", *L'obvie et l'obtus. Essais critiques III*, Parigi, Seuil, 1982, pp. 9-24.

3 Cfr. Stefania Caliendo, "Attempt to raise hell, ou du pouvoir hallucinatoire dans l'art contemporain", in Anne Beyaert-Geslin, a cura, *L'image entre sens et signification*, Parigi, Publications de la Sorbonne, 2006, pp.89-100.

4 Cfr. Roger de Piles, *Cours de peinture par principes [1708]*, Nîmes, Éditions Jacqueline Chambon, 1990, pp. 74-75; citato in Dominique Chateau, *Sémiotique et esthétique de l'image. Théorie de l'icônicité*, Parigi, L'Harmattan, 2007, p. 11.

E|C

Fotografia e lavoro semiotico nel social-networking

Chiara De Santis

1. Introduzione

La forma sociale contemporanea è caratterizzata da attitudini patemiche ed abitudini interpretative apparentemente contrastanti. Da un lato, infatti, possiamo rilevare come la forma di produzione odierna comporti l'incontro e l'ibridazione di linguaggi diversi, una nuova disposizione al dialogismo. Dall'altro possiamo descrivere questa fase del capitalismo come quella in cui si fa più forte il desiderio di definire e ribadire l'identità, sia essa individuale o collettiva.

Queste due tendenze, l'una tesa verso l'identità precaria da ribadire e garantire, l'altra verso il dialogo quotidiano con sguardi differenti, che distinguiamo qui, ovviamente, operando un'astrazione a fini meramente analitici, sono entrambe rinvenibili nelle pratiche inte-

razionali nei *social-network* mediate dalla fotografia. La tensione alla difesa identitaria appare, tuttavia, parecchio prevalente.

Il mio contributo, attraverso l'analisi applicata ad alcuni "profili" selezionati, considererà le procedure del *web*, mediate e prodotte dalla fotografia, tendenti ad esaltare l'identità individuale attraverso processi di vetrinizzazione e costruzione boriosa del "profilo" personale. Al contempo terrò in considerazione le nuove possibilità dialogiche offerte dalle reti sociali attraverso l'uso ludico delle immagini fotografiche.

Un'attenzione particolare sarà riservata all'ambito dell'impegno politico delle immagini in *Facebook*, il *social network* più utilizzato in Italia.

Portando avanti una ricerca già incominciata da qualche mese, ampliando il corpus di analisi, ovvero il numero dei profili virtuali analizzati, saranno individuati alcuni tipi ideali (in senso weberiano) di agire socio-virtuale.

2. Il lavoro semiotico

Prima di occuparci in maniera diretta del ruolo della fotografia nell'ambito del lavoro semiotico delle "reti socievoli", è opportuno spiegare quanto indichiamo con questa espressione, "lavoro semiotico".

Si tratta di una locuzione che fa riferimento agli studi di Ferruccio Rossi-Landi, il quale, già nel 1968, con sorprendente anticipo, intuiva le trasformazioni della forma di produzione capitalistica e l'importanza dell'immateriale e della conoscenza per la società futura, quella che oggi chiamiamo difatti *knowledge society*. Proponeva, dunque, pubblicando *Il linguaggio come lavoro e come mercato*, una teoria della produzione linguistica e segnica come teoria del lavoro linguistico e non-linguistico sulla base dell'omologia tra linguistica ed economia.

Attraverso l'uso metaforico dell'apparato concettuale utilizzato da Marx nella critica all'economia politica, Rossi-Landi ha strutturato la riflessione semiotica come necessità di uno spostamento dei percorsi di studio dal livello del "mercato linguistico" a quello del "lavoro linguistico". Operando in questo senso, si è avvalso di un metodo specifico, il metodo omologico, orientato non all'individuazione di mere analogie ma al rinvenimento di omologie, ovvero di somiglianze genetico-strutturali, tra la linguistica e l'economia. Ha evidenziato che la produzione linguistica e la produzione materiale sono intimamente legate in quanto parte di uno stesso processo semiotico, quello della riproduzione sociale umana. Il lavoro è quindi la manifestazione della creatività umana, l'espressione di un'attitudine dell'uomo. Sia esso fisico o intellettuale, salariato o infunzionale, il lavoro è prima di tutto sempre lavoro semiotico. Ciò che appare distinto in superficie è in realtà parte di una sola entità, di un solo processo, attraverso il quale l'uomo produce e riproduce se stesso e la propria organizzazione sociale, nonché la propria stessa vita.

La distinzione tra verbale e non-verbale, o linguistico e

non-linguistico (intendendo qui l'aggettivo "linguistico" riferito al linguaggio in generale e non già a quello verbale) finisce con l'annullarsi nel riconoscimento che la vita umana è parte ed espressione di un processo segnico che, globale e onnicomprensivo, la investe completamente. Dunque, la divisione tra lavoro verbale e non-verbale, tra produzione di messaggi e produzione di merci non sussiste se non come costruzione apparente: in entrambi i casi, ci si trova di fronte alla semiosi specificamente umana ad un lavoro segnico di modellazione. Pertanto, la separazione tra "lavoro intellettuale" e "lavoro materiale", che chiamiamo con Rossi-Landi anche "lavoro linguistico" e "lavoro non linguistico", non è certo né naturale né ontologica, piuttosto è il frutto di un processo di exattamento¹ nell'evoluzione dell'antroposemiosi che ne ha dissimulato il legame. È questa la ragione per cui, attraverso la rete e l'automazione, oggi si fa sempre più evidente il carattere produttivo della comunicazione e sempre più ambigua la distinzione tra messaggi-merce e merci-messaggi.

A seguito dell'informatizzazione nell'unità di *hardware* e *software* convergono in modo evidente la dimensione materica fisica e quella linguistica palesando la loro intima unitarietà (Ponzio 2002, p. 58; 2004, p. 22). Tutto quanto avviene in rete è infatti frutto di lavoro semiotico collettivo che è vincolato alla codificazione della programmazione informatica e a quella della comunicazione linguistica ordinaria, sociale.

Possiamo quindi ritenere con Rossi-Landi che, al di là delle separazioni e settorializzazioni di ordine storico-sociale e al di là dello specialismo scientifico, nella produzione e nella comunicazione globali esistono dei nessi strutturali e genetici che pertengono alla semiotica, intesa non semplicemente come una scienza che si occupa dei segni linguistici, ma come una scienza globale in grado di dar vita a una teoria generale della società (Rossi-Landi 2004, pp. 235-241).

È facile riconoscere nel metodo omologico anche i connotati dell'abduzione di Peirce: infatti, individuare un'omologia significa riconoscere rapporti insospettiti tra entità apparentemente slegate, operare un salto inferenziale nel processo cognitivo e compiere un movimento di de-scrittura e ri-scrittura per approdare al momento generativo dei processi umani e, quindi, al linguaggio e alla semiosi specificamente umana (Ponzio 2003, pp. 45-46).

Rossi-Landi pertanto ha esteso il concetto di lavoro al campo più ampio del lavoro semiotico in generale, precludendo la possibilità delle trasformazioni oggi contingenti. Ha descritto la lingua e i prodotti della semiosi come un insieme di artefatti, cioè di produzioni umane. Parole, enunciati, testi difatti certo non esistono in natura se non come realizzazioni umane. E tutto ciò che attiene alla lingua, essendo prodotto dall'uomo, è frutto di lavoro. Per converso, tutti gli altri insiemi di artefatti non linguistici si presentano come sistemi segnici non-verbali attraverso i quali, parimenti alla lingua, l'uomo

produce e riproduce la sua vita. Quindi, artefatti linguistici e non linguistici sono parte di un generale processo di produzione segnica, *condicio sine qua non* della riproduzione della vita umana e di cui il denominatore comune è il lavoro.

Anche le immagini fotografiche costituiscono ovviamente artefatti, realizzazioni semiotiche, prodotti di lavoro segnico che si avvalgono di una specifica e peculiare forma dell'espressione: la fotografia.

3. Il lavoro socio-virtuale e la fotografia

Alla luce di quanto detto sin ora, è possibile considerare la fotografia ed il suo abuso nei *social network* come esito di un processo di lavoro semiotico. Dall'analisi svolta emerge che l'estensione della produzione, della condivisione e del consumo di fotografie prodotto da *Facebook* ha implicato fortemente l'uso di materiale segnico visivo nella ri-produzione di un'immagine di sé in relazione ad un gruppo al quale l'immagine rimanda o, alternativamente, si oppone.

La scelta di pubblicare foto costituisce infatti un vaglio di esposizione, dunque, prescindendo dall'utilizzo giocoso che dell'immagine è dato di fare, essa è una scelta di narrazione e ostentazione identitaria che accomuna ad alcuni e contrappone ad altri.

La presenza delle fotografie sul profilo virtuale, al pari della loro assenza, descrive la scelta di "essere" di fronte ad uno sguardo voyeuristico presupposto. Questo essere risponde alla logica dell'identità anche quando si tratta di "essere altrimenti", di essere secondo le alternative (impegnata, innovativa, etc.) previste da questa forma sociale.

L'enunciazione che ciascuna pubblicazione realizza, infatti, costituisce un intervento nell'ambito di un dispositivo linguistico programmato.

La presenza massiccia della fotografia in *Facebook*, è decisa e prescritta dal programma socio-informatico, cioè da un'opzione definita a tavolino da uomini e poi implementata nell'architettura del *network* nella forma di programma informatico. Questa scelta, questa progettazione, rispecchia la realtà storico-sociale di cui è intriso il pensiero che la dispone, ovvero la logica dell'identità. Riflette inoltre la condizione economica che sostiene: i *bit* sono merci, sono l'esito di un processo di produzione distintivo di un modo di produzione determinato.

L'analisi Rossi-Landiana del linguaggio – da noi qui considerato anche come linguaggio mediato dalla fotografia – come lavoro e come mercato richiama la questione dell'alienazione linguistica, quindi quella situazione in virtù della quale il lavoratore linguistico viene estraniato dal processo lavorativo linguistico. È quanto si verifica quando l'intero processo della produzione e della circolazione linguistica assume "la forma istituzionalizzata di un capitale e di un mercato linguistico che nessun parlante può mutare a piacere" (Rossi-Landi 2003, p.103). Il lavoratore linguistico eroga la propria forza-lavoro nel senso della ripetizione di modelli obbli-

gatori e sovra-individuali imposti dalla società in cui ha avuto la ventura di nascere. L'aspetto più importante di questa condizione riguarda ovviamente l'inconsapevolezza: il parlante crede di essere libero, ma la sua è una libertà fittizia, questi è infatti costretto a produrre secondo modelli e modalità di erogazione prestabiliti. Per dirlo altrimenti, la capacità creativa, "pietrificata", è costretta ad aderire alla "naturalità" simulata di un'organizzazione sociale specifica e alla necessità della sua riproduzione.

Nell'ambito della "necessità" di pubblicare, quindi produrre e scegliere fotografie per il *social network*, esigenza imposta dal programma, dobbiamo quindi interrogarci sull'ipotesi che la realizzazione e la valutazione delle fotografie, anche quando originali e fantasiose, non siano libere da schemi, ma aderiscano piuttosto ad un modello di rappresentazione ed ostentazione identitaria inconsapevole e alienante, funzionale alla riproduzione della logica dominante.

4. L'agire socio-virtuale

Attraverso il monitoraggio dei comportamenti socio-virtuali di 6.000 soggetti e delle relative scelte di pubblicazione di fotografie, personali e non, è stato possibile considerare delle costanze nei processi di significazione generati dall'immagine fotografica, che si ripetono nonostante il variare ininterrotto dei contenuti e dei sensi evocati da ogni testo fotografico e dai contesti di pubblicazione ogni volta irripetibili.

I profili da esaminare sono stati selezionati cercando di costruire un campione che fosse rappresentativo di tutti gli utenti di *Facebook*. Per questa ragione i profili oggetto di analisi corrispondono ad utenti di tutte le età, ragazze e ragazzi, donne e uomini, dai titoli e i gradi di istruzione diversi. Questa ricerca porta avanti uno studio i cui risultati sono stati già considerati in un lavoro precedente, in corso di pubblicazione su *E/C*, in cui si era cercato di costruire dei tipi ideali di agire socio-virtuale nel *network Facebook*.

Si trattava di quattro tipi di agire che avevamo chiamato genericamente: tecno-impegnato, tecno-entusiasta, tecno-moderato e tecno-conformista. Ciascuno di essi corrisponde ad un modo differente di utilizzare il programma del *social network* e di valutare le possibilità trasformative che esso offre.

Per la descrizione delle tipologie di testi fotografici e commenti a tali testi pubblicati rimandiamo all'articolo già menzionato. In questa sede cercheremo piuttosto di evidenziare alcune comunanze che collegano l'impegno quanto l'entusiasmo, la moderazione quanto il conformismo, nella scelta dell'esposizione su *Facebook*.

Se infatti l'agire tecno-impegnato implica quasi sempre la scelta di divulgare fotografie che ritraggono oggetti o soggetti altri rispetto all'utente che pubblica, soprattutto oggetti e soggetti legati alle realtà politiche e sociali, anch'esso, come quello tecno-entusiasta, punta sullo sforzo di coinvolgere pateticamente chi guarda.

Entrambe queste modalità d'agire spingono verso il coinvolgimento empatico.

A questo riguardo andrebbe specificato che un'altra importante mistificazione, diffusa anche in tanta letteratura, è quella che considera l'empatia come tensione all'alterità. Essa, al contrario, costituisce un modo di identificazione perfettamente conforme alla logica dell'identità. È di fatto un processo psicologico che presuppone la comprensione dell'altro soltanto attraverso la riconduzione dell'altro a sé. Patire il sentimento dell'altro passerebbe, secondo l'ideologia del valore positivo dell'empatia, dal pensare e riuscire a credere che l'altro sia me e non già dalla tensione per l'altro in quanto irriducibilmente altro.

L'agire tecno-entusiasta si concretizza nella scelta di condividere testi fotografici giocosi e citanti, legati al mondo dello spettacolo, dal gusto ricercato e fantasioso; esso ha anche qualcosa in comune con l'agire moderato. Il nesso sta nella scelta di agire infunzionalmente, senza esplicitare il tentativo di orientare le opinioni di chi osserva su temi politici o sociali, come invece prevede il tecno-impegno.

I tecno-moderati sicuramente sono coloro che pubblicano il numero più basso di fotografie, alcuni di loro non espongono neppure l'immagine del profilo.

Infine, i tecno-conformisti, accomunati ai tecno-impegnati ed ai tecno-entusiasti dalla scelta di pubblicare un numero cospicuo di immagini fotografiche, sono coloro che meno alimentano l'aspetto ludico che *Facebook* acconsente agli amanti della fotografia. La scelta dell'oggetto e della distanza dello sguardo modellabile continuamente attraverso la trasformazione dei testi e delle figure sulla rete, mediante i commenti sincretici, sembra sconosciuta ai conformisti, per i quali le foto, sempre personali e ritraenti se stessi, sono scelte in base all'aderenza ai canoni della bellezza telepopulista.

Il lavoro semiotico interpretativo legato alla produzione e alla fruizione di testi fotografici su *Facebook* appare quindi evidentemente soggetto a processi di alienazione semiotica per i tecno-conformisti. Meno evidenti sono le forme di alienazione che riguardano il lavoro semiotico delle altre "tipologie ideali" individuate.

Dato il numero altissimo di tecno-conformisti individuati dal mio campione, è possibile concludere che l'uso della fotografia in *Facebook* risulta dalla mia ricerca troppo spesso ricco di segni della globalizzazione identitaria del pensiero e dell'immaginario.

Concludo l'articolo con un ultimo paragrafo dedicato ad alcune pratiche positive attivate dalla fotografia sul *social network* quali il *polbusting*, il *detournement* e l'*adbusting*. Si tratta di attività piuttosto consuete tra i più sovversivi dei tecno-impegnati.

5. Svelare e ri-svelare le fotografie in rete

L'ipertesto rende più tortuosi e imprevedibili i percorsi di fruizione mediatica, la multimedialità amplifica e rimescola i canali di produzione visuale e il confine tra

autore e fruitore di immagini. De Kerkhove e Susca fanno rientrare la diffusione dell'immagine politica in epoca digitale nel fenomeno da loro definito trans-politica (2008, p. 81). Il neo-logismo indica la con-fusione di linguaggi e forme politiche, con il mondo del ludico, dei consumi, della pubblicità e dell'arte creativa. Il politico diventa patrimonio modificabile dai cybernauti che possono scrivere, riscrivere e ridisegnare l'immagine dei politici e dei soggetti istituzionali. Gli autori parlano, come fenomeno esemplificativo di questa tendenza creativa del pubblico della rete, di *polbusting*. Gli utenti raccolgono messaggi e spot elettorali promossi dai politici e li impiegano come materie prime per riscritture tese a svelare le contraddizioni, le finzioni, trasmesse da queste forme pubblicitarie. Le figure impeccabili dei politici fotografati in doppiopetto vengono canzonate, con fare dadaista, caricaturizzate al fine di esibire carenze e ipocrisie implicite negli stessi comunicati promozionali elettorali. Il *poldbusting* deriva dalla pratica dell'*adbusting*, forma espressiva promossa dal collettivo diretto da Kalle Lasn Adbuster. Tale pratica, con l'intento di svelare il carattere perverso del consumismo, si basa sostanzialmente sulla manomissione delle immagini delle multinazionali attraverso il *detournement*, ovvero la de-contestualizzazione delle rappresentazioni visive pubblicitarie, finalizzata allo dis-velamento degli aspetti contraddittori celati in esse. Parliamo di dis-velamento perché si tratta di togliere veli per ri-velare

In sostanza, dunque, l'*adbusting* intende effettuare un rovesciamento del messaggio pubblicitario imitando le tecniche comunicative: si riprende il logo stesso della marca che si intende colpire, ma in modo tale da renderlo espressione degli aspetti negativi legati al consumo.

Tuttavia, l'*adbusting* è una pratica coordinata dall'alto, da artisti e esperti comunicatori, con intenti programmatici ispirati a precise teorie economiche (come quelle di Naomi Klein). Il *polbusting*, invece, nasce in modo spontaneo nel marasma del *web*. A creare questi messaggi spesso sono cybernauti senza velleità politiche, dotati soprattutto di una forte carica ironica, che impiegano semplici tecniche di creazione grafica digitale, diventate di uso quasi comune grazie ai dispositivi del *web 2.0* che permettono una rapida costruzione e diffusione di contenuti e messaggi. Secondo gli autori, il *poldbusting* è un chiaro esempio di transpolitica, di quel mix tra mondo della politica, del ludico e dei consumi. Quali ricadute effettive potranno avere questi fenomeni sui soggetti istituzionali è difficile dirlo, ma si possono vedere alcuni casi che mostrano i germi di possibili trasformazioni.

Castells definisce il *web 2.0* come tecnologia in grado di promuovere forme di autocomunicazione di massa (2009), in cui si mescolano processi comunicativi provenienti dall'alto e dal basso, dove messaggi introdotti anche da anonimi utenti della rete, possono avere la stessa risonanza di uno scoop giornalistico. In tal senso, un

politico che voglia oggi comunicare in modo vincente la sua immagine, affidandosi ad esperti del *web* e allo stesso tempo al popolo brulicante di cybernauti, può ottenere risultati rilevanti. Barack Obama ha precettato uno dei cofondatori di *Facebook*, Chris Hughes e, come è noto, ha ottenuto consensi dilaganti nel popolo del *web*.

Note

1 Il concetto di "exattamento" in semiotica è utilizzato soprattutto da Sebeok che lo prende in prestito dalla paleontologia di S.J. Gould ed E.S. Vrba, i quali ne coniarono l'espressione inglese "exaptation". Dai paleontologi è impiegato per descrivere un particolare tipo di evoluzione delle caratteristiche degli esseri viventi. Secondo la tesi darwiniana, per questioni adattative, in una specie un determinato carattere più favorevole alla sopravvivenza, come ad esempio la pelliccia per riscaldarsi dal freddo, tende a essere trasmesso attraverso le generazioni. Nell'exattamento tale carattere assume nuove proprietà, che deviano dallo scopo adattativo. Ne sono un esempio le piume degli uccelli sfruttate non più soltanto per riscaldare il corpo, ma anche per il volo; oppure, se consideriamo la tesi semiotica di Sebeok, il linguaggio umano, quale sistema di modellazione, utilizzato solo ad un certo punto della storia a fini comunicativi.

Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

- Castells, M., 2009, *Communication power*, New York, Oxford University Press Inc.; trad. it. *Comunicazione e potere*, Milano, Università Bocconi Editore, 2009.
- Ponzio, A., 2002, *Il linguaggio e le lingue*, Bari, Graphis.
- Ponzio, A., 2003, *I segni tra globalità e infinità. Per la critica della comunicazione globale*, Bari, Cacucci.
- Ponzio, A., 2004, "Lavoro immateriale e linguaggio come lavoro e come mercato", in *Athanos*, n. 7.
- Rossi-Landi, F., 2003, *Il linguaggio come lavoro e come mercato. Una teoria della produzione e dell'alienazione linguistiche*, Milano, Bompiani, 2003.
- Rossi-Landi, F., 2004, *Semiotica e dialettica*, Bari, Edizioni dal Sud.
- Susca, V., De Kerkhove, D., 2008, *Transpolitica. Nuovi rapporti di potere e di sapere*, Milano, Apogeo.

Il referente assente. Note sulla fotografia digitale

Riccardo Finocchi
Antonio Perri

1. Il fantasma del referente

La ricerca presentata in questo articolo riguarda prevalentemente il tema del rapporto tra immagine fotografica e mondo fotografato. Naturalmente questo rapporto, tutt'altro dall'essere pacifico e definitivamente chiarito nelle sue vaste implicazioni teoriche, dovrà essere osservato tenendo conto di alcune condizioni. Innanzi tutto il fatto che la fotografia riproduce il mondo attraverso un dispositivo tecnico e che, dunque, è condizionata dalle mutazioni della tecnologia come già con chiarezza aveva indicato Benjamin (1955). In particolare nella contemporaneità sarà necessario considerare i condizionamenti e le problematiche che nel testo fotografico si producono a partire dall'evoluzione delle tecnologie digitali applicate alla fotografia, basti pensare all'associazione della fotocamera ai telefoni cellulari e all'interscambiabilità attraverso il web delle immagini digitali per intuirne la portata rivoluzionaria; non solo, si pensi a come la possibilità della manipolazione digitale stia proiettando sulla fotografia la connotazione di un'*immagine infedele* (cfr. Marra 2006). In secondo luogo, anche come conseguenza dell'evoluzione tecnica, si dovrà tenere conto dei mutamenti nella ricezione-fruizione della fotografia considerando sia gli aspetti socio-percettivo che già Bourdieu (1965; *id.* 1979) aveva posto in evidenza, aspetti integrabili con indagini semiotiche e sociosemiotiche (si veda al proposito Floch 1986, pp. 10-11), sia gli aspetti relativi alla sensibilità pensata in senso originario come *aisthesis* (cfr. Greimas 1987; Montani 2010, p. XVII sg.).

Proviamo a fare ordine nelle questioni che si profilano a partire da queste brevi premesse. Il primo punto richiamato è il rapporto tra fotografia e mondo. In prima approssimazione si potrebbe dire che la forma testuale fotografica, la *fotografia*, intrattiene con il reale un rapporto *diretto*: la fotografia è lo specchio del mondo. Uno specchio che, prendendo spunto dal saggio *Sugli specchi* di Eco (1985), congela l'immagine che vi si riflette. L'obiettivo della macchina fotografica si apre sul mondo e lascia che nella pellicola si registrino le modulazioni della luce che producono l'immagine, il mondo così lascia la propria *impronta* sulla fotografia (per usare la metafora di Floch 1986). Insomma, "il noema la fotografia è semplice, banale; nessuna profondità: *è stato*" (Barthes 1980). Qualcosa è stato: è stato fotografato, è stato davanti all'obiettivo, è stato nel mondo visibile. La fotografia è *testimonianza* di ciò che è stato.

Dobbiamo, però, aggiungere a questa prima asserzione

alcune riflessioni che ne mostrano il limite. Osserviamo la fotografia (Fig. 1) di Jacques Henri Lartigue del 1905 il cui titolo è *Zissou en fantôme*.



Fig. 1 – *Zissou en fantôme*, Jacques Henri Lartigue, 1905, fotografia

La fotografia e il suo tema sono emblematici: vediamo un fantasma ma i fantasmi non esistono, cioè non possono rientrare nello "*è stato*". Ora, lo "*stato*" fantasmatico sussiste solo fintanto che il fantasma non prende corpo, poiché nel momento in cui divenisse corporeo e chiaramente visibile cesserebbe di essere fantasma. Eppure nella fotografia si vede distintamente un corpo, è trasparente, certo, ma non è una figura di cui si può dubitare, un fantasma che appare e svanisce. Vediamo il corpo dell'incorporeo. Dunque il noema della fotografia, il banale e semplice "*è stato*" viene qui tradito? lo specchio congelante violato? Eppure, qualcosa "*è stato*". La pellicola non può non *rispecchiare* ciò che effettivamente è apparso: semplicemente *è stata congelata* un'immagine che appare come un fantasma. Se in prima approssimazione abbiamo parlato di rapporto diretto tra immagine e mondo (o se si vuole fra testo e referente) ora dobbiamo aggiungere che sono possibili delle *pratiche* di alterazione.

Ad un primo livello è un'alterazione già lo "sguardo" del fotografo che decide selettivamente quale, quanto, come e con che luce inquadrare lo spazio nel campo ottico. Questa scelta selettiva, naturalmente, modifica il rapporto tra vero e reale – nel senso che l'enunciatore sceglie *come* rappresentare – ma non altera la funzione congelante della fotografia, ossia il fatto che qualcosa davanti all'obiettivo, semplicemente, "*è stato*". Difatti, l'immagine scattata da Lartigue potrebbe essere proprio un *gioco* del campo ottico, una pellicola sovraesposta da una doppia apertura di obiettivo. È evidente che le sovra/sotto-esposizioni, i giochi di luminosità ecc. non alterano lo *è stato*, semmai ammantano il referente dell'immagine di un *effetto evocativo*, agiscono cioè come *vettori* connotativi. Altresì (ad un secondo livello di alterazione), è possibile ipotizzare che il fantasma nella fo-

tografia di Lartigue sia ottenuto con un fotomontaggio: un'alterazione della funzione "congelante" mediante un assemblaggio di porzioni di fotografie disposte in un rapporto spesso impossibile. Il mondo "fotomontato" è potenzialmente un mondo che non esiste al di fuori del testo fotografico. Tuttavia, le porzioni di mondo assemblate nel fotomontaggio sono ancora riconoscibili o quantomeno percepibili, la referenza è alterata ma non interrotta: frantumi di specchio (*congelante*) vengono ricomposti per costruire un "sembiante" di mondo; ma alla base di quel "sembiante" (o forse, greimasianamente, "simulacro") c'è ancora il reale (inteso, husserlinamente, come mondo-della-vita o ancora come mondo naturale – cfr. Greimas, Courtes 1979). Per quanto "fatto a pezzi" e visibile in frammenti ricomposti il mondo fotomontato si è dovuto *presentare* davanti all'obiettivo: la fotografia (tradizionale e non digitale) non punta mai a *uccidere* il referente. E qui è scontato il richiamo a Barthes: *et surtout, d'accord, il faut tuer le référent* (Eco 1974, p. XIV). Dunque, attraverso l'immagine di Lartigue, per un verso uccidiamo il referente poiché nel mondo non può esserci qualcosa che corrisponde realmente al fantasma che vediamo (il referente è un fantasma!); per altro verso, però, proprio mentre interpretiamo e attribuiamo un senso all'immagine facciamo "risorgere un fantasma, il fantasma del referente" (Eco 1974, p. XIV). Detto diversamente: davanti al testo fotografico non riusciamo a dubitare che effettivamente qualcosa "è stato", è nella natura stessa del mezzo che l'immagine riproduca ciò che è stato, così possiamo credere di vedere un fantasma, di vedere ciò che non si vede, e non solo, possiamo attribuire un valore referenziale a quell'immagine. Naturalmente, l'uccisione del referente e la sua fantasmaticizzazione alludevano, come scrive Eco (2001, p. 617), al "problema di vedere il referente come funzione del significato e non viceversa" (su questi argomenti cfr. Bertetti 2006).

Siamo così giunti al punto in cui possiamo porci un interrogativo centrale per questa ricerca: ci dobbiamo chiedere, cioè, se sia possibile affermare che a partire dall'introduzione della fotografia digitale si sia verificata una radicale modificazione della relazione tra mondo e riproduzione, o meglio se la nuova tecnologia *abbia* modificato (o *stia* modificando) il testo fotografico e le pratiche di fruizione in modo tale che sia possibile ipotizzare un nuovo patto di fruizione "digitale".

Per rispondere a questa istanza è sufficiente osservare immagini elettronicamente manipolate o in cui è stato effettuato il *morphing* (Fig. 2) per poter addurre che nei procedimenti di riproduzione digitale non è necessario che il mondo si *presenti* davanti ad un obiettivo fotografico capace di "catturarlo" per poter poi *rap*-presentarlo. Con la digitalizzazione dell'immagine il noema della fotografia "è stato" non è più valido, lo specchio che congela è superato e il reale disperso e moltiplicato nella diffusione magmatica della rete.



Fig. 2 – Immagine elettronicamente manipolata, Erik Johansson, fotografia digitale 1

Il "dispositivo" semiotico in questo regime rappresentativo subisce un tracollo, non è più possibile una referenza: il referente è assente. Il referente è stato ucciso ma non nel senso indicato da Eco e Barthes, piuttosto nel senso che il mondo (il referente possibile) è ormai totalmente *indifferente* per l'immagine fotografica che lo rappresenta. In questo stato d'indifferenza si rompe il rapporto tra mondo e rappresentazione, rimane solo il testo (fotografico) che "immagina" (nel senso proprio di *mettere in immagine*) il mondo, auto(rap)presentandolo, *indifferente* ad ogni possibile referenza. Queste ultime osservazioni potrebbero essere approfondite (ma non in questa sede) con un collegamento a ciò Heidegger (1938) aveva pensato come l'*epoca dell'immagine del mondo* nel possibile esito del *pensiero della tecnica*, così come attraverso un riferimento all'*epidemia dell'immaginario* di cui parla Žižek (1997).

Dunque, nelle fotografie digitali il mondo può essere auto-prodotto indipendentemente dal referente-mondo e non è più possibile affermare "è stato" ma solo *dubitare se realmente qualcosa è stato*. Cosa accade allora nei ricettori davanti all'aumento esponenziale di immagini fotografiche in cui si mescola al vero l'alterato digitalmente? Il patto di referenza entra, anche solo parzialmente, in uno stato "critico"? E cosa accade davanti ad immagi-

ni che potrebbero essere alterate ma che non mostrano nulla che non possa essere accaduto (si veda Fig. 3)? Ricepire fotografie digitali necessita di una diversa “guida”, diciamo, di un nuovo *patto di referenza*? Questi interrogativi ci hanno spinto a procedere a una verifica sperimentale, per cercare di capire se la sensibilità (*aisthesis*) umana abbia potuto *sentire* distonia e fastidio verso le immagini alterate o abbia invece dovuto “ricalibrarsi” verso un diverso modo di *sentire* il reale rappresentato. L’ipotesi è che una progressiva assuefazione all’assenza di referenza nella manipolazione digitale ponga il ricettore in un regime di indifferenza, un diverso “*patto di ricezione*” da cui guardare, capire, decodificare (sostanzialmente *sentire*) l’immagine senza rimanere sospeso in uno stato di indecidibilità. L’ipotesi è, altresì, che la manipolazione digitale dell’immagine rientri in un più vasto processo della contemporaneità che definiamo estetizzazione e anestetizzazione della vita quotidiana: una tendenza (resa possibile dalla tecnica) ad una assicurazione dell’esistenza (cfr. Montani 2007, p. 9 sgg.) che depaupera la possibilità di fare esperienza del mondo attraverso processi di livellamento, contrazione e canalizzazione del sentire, processi che anestetizzano l’esperienza attraverso una estetizzazione del mondo-referente. In questo regime di *referenza indifferente* tutto è possibile e nulla è contingente, tutto è pre-esperito ed estetizzato e nulla è impreveduto o esperibile (su questi temi cfr. Finocchi, Guastini, in stampa). Questo processo graduale, di cui siamo osservatori e attori, può essere osservato verificando il rapporto tra il fruitore e le immagini digitali trasformate, proprio a questo aspira la nostra ricerca.



Fig. 3 – La foto n. 4 della sequenza utilizzata per il focus group

2. La ricerca²

Sono stati realizzati tre focus group, tutti audio e videoregistrati. La metodologia qualitativa, in linea con un approccio socio-semiotico, ha inteso registrare il modo in cui i discorsi *costruissero* una o più interpretazioni e strategie di fruizione dinanzi a una serie di testi fotografici (più precisamente in relazione al patto persuasivo

che dovrebbe esser stipulato fra enunciatore ed enunciario circa il *creder-vero* di quest’ultimo).

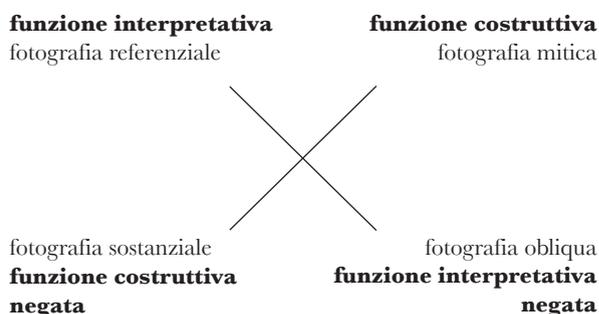
In due dei tre focus la stessa sequenza di 24 fotografie, tutte tratte dalla rete (e dunque “già viste”) è stata mostrata a due gruppi di cinque soggetti – che abbiamo considerato rispettivamente “nativi digitali” (ossia nati dopo il 1985) e “non nativi digitali” (nati in anni precedenti il 1985). Le foto erano tutte più o meno esplicitamente *oblique* (Floch, 1986) ossia atte a minare “i fondamenti epistemici della referenzializzazione”, (ad es. cfr. Fig. 3).

Ciascun gruppo ha dapprima visionato la sequenza completa, poi le immagini in singole sequenze di 2-3 foto ciascuna, intervallando la visione con domande volte a stimolare i commenti³.

Si è cercato così di osservare se nella dimensione cognitiva degli enunciatori il contratto fiduciario stipulato con l’enunciatore attraverso l’immagine subiva una trasformazione indotta dalla digitalizzazione del processo fotografico (nella forma di un’alterazione del *sapere* e del *credere*). Tutto questo, ovviamente, nella misura in cui la fruizione fotografica può esser considerata un “effetto di senso” costruito (anche) discorsivamente – una prospettiva che si riconnette molto di più alla sociolinguistica interpretativa o “costruttivista”⁴.

2.1 Analisi e ipotesi di lavoro

La topografia delle teorie e delle estetiche fotografiche formulata a suo tempo da Floch (1986) e incentrata proprio sulla fotografia come linguaggio in rapporto alla “realtà” (schema 1) continua ad essere utile⁵, perché consente di situarvi tutti i testi fotografici utilizzati per la ricerca. Per lo più foto *oblique*, come si è detto, ma talora esplicitamente *mitiche* nel senso di relative alla “costruzione di una presa logica del mondo, [...] articolazione creatrice di sensi” e “poetica” (Floch 1986, p. 15).



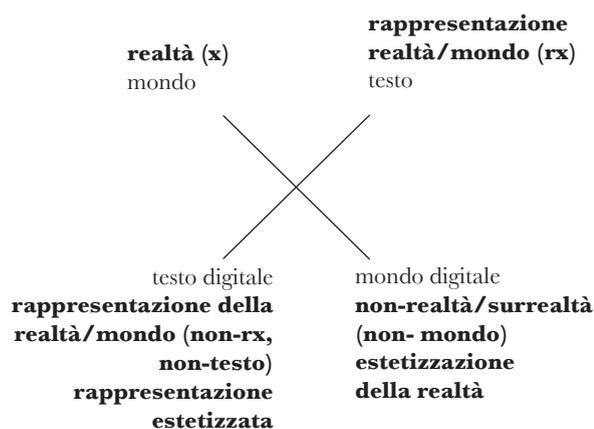
Schema 1 – Topografia delle estetiche fotografiche (Floch 1986)

Tuttavia, ai nostri fini, le possibili procedure in grado di dar vita al contratto enunciativo di veridizione messe in gioco non solo dall’iconizzazione in senso greimasiano ma dall’indicalità come peirceano fondamento realistico della testualità fotografica (non, dunque, meramente positivistic) impongono l’adozione di una topografia alternativa, probabilmente non adeguatamente rappre-

sentabile nella struttura discreta e rigida del quadrato semiotico (cfr. schema 2) ma meglio pensabile come *continuum* di atteggiamenti epistemici sintagmaticamente articolati dall'enunciario:

quello che vede l'enunciato fotografico come oggetto di un sapere sul referente-mondo o, al contrario, fruisce e valuta la foto come testo il quale (dal punto di vista della "realtà") *rappresenta* in quanto costruisce un mondo (lo *fa-sembrar-vero*);

la negazione di questi due atteggiamenti fondati sul *voler-creder-vero* e sul *far-sembrar-vero*, da un lato sperando un *mondo digitale* (o non-mondo) in cui trionfano effetti di "surrealtà" (modulati strategicamente assieme a quelli di "irrealtà" o "iperrealtà" ricordati sia pur di passaggio dallo stesso Floch), dall'altro negando la costruzione di un mondo testualizzato che 'sta per' il reale, e sostituendola con un testo digitale che nega il potere rappresentativo del fotografico.



Schema 2 – Topografia degli atteggiamenti epistemici

In tutti questi casi, è bene ricordarlo, siamo dinanzi ad attitudini epistemiche manifestate dalla discorsività ma fondate su pratiche di ricezione in cui la "mitologia" dell'indicabilità e dell'autenticità costituiscono pur sempre un punto di riferimento difficilmente eludibile (a dispetto della polemica presa di distanza da esso della semiotica di ispirazione greimasiana).

Il "brevetto di realismo" conferito alla fotografia di cui parlava Bourdieu (1965) non può infatti esser concepito come semplice esito di pratiche enunciative *disincarnate* dai presupposti materiali e tecnologici che informano le pratiche di fruizione: questa, in definitiva, è la posizione idealista di chi si affida in modo acritico al modello generativo⁶.

2.2. I risultati dell'indagine

Nativi digitali. Nelle valutazioni iniziali rispetto alle foto nel loro complesso prevale negli intervistati un atteggiamento epistemicamente *positivo*: si sottolinea il valore di "testimonianza" sociologica della foto, ma a spese di qualunque osservazione relativa alla dimensione plastica e a quella tecnica⁷.

L'introduzione della "stranezza" accanto al tema del "disordine", tuttavia, elide progressivamente il positivo atteggiamento referenziale orientando la dimensione cognitiva verso il *non-creder-vero* tipico di un mondo digitale, frutto di un'estetizzazione della realtà⁸: parlare del mondo dell'arte, in questo caso, significa *ipso facto* assumere la posizione epistemica di chi considera la foto rappresentazione/costruzione di un mondo, eludendo il problema della referenza a beneficio di un interesse per il testo fotografico in quanto tale.

In definitiva i non nativi digitali suppliscono alla perdita della referenza attraverso un'estetizzazione che li porta, paradossalmente, a costruire una dimensione di ancoraggio a un "reale" il quale, tuttavia, è un'immagine del mondo prodotto dalla foto stessa⁹.

Sollecitati sulla problematica referenziale, i soggetti evidenziano appieno tutte le contraddizioni evidenziando la sintagmatica che conduce da un pieno coinvolgimento veridittivo (il *voler-creder-vero*) all'adiaforia epistemica (il *non-saper-credere*): "sì, le immagini riproducono oggetti reali [...] alcuni reali nell'irreale [...] un soggetto in un contesto che non gli appartiene [...]".

Alla domanda che li invita a indicare le foto che più li hanno colpiti, la scelta dei soggetti ricade prevalentemente su foto oblique basate su varie "strategie" di paradosso o doppio senso: le mucche sulla spiaggia, l'elefante formato dalla neve, il cane con i palloncini, il "coccodrillo giaguarato"...

Sono presenti strategie di referenzializzazione che puntano a salvaguardare a ogni costo l'effetto di realtà su cui è possibile formulare valutazioni¹⁰, anche se passa del tutto inosservata la dimensione plastica delle foto (nessuno sottolinea la presenza del b/n nella foto 3, ad es.).

Accanto a questa "presa veridittiva" che conduce a riaffermare l'impossibilità di alcune immagini in quanto rappresentazioni di stati di cose senza tuttavia compromettere la riconoscibilità del mondo si passa, quasi senza soluzione di continuità, a giudizi epistemicamente controfattuali che negano la referenza come "origine" del testo fotografico¹¹. La riconoscibilità referenziale viene spesso mantenuta anche dinanzi a foto considerate bizzarre (come i nn. 11-13); il tentativo, peraltro, è quello di ritrovare un percorso di lettura unitario, una sorta di isotopia ubicata a livello non referenziale¹². Quando si tratta di esplicitare gli effetti epistemici, poi, si nota una totale perdita di coerenza delle categorie veridittive pertinenti ed emerge la negazione della referenza implicita nella riaffermazione di contesti "surreali". Basta tuttavia conservare alcuni elementi del testo fotografico per eliminare l'effetto di senso surreale e riproporre contesti credibili grazie ai quali ottenere, per citare un intervistato, "tutte cose che possono essere reali tranquillamente, i contesti a impatto sembrano non veri"¹³: il passaggio da una fruizione interpretativa-referenziale a una costruttiva-mitica è *continuo*, sapere sul mondo (*voler-creder-vero*) e costruzione testuale di mondi rappresentabili (*far-sembrare-vero*) si susseguono incessantemente.

te e sono entrambi contraddetti o negati da un *non-voler-creder-vero* e un *non-far-sembrar-vero* che chiamano in causa un reale estetizzato e una rappresentazione estetizzata. Dal punto di vista epistemico, il fatto che tutti gli intervistati non provino disappunto o fastidio dinanzi alle foto è evidentemente prova del valore non più essenziale assegnato alla referenza.

In riferimento ai mezzi di trasporto incidentati (foto nn. 15-16) l'atteggiamento non cambia: gli intervistati tentano una prima razionalizzazione (l'immagine del "pulmino" nell'acqua con i cigni viene considerata strana ma la foto 15 viene considerata "reale", "potrebbe essere accaduto"; la situazione rappresentata nella foto 16, secondo B, "non può succedere" ma per C "potrebbe essere reale [e poi, dopo un'esitazione aggiunge] in futuro"¹⁴). Per B la foto n. 17 non sembra pertinente rispetto alle altre (nn. 18-20) "perché magari le altre stanno a rappresentare oggetti irreali, mentre nel caso [della 17] la testa dell'uomo potrebbe essere sotto il giubbino quindi non mi sembra tanto strana come cosa e non c'entra niente con le altre". Sembra una valutazione formulata a partire da una fruizione referenziale, ma poi si cambia subito strategia: per A infatti "anche il fatto che le altre tre sono comunque situazioni tranquille nel senso che diciamo il ragazzo che stira... però non c'è niente di strano; nella prima vediamo i due ragazzi che comunque guardano il ragazzo che ha la testa nel muro, sono sorpresi da questa cosa invece le altre tre sono immagini tranquille, come se niente fosse". In quest'ultimo caso la procedura di referenzializzazione viene addirittura proiettata (*débrayata*) all'interno del testo fotografico, e la foto più "normale" diventa la più "strana" perché si fonda sul *non-creder vero* o incertezza epistemica degli attori nella foto – con paradosso degno di una foto obliqua, perché l'incertezza epistemica degli attori nella foto funge da istanza di veridizione *referenzialmente fondata* dell'enunciato che la sovradetermina come asserzione circa la verità o falsità dello stato di cose; il soggetto, in poche parole, sembra dirci: "poiché i personaggi nella foto sono sorpresi dall'uomo che ha la testa nel muro, allora *per me che la percepisco* la foto è referenzialmente obliqua"¹⁵.

Nell'ultima sequenza, infine (foto nn. 21-24), emerge una valutazione che chiama direttamente in causa un'isotopia cromatica (plastica, dunque, non figurativa né connessa all'iconizzazione)¹⁶; ancora una volta, comunque, nella dimensione cognitiva agisce un condizionamento referenziale che altera le valutazioni epistemiche al limite dell'adiaforia: B sostiene così che "non mi sembra ... le prime due vabbé mi sembrano irreali e ritoccate però le altre due no, anche se... quella delle carote potrebbe esistere perché potrebbe... ecco le carote potrebbero essere un tipo di vegetali così; il ramo non lo so... lo vedo troppo perfetto... è ritoccato (la parte superiore – in sovrapposizione) il ramo non il tronco... la parte superiore del ramo potrebbe essere ritoccata e il resto no"¹⁷.

Non nativi digitali. In questo gruppo di intervistati si riscontra, nel complesso, una tensione verso un giudizio estetizzante assente nel primo gruppo: il fatto che le immagini siano ritoccate palesemente li porta a parlare (con le parole di B) di una "realtà che si confonde con l'irreale e viceversa", di sur-realtà, mentre la foto in b/n diventa (paradossalmente) più reale delle altre (anche se poi i soggetti dubitano della sua autenticità come foto d'epoca). In generale si evocano metafore pittoriche (Arcimboldo, Magritte), si chiama in causa la natura pubblicitaria di alcune immagini e la violenza nei confronti dei corpi. Il fastidio c'è, ma stavolta causato da un "residuo" di realtà – mentre la valutazione complessiva abbandona la referenza-mondo, privilegiando la sfera costruttivo-referenziale di estetizzazione del reale (denominata "ricombinazione artistica"); infine, i paesaggi per la maggior parte dei soggetti non sono ritoccati). La non comprensibilità di alcune foto – che colpiva notevolmente i nativi digitali, pronti a mettere in gioco strategie di veridizione alternative – non turba i non nativi digitali, i quali considerano la stranezza e provocatorietà di queste foto come una sfida estetica e affermano (accogliendo in pieno la visione costruttivista, ma allontanandosi consapevolmente dalla referenza indicale) che "normale è ciò che il fotografo considera tale".

Se dunque fra i nativi digitali la fruizione ruota sempre attorno a un bisogno di *volere-creder-vero* frustrato e compensato da strategie di estetizzazione, i non nativi digitali correggono il loro atteggiamento verso la fotografia esaltandone il valore costruttivo-rappresentativo e allontanandosi da una frustrazione referenziale attesa mediante l'estetizzazione o il *far-sembrar-vero* (per l'enunciatore, anzitutto) ogni effetto *trompe l'œil* e ogni inganno ai fondamenti epistemici dell'iconizzazione. Quando però neppure la realtà del fotografo si capisce, quando neppure l'evoluzione creativa del digitale sfugge a una rappresentazione estetizzata (del testo digitale) definita a volte "geniale" o portatrice di un messaggio mediante il quale "si rende possibile l'impossibile" – allora l'opacità di un mondo digitale privo di referenza disturba, genera fastidio. In ogni caso la tensione verso un sapere-sul-mondo riemerge continuamente, con osservazioni di dettaglio il cui obiettivo è proprio sottrarsi a quell'adiaforia epistemica caratteristica del discorso sul fotografico dei nativi digitali.

2.3. Conclusione (con due problemi)

La conclusione che emerge da questa ricerca empirica, secondo una tradizione semiotica ormai consolidata, è di natura squisitamente teorica: nelle produzioni discorsive degli intervistati, infatti, il referente appare anzitutto *assente* come *terminus a quo* (per usare la terminologia di Eco, 1997), mentre nell'elaborazione "classica" sulla fotografia come convenzione rappresentativa e non mera impronta il *nocciolo* argomentativo era proprio la referenza come *terminus ad quem*. Ma questa conclusione solleva anche un (primo) problema. Qualcuno potrebbe sostenere, infatti¹⁸:

“è un bene si sia finalmente sviluppato questo atteggiamento disincantato nei confronti del testo fotografico, che finalmente sia venuto meno il mito della foto come ‘specchio’. Del resto si tratta di un fenomeno molto ‘antico’, anche se i ricercatori che ne denunciavano con preoccupazione l’avvento lo ascrivono *tout court* (e in modo acritico) al ‘passaggio al digitale.’”

L’obiezione citata coglie soltanto in parte nel segno. La nostra “preoccupazione”, infatti, si manifesta nei riguardi dell’estetizzazione del reale determinata non dall’abbandono della visione ingenua del fotografico quanto piuttosto dal progressivo *evaporare* della funzione indicale-noematica dell’“è stato” – così che una foto può essere addirittura prefigurazione di un possibile, sovvertendo la sua genesi tecnica e tecnologica di “impronta” perché non ha più alcun ruolo nella valutazione epistemica proprio la dimensione *a quo*. È ovvio, peraltro, che tutto questo non mette in discussione l’approccio alla funzione interpretativa caratteristico della fruizione di “specialisti”, per i quali il digitale apre un campo inesauribile di possibilità cognitive che non negano la referenza: in questo senso¹⁹ non si può certo dire che il digitale abbia davvero cambiato una situazione “pre-fotografica” nella quale la rappresentazione visiva svolgeva proprio tale funzione referenziale (anche se al tempo stesso le procedure di iconizzazione non fotografiche non riuscivano a mobilitare un identico fare persuasivo presso generiche categorie di fruitori). Dall’estetizzazione del reale, tuttavia, nasce il secondo problema che abbiamo segnalato: l’adiaforia epistemica, processo depauperante certo non deterministicamente prodotto dal digitale ma di cui quest’ultimo rappresenta, in definitiva, il prerequisito in quanto tecnica di testualizzazione che altera il contratto enunciativo – e forse (ma ce lo dovranno dire gli psicologi della percezione) anche la nostra attività percettiva primaria intesa quale prerequisito per l’elaborazione epistemica del testo fotografico.

Note

1 L’immagine è disponibile sul sito <http://ibelieveincreativity.blogspot.com/2009/11/manipolazione-digitale-e-surrealismo-le.html>

2 Alla ricerca hanno partecipato, reperendo il materiale fotografico e collaborando alla realizzazione dei focus group, i membri dell’Ospec: Eliana Pace, Vincenzo Solano, Paola Chiacchiaretta, Maria Luigia Olivito, Roberta Consoli, Francesca Macciachini, Rossella Macchione, Fiammetta Magliano, Marco Zanetti, Paola Lopez.

3 Non riteniamo opportuno in questa sede affrontare nuovamente l’annoso problema posto dallo statuto della “realtà” nell’ambito della semiotica. Le nostre conclusioni, infatti, pur muovendo da una concezione realistica del referente fotografico, rimangono sostanzialmente impregiudicate se al reale “dinamico” come limite del semiotico sostituiamo nozioni fenomenologiche come quelle di mondo-della-vita (Husserl) o mondo naturale (Greimas) o, ancora, il “modello inferen-

ziale in assenza di oggetto” che Paolucci (2010) ascrive a un Peirce “minore” reinterpretato alla luce dell’epistemologia strutturale. La distinzione tra un *presentarsi* (del reale/mondo) e un *rapresentare* (proprio del *representamen* di qualcosa/altro) resta comunque valida, posto che in relazione al testo fotografico consideriamo il ruolo dinamico e “posizionale” di Primo svolto dal reale (che in altro senso, peraltro, potrà essere ritenuto anch’esso una rappresentazione mediata e, dunque, un Terzo).

4 È necessario precisare che un terzo focus group, del quale non abbiamo modo di riferire nei dettagli in questo articolo, ha visto la partecipazione di un gruppo di cinque soggetti non suddivisi per età o generazione, cui stata loro mostrata una sequenza di foto raffiguranti donne e ritoccate digitalmente con Photoshop. Dopo aver sollecitato i partecipanti a formulare alcuni giudizi di natura estetica sui soggetti delle foto e sui canoni di bellezza individuabili, si è proceduto a mostrare loro la sequenza completa che “accoppia” ciascuna foto originale a quella ritoccata, raccogliendo nuovamente i loro giudizi e valutando le possibili trasformazioni occorse sulla dimensione cognitiva.

5 Naturalmente si potrebbe discutere circa l’adeguatezza della presentazione utilizzata da Floch (1986), che privilegia la forma binaria e discretizzante del quadrato semiotico. Riteniamo tuttavia che come ipotesi di lavoro la formulazione strutturale continui ad avere una sua utilità operativa, fermo restando il compito di tener conto della continuità e complessità tipiche di ogni fruizione/prensione del testo fotografico.

6 Nel resoconto che segue tenteremo di sintetizzare alcuni dei contributi emersi dai focus, senza soffermarci su aspetti conversazionali salienti (sovrapposizioni, pause, prosodia, interruzioni, autocorrezioni ecc.) che meriterebbero senza dubbio un’analisi approfondita. Le citazioni dei turni di parlato, peraltro, verranno riportate prevalentemente in nota senza far uso dell’apparato notazionale appositamente elaborato nell’ambito della *conversational analysis*.

7 Ad es. il soggetto A afferma di cogliere nella serie di foto il “cambiamento della società; ho visto la società mescolarsi, non c’è più un ordine preciso, è tutto molto confuso”.

8 Così per B si tratta di “immagini strane, bizzarre, ad esempio le mucche sulla spiaggia o i bambini con le bottiglie in mano evocano disordine; C (e D) sostengono di aver osservato “immagini che appartengono al mondo dell’arte, all’architettura, molte che io vorrei ricollegare a immagini pubblicitarie... ad esempio la donna che sale le scale con il vestito mi pare sia stata ripresa da Givenchy per una sua campagna”.

9 Afferma il soggetto E: “Mi ha dato l’impressione di una sequenza che è come se corrispondesse al futuro, che più che creativo è sempre più vicino al folle... Ho visto immagini che sono più folli che reali”. In questo caso, evidentemente, la fruizione della fotografia elide del tutto il problema della referenza: una foto può corrispondere al futuro e presentarsi come “più folle che reale” solo se ne nega *radicitus* la rappresentatività indicale, ma di questa contraddizione gli intervistati non sembrano rendersi conto.

10 Ne sono un esempio il riferimento al problema dell’alcolismo relativamente alla foto 4, o a un confronto tra la felicità monotona del passato nella foto 3 *vs* la varietà e ricerca del nuovo e del presente così come si manifesta nella foto 4. Così C dice che i bambini non sono ubriachi ma imitano, e non si tratta di una foto alterata: è “qualcosa fatto apposta, come se qualcuno avesse messo al posto del biberon che sarebbe, diciamo, la cosa normale, delle bottiglie di birra, di alcolici

in mano per creare questo effetto, cioè è una provocazione”; mentre per B “si vede chiaramente che sono vuote le bottiglie”; quanto a C, ha già visto la foto su Facebook.

11 Così delle “bizzarre” foto di animali si dice che non sono credibili, ma che la seconda (la n. 9) “da una parte può essere irreali ma nello stesso tempo può indicare magari una nuova specie”, oppure che “il coccogiaguaro è alterato digitalmente però potrebbe essere reale” – anche se permane una forte tendenza alla razionalizzazione, come nel commento alla foto 10: “è impeccabile [sic!] che un cane possa volare, non tanto il fatto che possa volare attaccato a dei palloncini quanto di fare una cosa del genere”. Analogamente, il soggetto della foto 10 per un partecipante è “il padrone, perché a un cane non verrebbe mai idea di attaccarsi dei palloncini per alzarsi, è il padrone che fa una cosa del genere”. Secondo E addirittura le foto 8 e 10 “è come se rappresentassero una situazione... abbastanza comune: può succedere a ogni persona di stare... (?) magari di stare al posto di guida con elementi abbastanza folli, come dicevamo, e nell'altra foto la donna è tranquilla, normale, quasi come se non fosse successo niente... Il coccodrillo invece mi sembra irreali perché è un incrocio... molto alterato rispetto alle altre”.

12 La foto 13, per una intervistata, “richiama l'immagine di una cartina, quindi la terra diciamo... quindi terra, acqua, aria... tutto diciamo”; “gli elementi sono reali, però come rappresentazione, diciamo... la mongolfiera richiama l'aria anche se l'immagine sotto rimanda all'acqua, tipo le onde, non so...”.

13 È sempre D ad affermare: “proprio inverosimile no, reale non proprio, irreali e inverosimile”; C sostiene che “no, c'è qualcosa di reale, quindi né totalmente reale né totalmente irreali”; quanto a B “secondo me si avvicina di più al reale alla fine, se noi andiamo a guardare... non adesso, magari... potrebbe risultare reale andando avanti con gli anni... potrebbe risultare reale in un futuro... al momento sono incongrui”. Ancora una volta, gli intervistati individuano nelle immagini fotografiche anzitutto una funzione costruttiva che annulla la noematicità dell'è stato: nella neve potrebbe essere “creata” l'immagine dell'elefante, “non c'è il senso della valanga”; per B ed E allora la foto è “metà vera, metà no: la proboscide non si può reggere, probabilmente il corpo potrebbe essere reale però la proboscide come fa a reggersi...”.

14 Di nuovo torna il tema di un mondo possibile in linea di principio estraneo dalla fruizione della fotografia come dotata di una referenza indicale originaria. L'intervistato E tuttavia si dichiara fedele a un residuo principio referenziale legato a una percezione “mediata” (e mediatica): “ho visto magari alcuni servizi nei tg televisivi che c'erano situazioni abbastanza strane come queste... basta che metti alla guida un ubriacone e si va a schiantare nell'acqua e... vai a fare una foto che può sembrare irreali ma in realtà è vera”. “Anche l'altra può essere vera, magari di una persona che pensava di passare fra i due tram e alla fine si sono chiusi e... ed è rimasto lì”. La sua conclusione (adiaforica): “entrambe potrebbero esser sia vere che finte”. Sempre per E inoltre la decisione riguardo alla natura del testo fotografico (“vera” o “finta”) “è soggettiva, è a foto” (dove non si capisce se è la fruizione a decidere dello statuto epistemico *in toto* [così la prima parte dell'enunciato], e in che misura invece vi sia un ruolo determinante dell'immagine in quanto testo [così nella seconda parte]).

15 Anche la foto 18, in cui un uomo “si stira” i pantaloni indossandoli, viene considerata alla luce di una strategia che salva una referenza possibile: per A “a meno che il ragazzo

non è inginocchiato su qualcosa e c'è questa stoffa a forma di jeans e di piedi e fa finta di stirare il proprio corpo”, mentre riguardo alla foto 19 “questo potrebbe essere... non so, un corpo dipinto; nello stesso tempo ci sono tipo degli oggetti alle braccia, gli allungano le braccia per far... per creare la forma della vasca da bagno; quindi potrebbe essere una donna seduta con le gambe distese, il corpo dipinto e messa in una posizione adatta per far sì...”; anche la 20 per A è irreali, ma l'irrealità non si ottiene per forza digitalmente: “voglio dire... ehm... delle mani finte si possono mettere attorno al vaso e fargli semplicemente una foto e non per forza dev'essere un'alterazione digitale”.

16 Secondo B “a primo impatto la prima e la terza [21 e 23] ... quella con le carote e con le arance prevale il colore arancione e nello stesso tempo la seconda e la quarta [22 e 24] il grigio diciamo prevale... poi però la seconda e la prima sono accomunate dal fatto di rappresentare comunque gli esseri umani... quindi le gambe incrociate diciamo... e l'altro appunto ... eppoi le altre due c'è la forma rotonda delle arance e del pallone quindi potrebbero essere accomunate da questa cosa qui...”.

17 Per C “le carote e il tronco non sono ritoccate... è quasi... uno scherzo della natura dove c'è un'umanizzazione della natura però... può accadere... per il resto... neanche le altre due mi sembrano poi ritoccate perché... magari volendo un uomo può riuscire a contenere nella bocca un arancio... volendo... ci sono persone... e quella dell'elefantino... un po' il pallone però... insomma... possibile che ci sia un pallone di quelle dimensioni, insomma...”. Sempre a giudizio di B la foto dell'elefante seduto sul pallone “è piuttosto tranquilla come immagine... forse la più normale di quelle che abbiamo visto fino ad ora... perché comunque io non noto niente di strano alla fine. [...] penso che è tutto normale... ci sono comunque elementi reali... quindi niente di strano”. E anche E conviene: “Sono d'accordo nel senso che mi danno un'impressione di foto reali... probabilmente strane ma non alterate...”.

18 Questa, in effetti, è l'argomentazione di Giovanni Lussu con il quale ho avuto una stimolante discussione sul tema.

19 L'ipotesi è ancora una volta di Lussu.

Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

Barthes, R., 1957, *Mythologies*, Paris, Seuil; trad. it. *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi, 1974 (rist. conc. RCS 2001).

Barthes, R., 1980, *La chambre claire. Note sur la photographie*, Paris, Gallimard-Seuil; trad. it. *La camera chiara. Nota sulla fotografia*, Torino, Einaudi, 1980 (rist. 2003).

Benjamin, W., 1955, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Frankfurt am Main, Suhrkamp; trad. it. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi, 1966.

Bertetti, P., 2006, “Opzione antireferenziale, descrizione, effetto di reale nella semiologia di Roland Barthes *Surtout il faut tuer le référent!*”, in A. Ponzio, P. Calafato, S. Petrilli, a cura, *Con Roland Barthes: alle sorgenti del senso*, Roma, Meltemi, pp. 151-161.

- Bourdieu, P., 1979, *La distinction*, Paris, Minuit; trad. it. *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Bologna, Mulino, 1983.
- Bourdieu, P., a cura, 1965, *Un art moyen. Essais sur les usages sociaux de la photographie*, Paris, Minuit; trad. it. *La fotografia. Usi e funzioni sociali di un'arte media*, Rimini, Guaraldi, 1971 (rist. 2004).
- Eco, U., 1974, *La maestria di Barthes*, prefazione a Barthes 1957.
- Eco, U., 1985, *Sugli specchi e altri saggi*, Milano, Bompiani.
- Eco, U., 2001, *Qualche osservazione a mo' di conclusione*, in L. Petitot, P. Fabbri, a cura, *Nel nome del senso*, Colloquio di Cerisy 1996, Milano, Sansoni, 2001.
- Eco, U., 2007, *Kant e l'ormitorinco*, Milano, Bompiani.
- Finocchi, R., Guastini, D., a cura, in stampa, *Parole chiave della nuova estetica*, Roma, Carocci.
- Floch, J.M., 1986, *Les formes de l'impronta*, Périgueux, Fanlac; trad. it. *Forme dell'impronta*, Roma, Meltemi, 2003.
- Greimas, A.J., Courtés, J., 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette; trad. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Bruno Mondadori, 2007.
- Greimas, A.J., 1987, *De l'imperfection*, Périgueux, Fanlac; trad. it. *Dell'imperfezione*, Palermo, Sellerio, 1988.
- Heidegger, M., 1938, *Die Zeit des Weltbildes*, in Heidegger, M., 1950, *Holzwege*, Frankfurt am Main, Klostermann; trad. it. "L'epoca dell'immagine del mondo", in Heidegger M., *Sentieri interrotti*, Scandicci-Firenze, La Nuova Italia, 1968.
- Marra, C., 2006, *L'immagine infedele. La falsa rivoluzione della fotografia digitale*, Milano, Bruno Mondadori.
- Montani, P., 2007, *Bioestetica. Senso comune, tecnica e arte nell'età della globalizzazione*, Roma, Carocci.
- Montani, P., 2010, *L'immaginazione intermediale. Perlustrare, rifigurare, testimoniare il mondo visibile*, Bari-Roma, Laterza.
- Paolucci, C., 2010, *Strutturalismo e interpretazione*, Milano, Bompiani.
- Žižek, S., 1997, *The Plague of Fantasies*, London-New York, Verso; trad. it. *L'epidemia dell'immaginario*, Roma, Meltemi 2004.

nel movimento delle *Toy Cameras*², diventato ormai di culto nel mondo.

Nel 1991 due studenti austriaci scoprono in un mercatino di Praga una LOMO³, vecchio apparecchio fotografico di produzione russa; decidono quindi di iniziarlo a produrlo in versione moderna, dando il via a una vera e propria moda.

Holga, Diana e LC-A sono solo alcuni dei modelli creati dalla *Lomographic Society*; queste macchine fotografiche, orgogliosamente analogiche, sono essenziali, in plastica, facili da maneggiare e dal design accattivante, ragion per cui si diffondono con facilità.

Ciò che rende queste macchine fotografiche diverse da tutte le altre è il tipo di immagine che producono: ogni foto è viziata da piccoli "capricci", imperfezioni dovute alle dimensioni ridotte della lente e alla relativa luminosità dell'obiettivo, che rende i colori particolarmente brillanti. Inoltre il risultato fotografico è spesso casuale ed è molto difficile controllare i difetti, che diventano di conseguenza cifra stilistica peculiare della lomografia.

Le strategie di *marketing* della Lomo Society, dal *packaging* al *design* dei loro prodotti, sono decisamente ricercate; viene creata una vera e propria filosofia LOMO che richiede un approccio alla fotografia lontano dalla tradizione, riassunto nelle "10 regole d'oro": tra le regole più significative ricordiamo:

- porta la tua macchina sempre con te;
- la lomografia non è un'interferenza con la tua vita, è parte di essa;
- non pensare, scatta⁴.

Le prime due regole fanno della lomografia una "forma di vita" (Demaria 2006, p. 41); l'ultima sancisce la neutralizzazione dell'aspetto cognitivo. La pratica viene così modalizzata secondo il poter fare del soggetto operante, svincolato da regole, a soprattutto secondo il *laissez faire*, che delega alle potenzialità della macchina la testualizzazione, lasciando al fotografo libertà di sperimentare.

La lomografia, per le caratteristiche appena descritte, si caratterizza per una sorta di arbitrarietà nei risultati; proprio la casualità insita in questo tipo di fotografia porta il lomografista a non ricercare lo scatto perfetto, perché questo compare autonomamente e il vero atto da compiere è coglierlo.

Per questo motivo possiamo affermare che la lomografia è soggetta all'idea di *punctum*, in quanto ciò che è interessante da rappresentare è "la fatalità che punge" (Barthes 1980, p. 28).

Così nella foto di paesaggio, quella che affronteremo nello specifico, non è importante rendere una presunta verità sui luoghi, bensì è più pregnante riprodurre l'originalità e, per il fotografo, svelare la sua percezione soggettiva.



Per una riscrittura creativa del territorio: le pratiche lomografiche

Rachele Lotti
Gaia Pallotta¹

1. Premessa

Obiettivo di questo articolo vuole essere indagare il rapporto tra una specifica pratica fotografica, la lomografia, e la rappresentazione del territorio. Il nostro interesse è rivolto soprattutto alla pratica e alle sue caratteristiche ed è per questo motivo che non riportiamo nessuna analisi di testi fotografici specifici, bensì cerchiamo di dare delle suggestioni su come procedere davanti a un tipo di testo del genere, decisamente curioso e originale.

2. La lomografia: let's toy with creativity

La lomografia è un fenomeno fotografico che rientra

2.1. Possibilità lomografiche

La lomografia possiede, dal punto di vista semiotico, le caratteristiche di una vera e propria pratica, che si sviluppa attraverso l'utilizzo delle diverse possibilità tecniche che presenta ogni apparecchio. Con queste tecniche si ottengono oggetti testuali che sono il prodotto della sinergia tra l'atto pratico del fotografo e la tecnologia della macchina. Ricordiamo che questi risultati non sono frutto di modificazioni digitali, bensì sono raggiunti attraverso l'utilizzo della tecnologia lomografica. Illustriamo qui di seguito le singole tipologie.

- *Overlapping*: la possibilità di uscire dalla posa. Con la LOMO è possibile fermare lo scorrimento della pellicola tra una posa e l'altra, così da poter intersecare gli scatti tra loro, dando un senso di continuità all'immagine fotografica, che può non essere più relegata allo spazio di una posa, bensì si può allargare, uscendo dai confini.
- Sovraesposizione: questa funzione, tipica delle vecchie macchine fotografiche analogiche, permette al fotografo di impressionare la pellicola più volte. Così la posa non è più incaricata di portare una sola immagine, bensì può essere reimpressionata due, tre, infinite volte, creando delle immagini dal carattere originale e facendosi portatrice di enunciazioni multiple.
- Filtri colorati: applicando dei filtri colorati sul flash, si produce un'immagine che differisce da quella di partenza per una differenza cromatica data dal filtro stesso, che conferisce uniformità all'oggetto fotografico prodotto.
- *Fisheye*: l'oggetto testuale viene tagliato, da rettangolare diventa tondo, riproducendo la visione che si ha attraverso una lente tonda. La forma tonda del bordo dell'oggetto visivo rimanda alla visione dell'occhio di pesce e dà, come effetto di senso, quello dell'animalizzazione della vista.
- *Action Sampler*: fotografa il movimento. In una sola posa troviamo due, quattro, sei, otto scatti simili tra loro perché quasi simultanei.



Fig. 1 – Esempio di immagine scattata con una LOMO fisheye (©Facebook 2010)

Come vediamo, in queste tipologie l'oggetto prodotto è frutto della sinergia tra tecnica e pratica, ma in alcune è

decisivo il *laissez faire* della macchina, come nel fisheye, mentre in altre prevale il poter fare del fotografo, come nell'*overlapping* o nell'utilizzo di filtri colorati. Per il lomografista il divertimento non è insito nell'immagine in se, ma nella sua produzione.

Infine la comunità LOMO è attiva nel *web*, dove gli amatori pubblicano i loro scatti e si accordano per scambiarsi consigli e per creare collaborazioni.

Assistiamo quindi all'allestimento di un nuovo tipo sguardo, che possiamo rintracciare anche nella fotografia lomografica di paesaggio. A questo proposito è utile riprendere alcuni concetti di base sul luogo in semiotica.

3. Il luogo in semiotica

Il concetto di luogo è ambiguo perché soggetto a molteplici sfaccettature; possiamo infatti parlare di città, territorio, paesaggio, etc. a seconda del punto di vista che si adotta sull'oggetto.

Primo tra tutti Greimas istituì l'opposizione topologica fondamentale "qui/altrove" (Greimas 1976, p. 126); questa opposizione fa in modo che lo spazio venga definito non in sé e per sé, bensì in quanto differenza, un qui che non è un altrove e che si caratterizza proprio per le differenze che possiede rispetto a un altrove. Una volta istituito, il qui diventa spazio significante.

Il senso dello spazio è però da rintracciare anche in un altro tipo di relazione, quella tra Soggetto, chiamato anche osservatore, che è colui che utilizza e vive lo spazio, e il territorio stesso. Proprio questa relazione, di tipo soggettivo, fa in modo che i luoghi possano assumere determinati sensi, i quali cambiano da fruitore a fruitore.

È la stessa *Convenzione Europea del Paesaggio del 2000* a sottolineare i rapporti tra le popolazioni, i soggetti della relazione, e il territorio circostante. Viene qui introdotto anche il concetto fondamentale di percezione del territorio: il luogo non si definisce per ciò che è, ma perché è percepito da qualcuno.

Anche Kevin Lynch, in *L'immagine della città*, introduce il concetto di percezione dell'ambiente; l'osservatore attraverso le sue percezioni costruisce "un'immagine ambientale" (1960, p. 28); tramite questa immagine l'osservatore "seleziona, organizza e attribuisce significati a ciò che vede" perché "l'immagine ambientale è il risultato di un processo reciproco tra l'osservatore e il suo ambiente" (Lynch 1960, *ivi*).

Possiamo a questo punto descrivere lo spazio in semiotica come percepito, costruito e soggettivo.

Aspetto che rende l'oggetto difficile da studiare è la sua dinamicità. Ad esempio la città, che è il "testo in movimento" per eccellenza (Pezzini 2006, p. 39), è soggetta a continue risemantizzazioni e cambiamenti. Inoltre, il testo città è sincretico in quanto frutto dell'unione di molteplici soggetti che lavorano all'enunciazione di uno stesso oggetto.

La pratica fotografica in generale permette quindi la testualizzazione della visione sullo spazio (Pezzini 2006,

p. 44). Tramite la fotografia è possibile rappresentare una porzione di territorio ritenuta pregnante dall'enunciatore.

In particolare la lomografia e le sue pratiche sottolineano gli aspetti appena elencati sulla costruzione dell'oggetto spaziale; proprio grazie a questa pratica è possibile dare corpo alla soggettività, alla dinamicità e al sincretismo tipici dello spazio, inaugurando quindi un nuovo discorso sul territorio che si distacca dalla verità presunta, di cui non è più possibile parlare.

4. La lomografia e il territorio: una pratica *fuzzy*

Scegliere di rappresentare un luogo tramite la lomografia significa scegliere di fare un tipo di discorso dalle caratteristiche ben definite, lontano, ad esempio, da quello iniziato da gruppi artistici quali i nuovi topografi⁵.

In primo luogo la possibilità di sovraesporre la pellicola dà la possibilità di racchiudere in un solo testo due o più enunciazioni. Un soggetto osservatore, di fronte a una città o a un luogo da fotografare, non è più legato alla posa più rappresentativa né a quella esteticamente più piacevole, bensì può rappresentare simultaneamente tutto quello che vede e che percepisce come significativo, arrivando all'allestimento di uno scatto dai caratteri cubisti. In questo modo è quindi possibile racchiudere in un solo scatto logiche differenti, punti di vista inconciliabili, avvicinando o allontanando ciò su cui non si può agire fisicamente. Ripensando al concetto di spazio polilogico, cioè quello spazio in cui si installa un "sistema a più canali di flussi informativi" (Lotman 1998, p. 44), possiamo arrivare a definire questo tipo di scatto come "scatto polilogico".



Fig. 2 – Esempio di sovraesposizione (©Facebook 2010)

Più interessante è sicuramente il caso del *filmswap*, pratica diffusa tra gli appassionati di lomografia.

Questa pratica consiste nell'impressionare una pellicola e inviarla a un'altra persona affinché questo secondo soggetto la reimpressioni. In questo modo vediamo come un unico testo, la posa, diventa luogo di enunciazione per due o più soggetti differenti che uniscono i propri discorsi in modo puramente casuale. Il risultato

è quindi l'unione di un qui e di un altrove che si pertinentizzano a vicenda senza gerarchie. Di conseguenza cambia anche la percezione del luogo in sé, che perde importanza in quanto luogo fisico e singolo, e assume nuovi valori dalla relazione con l'elemento altro.

Proprio questo tipo di relazione, che comporta il raddoppiamento di referenti che si uniscono, si sovrappongono e si confondono, fa sì che non si possa più utilizzare una logica di tipo aristotelico per interpretare tali opere, bensì è necessario chiamare in causa la logica *fuzzy*. Infatti gli oggetti che tale pratica produce si trovano ad essere totalmente svincolati dall'esigenza di una corrispondenza biunivoca con l'oggetto rappresentato. Da una logica bivalente ci spostiamo ad una logica polivalente, che rende veri alcuni valori di verità compresi nell'intervallo tra 0 e 1, tra il vero e il falso della logica classica.

Risulta dunque pertinente il link con "Il Fuzzy pensiero" (Kosko 1993) la logica del vago, del chiaroscuro, della scala di grigi tra il nero e il bianco, della misura di verità (perché nella realtà la verità è una questione di misura) come valore numerico compreso tra tutto e niente, tra il vero e il falso della presenza, in questo caso, di un'impronta visiva nell'immagine lomografica. Il pensiero *fuzzy* si basa sul seguente motto: "Tutto è questione di misura. I fatti sono sempre in una certa misura fuzzy, vaghi, sfumati" (Kosko 1993, p. 13).



Fig. 3 – Esempio di filmswap (©Facebook 2010)

L'oggetto prodotto dalla toy camera si trova dunque a soddisfare contemporaneamente, nel medesimo sguardo, una miriade di predicati, la forma del referente viene a sovrapporsi e a intersecarsi topologicamente con altre forme e altri luoghi in un solo scatto multiplo, una verità del molteplice; grazie all'utilizzo delle tecniche che questo apparecchio offre sia al professionista che all'amatore si creano oggetti visivi risulta una compresenza, un affollamento di attanti, una comunicazione partecipativa tra contesti.

L'immagine imperfetta genera fratture parole oggetti, ma anche continuità nel fluire di cose che "trapassano da cose che sono a cose che non sono rispetto a prima" (Kosko 1993, p. 21).

Filmswap, *overlapping*, *fish-eye*, filtri colorati manipolano e aprono alla logica polivalente e plurivoca ciò che altrimenti non potrebbe essere rappresentato diversamente da come ci appare, e rende vero l'inverosimile, o meglio porta alla luce quel mondo parallelo nel quale anche il nostro inverosimile ha un suo grado di verità.

5. Conclusione

Nelle varie pratiche fotografiche precedentemente illustrate vediamo la produzione di vere e proprie immagini *fuzzy*.

L'oggetto foto che si viene a creare risulta essere un unico luogo per enunciazioni doppie e talvolta multiple; non esistono gerarchie tra gli scatti né tra le identità che i contorni sfumati vanno a chiamare in causa seppure in maniera continua e indistinta, in un magma di referenti che si trovano a coesistere e vibrare in coro nel medesimo punto, nel medesimo luogo, nel medesimo testo.

Soprattutto nel *filmswap* assistiamo alla sovrapposizione delle impronte prodotte da due sguardi differenti che nel medesimo spazio rappresentano e testualizzano il prodotto della fusione atemporale di due istanti che rompono la regola, che altro non sono che l'immagine corrispondente al valore di verità, dato dalla misura collocata approssimativamente nell'intervallo tra 0 e 1. Lo spazio si dilata e apre un mondo simile a un sottobosco, a microcosmi che trovano collocazione in semantiche *fuzzy* dove contesto, testo, confini, attanti sono continuamente in discussione.

“Gli enunciati concernenti dati di fatto non sono interamente veri o falsi; essi sono non già bivalenti, bensì polivalenti, ‘grigi’ o chiaroscurali, *fuzzy*. Si tratta di enunciati non semplicemente approssimativi, ma strutturalmente imprecisi e vaghi” (Kosko 1993, p.25).

Attraverso il *filmswap* abbiamo quindi la creazione di nuove realtà date dall'unione di spazi e tempi non contigui e non contemporanei, reciproche pertinentizzazioni di qui e altrove; abbiamo l'unione di due o più discorsi che funzionano in modo sincretico, fratture tra parole e oggetti.

È per questo motivo che i risultati di questa pratica fotografica sono così originali. Mari di cielo, grattacieli che si stagliano su scogliere, labirinti cittadini e atmosfere dai colori surreali; il *filmswap* dà vita a varie poetiche sul territorio.

Ad esempio è semplice attivare una poetica di tipo anti-frastico che consista nel mettere in opposizione partecipativa elementi tra loro in conflitto o in contraddizione: il cielo e la terra, la campagna e la città, la natura e la cultura.

Un altro tipo di poetica attivato dal *filmswap* è quella sineddotica, la parte per il tutto. Lampioni, marciapiedi, grattacieli si trovano a farsi portavoce dei valori e dei significati del testo città che si ergono a simboli di questa. Attraverso la reiterazione di questi oggetti simbolo, mediante l'utilizzo dell'*action sampler* è possibile

trasmettere le sensazioni che derivano dal rapporto tra soggetto e città.

Inoltre è possibile rendere visivamente quel caleidoscopio che è la città vista con occhi ingenui.

La lomografia costruisce quindi un nuovo tipo di discorso che possiamo definire, prendendo in prestito le categorizzazioni di Floch sulla topografia delle teorie e delle estetiche fotografiche (Floch 1986, p. 13), un discorso di tipo mitico, in quanto contribuisce alla “costruzione di una presa logica del mondo, messa in forma, articolazione creatrice di sensi a partire dal materiale costituito dai fenomeni percepiti” (Floch 1986, p. 15).

Il lomografista decide di istituire un nuovo discorso sui luoghi, bricolando visioni personali e non, che è ben lontano da una rappresentazione oggettiva, bensì è una vera e propria riscrittura dei luoghi in chiave creativa, riscrittura che intrinsecamente contiene, la visione di luogo come oggetto percepito, costruito, soggettivo.

Note

¹ Questo articolo è stato ideato, organizzato e scritto congiuntamente dalle due autrici. Ai fini delle responsabilità individuali, Rachele Lotti ha scritto il paragrafo 1, 3 e la prima parte del paragrafo 4, Gaia Pallotta ha scritto la seconda parte del paragrafo 4 (relativa alla logica fuzzy). Il paragrafo 2 e la conclusione sono stati scritti dalle due insieme.

² Le Toy cameras sono delle macchine fotografiche di plastica risalenti agli anni 60. Supportano ancora la pellicola e la loro tecnologia è arretrata; nonostante ciò permettono ai fotografi di creare effetti stupefacenti ed è per questo che hanno dato vita a un vero e proprio movimento artistico e amatoriale.

³ LOMO è l'acronimo di *Leningradskoe Optiko-Mechanicheskoe Ob'edinenie*, la sigla del sindacato degli ottici e dei meccanici di Leningrado. Questa potente società russa, entrata in possesso di una vecchiaia mini-camera giapponese nel 1982, ne ridefinisce il disegno e inizia a produrla in grande scala, rendendola un bene di consumo accessibile a tutti.

⁴ Decalogo completo su www.lomography.it/decalogo.asp

⁵ Movimento artistico americano degli anni 70, il cui intento è rappresentare la realtà campionando il territorio con la pretesa di essere neutrali.

Bibliografia

L'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana.

Barthes, R., 1980, *La chambre claire. Note sur la photographie*, Paris, Gallimard-Seuil; trad. it. *La camera chiara. Nota sulla fotografia*, Torino, Einaudi, 1980 (rist. 2003).

Basso Fossali P., Dondero M. G., 2006, *Semiotica della fotografia*, Rimini, Guaraldi.

Bates M., 2007, *Plastic Cameras: toying with creativity*, Burlington, Focal Press.

Corrain L., Valenti M., 1991, *Leggere l'opera d'arte*, Bologna, Esculapio.

Demaria C., 2006, *Semiotica e Memoria*, Roma, Carocci.

Floch J. M., 1995, *Identités visuelles*, Paris, Puf; trad. it. *Identità visive*, Milano, Franco Angeli, 1997.

Floch, J.M., 1986, *Les formes de l’empreinte*, Périgueux, Fanlac; trad. it. *Forme dell’impronta*, Roma, Meltemi, 2003.

Greimas A. J., 1991, “Per una semiotica dello spazio”, in A. J. Greimas, *Semiotica e scienze sociali*, Torino, Centro Scientifico Editore.

Kosko B., 2010, *Il fuzzy pensiero*, Milano, B. C. Dalai Editore.

Lotman J. M., 1998, *Il girotondo delle muse*, Bergamo, Moretti & Vitali.

Lynch K., 1985, *L’immagine della città*, Venezia, Marsilio.

Marrone G., Pezzini I., 2006, *Senso e metropoli. Per una semiotica posturbana*, Roma, Meltemi.

Pezzini I., 2006, “Visioni di città e monumenti logo”, in G. Marrone, I. Pezzini, a cura, *Senso e metropoli. Per una semiotica posturbana*, Roma, Meltemi.

Pozzato M.P., 2001, *Semiotica del testo*, Roma, Carocci.

Sitografia

www.facebook.com/Lomography
www.lomography.it
www.lomography.com

E|C

La fotografia digitale alla prova dei media: il caso Picasa

Eléni Mitropoulou
 Nanta Novello Paglianti

64

1. Introduzione

La cultura della comunicazione mediatica può essere osservata attraverso le pratiche fotografiche caratteristiche dei media digitali, ormai tipiche della tecnologia contemporanea.

Per esempio il sito Picasa, specializzato nella condivisione e nella scoperta di fotografie amatoriali, partecipa perfettamente alla problematica semiotica delle pratiche in interazione con i self-media², di cui la fotografia è uno dei casi esemplari. Infatti le funzioni comunicative di Picasa sono tipiche della scena predicativa³, cioè del fatto di mettere in rete l’esperienza mediatica della fotografia.

“Diffondere”, “condividere” e “scoprire” delle fotografie in rete implica diverse azioni tecnologiche *in crescendo* che si rivelano essere delle trasformazioni dell’oggetto fotografico che la semiotica deve studiare.

L’articolo si divide in due parti: nella prima saranno proposte alcune riflessioni legate alla problematica semiotica dei siti di archiviazione in rete e nella seconda sarà esposta come approfondimento un’esperienza di navigazione su Picasa. Si tratta dunque di una riflessione comune sulle differenti sfaccettature della pratica fotografica digitale.

Innanzitutto partiamo dal postulato che la fotogra-

fia in rete attualizza delle performanze: le funzionalità tecnologiche proposte da Picasa (diaporama, collage, inserzioni testuali, ritocchi del colore e della luminosità, accesso ristretto, ecc.) fanno della fotografia la protagonista di una scena predicativa: la mediatizzazione delle competenze digitali. La “semplice scoperta” delle immagini mostra la competenza di un fare, di una volontà di immersione nell’universo altrui. Anche lo stesso “scoprire” presuppone delle competenze, in questo caso modali, che diventano insieme alla scoperta di immagini altrui, il risultato di un’articolazione tra modalità virtualizzanti, attualizzanti e realizzate⁴ che costituiscono la *performanza tecnologica*.

Questo procedimento che potenzializza la fotografia in quanto oggetto semiotico per definizione, convoca il poter-fare del destinatario (che iniziatore di azioni) che viene attualizzato dal saper-essere della tecnologia tipica del mezzo di comunicazione che è Internet. Dato che le modalità semiotiche del potere/sapere sono inerenti alla ricezione (o all’azione ricettiva⁵), possiamo interrogarci su quale sia il futuro dell’oggetto fotografia in questa sua forma particolare, che è la pratica digitale, e quale siano la sua ricezione e le figure attanziali messe in gioco dalla parte dei suoi utilizzatori.

Procediamo ora a un confronto tra media attraverso una panoramica delle funzionalità tecnologiche inerenti al medium Internet applicate alla fotografia grazie a Picasa. Grazie a questo procedimento possiamo classificare delle funzionalità tecnologiche rispetto ai valori che le stesse funzioni convocano:

| Funzionalità di Internet aggiunte alla fotografia | Valore aggiunto da Picasa alla fotografia |
|---|---|
| Archivio | Dimensione self-media |
| Condivisione | Dimensione comunicativa |
| La divisione per temi | Dimensione illustrativa |
| Scenario | Dimensione narrativa |
| Conversione | Dimensione tecnologica |

Passiamo ora a un breve commento dei risultati ottenuti da questa griglia che saranno sviluppati nella seconda parte di questo articolo. I risultati principali sono i seguenti:

1. L’archiviazione (per esempio l’indice, la scelta delle immagini, ecc.) favorisce una delle proprietà tipiche della fotografia, quella di essere un *self-media*. Attraverso questa funzione, Picasa mantiene, perfezionandolo, il valore idiosincretico⁶ tipico della pratica fotografica. Questo valore aggiunto a quello tipico della fotografia crea una doppia performanza:

- verso il mezzo fotografico stesso perché il suo valore informativo diventa classificato e classificabile,
- verso l’autore di questa classificazione che attualizza le competenze legate al saper-fare (saper manipolare la foto-informazione per poterla archiviare, saper nominare⁷, ecc).

2. La condivisione (per es. la galleria delle foto), che si

definisce grazie alla pratica della non-condivisione tipica dell'uso privato delle foto, rinforza il valore principale della foto: l'esposizione⁸. Infatti essa crea una relazione di contrarietà tra la "dimensione comunicativa" e quella "esclusiva" del messaggio fotografico. Lo stesso atto della condivisione semiotizza il medium fotografico grazie alle competenze legate al saper-fare dell'esperienza (dunque della dimensione sociale).

3. La divisione per tematiche (per esempio i tags), differente dall'archiviazione, si presenta sotto forma di "anarchia condivisa" nel senso che introduce il problema del corpus fotografico collettivo e convoca ancora le modalità del saper-fare, questa volta "a grado zero" sia dal punto di vista dell'oggetto fotografico che dell'autore.

4. Lo scenario (per esempio i diaporama, gli albums) introduce una dimensione narrativa in funzione di un corpus fotografico preciso inserito in un progetto fotografico (personale o collettivo).

5. Infine la conversione (collages, montaggio ma anche accesso riservato) sfrutta le competenze tecniche tipiche della performance della macchina fotografica digitale. Queste modalità sono dei "saper-fare" che riguardano le procedure tecniche e le gli usi dell'apparecchio digitale. Ogni funzione costituisce in se stessa una serie di prove semiotiche: qualificante, decisiva e glorificante. Al di là della fotografia stessa, Picasa trasforma il medium fotografico⁹ in oggetto di valore.

Quanto all'articolazione tra differenti funzionalità (v. a questo proposito le molteplici fornite dal sito), Picasa rinforza i legami tra medium fotografico e autore facendone un solo attore¹⁰.

Partendo da un altro livello rispetto all'oggetto fotografia, *Picasa*, in quanto sito, diventa un luogo di apprendimento di competenze grazie al medium stesso (prova qualificante), di applicazione di quest'ultime verso prove mediatiche ulteriori (prova decisiva) e infine di riconoscimento mediatico grazie al compimento delle diverse performance (prova glorificante).

Anche il rapporto con la fotografia via Internet contribuisce a un meccanismo di mediazione che modifica la percezione della fotografia in quanto pratica culturale. Infatti l'esperienza stessa di mettere in rete un'immagine pone la foto nella sintassi d'azione tipica dello scambio tecnologico (di cui fanno parte le ricette di cucina, i viaggi, ecc.).

Nella mediatizzazione che è la base dell'assiologia della cultura comunicativa contemporanea- in nome di una pratica mediatica che costruisce le nostre pratiche in riferimento a quelle culturali, l'oggetto fotografico perde la sua specificità culturale per "guadagnare" in visibilità mediatica.

Le considerazioni che seguono costituiscono una riflessione sugli usi della fotografia nelle forme testuali specifiche che è il sito di archiviazione in rete Picasa.

2. Il caso Picasa

Cercheremo ora di entrare nel dettaglio del funzionamento e dell'uso dell'applicazione Picasa, per capire il processo di comunicazione che lo caratterizza rispetto ad altre forme di interazione che offre il web. Picasa è inanzitutto un sito (www.picasaweb.google.com), oltre che un'applicazione che permette di far circolare e scoprire le foto proprie e altrui.

Diverse componenti possono essere considerate:

1) La fotografia come oggetto in tensione tra oggetto fotografico con uno statuto di testo chiuso e completo e la possibilità fornita dal sito della sua manipolazione e dunque "messa in discussione" (v. autografia/allografia¹¹).

2) Il supporto su cui si trova la fotografia. Un programma che permette la manipolazione della foto e che aumenta il saper-fare del suo utilizzatore è possibile in realtà grazie alle caratteristiche del medium. Grazie a Picasa la fotografia si trasforma in un aiutante che favorisce la condivisione in famiglia o tra amici delle foto (traccia di un'esperienza in comune) e la scoperta di foto altrui.

3) La pratica mediatica (sul medium). Si tratta dell'aspetto che paradossalmente rende differente un medium da un altro. Quello che è tipico di internet è infatti la condivisione di un testo, la messa in relazione tra gli internauti, i commenti, la discussione sul testo che diviene un oggetto attorno a cui si generano gli scambi. Dalla semplice correzione della foto, si passa alla pubblicazione, al commento e alla replica, allo scambio. Non si tratta più della specificità di Picasa in sé ma della pratica del web più in generale. È internet che permette l'archiviazione, che detta dove e come archiviare il materiale fotografico, nei diversi generi, e che permette precise modalità di accesso alla consultazione del materiale testuale.

4) La pratica mediatica di produzione. Si tratta in realtà della volontà di creare un album di famiglia virtuale che diventa ancora un nodo di scambio e di condivisione. L'archivio digitale grazie alla sua tecnologia permette la condivisione delle foto e una valorizzazione del soggetto che la espone in rete (le immagini appartengono sempre a qualcuno). Le foto vengono risemantizzate grazie alla condivisione dello spazio virtuale con altre, allo scambio di generi (animali, feste, matrimoni, paesaggi, ecc.) e grazie alla pratica stessa della condivisione della sfera privata (anche qui tipica più di internet che di Picasa). Abbiamo dunque una tripla enunciazione: quella messa in atto dal sito, quella generata dal singolo testo-foto e infine quella creata dal singolo internauta che crea il "suo" album paragonandolo al patrimonio fotografico collettivo del sito.

5) La pratica mediatica di ricezione (comunicazione). L'interesse dell'album di famiglia "aperto" è l'interazione comunicativa che si realizza attorno a quest'ultimo. Le relazioni e le reazioni a una foto forniscono la tematica su cui disquisire in linea o altrove. Si tratta di un

esempio della “rimediation” di Bolter & Grusin (1999) nel senso che la foto è il pretesto per uno scambio ipermediato che si estende anche su altri supporti.

Tutti questi livelli non devono essere considerati separatamente ma sempre come interattivi tra loro o almeno potenzialmente attivi.

La componente principale di Picasa è di scoprire la “galleria virtuale” in cui, grazie all’uso di un cursore si può sfogliare l’album fotografico di uno sconosciuto, commentare una fotografia, un momento di vita, ecc. Rientriamo qui in tutte quelle modalità esplorative e di navigazione che sono tipiche del web: saper-fare, far-fare, poter-fare. Per invitare l’internauta alla visita del materiale fotografico altrui, l’accesso all’album è messo a disposizione a tempo. Dopo qualche secondo che l’utente non compie nessun gesto sulla foto che sta guardando, perché per esempio esita sul da farsi, la foto scompare per lasciare posto al defilé di altre immagini. Due modalità d’entrata del sito permettono di visitare le foto dette “pubbliche” che fanno parte della voce “scoperta”: da una parte è stato stabilito un ordine cronologico, dalle più recenti alle più datate, dall’altra esiste una “selezione di fotografie”, fatta da un agente il “Picasa team” che solitamente dovrebbero attirare l’attenzione per un certo carattere anonimo come la natura, lo sport, delle tematiche generali senza marche enunciativistiche particolarmente personalizzate. La dimensione pubblica si caratterizza soprattutto per la condivisione con l’integralità del web dello foto che riportano delle esperienze personali di ogni genere (feste, avvenimenti, viaggi, passeggiate, momenti in famiglia, esperienze, performance). Il pubblico sembra diventare un sinonimo di visibilità pubblica ma non di interesse, di contenuto pubblico. Il contenuto delle foto rientra in verità nella sfera del semi-privato o del privato ma che l’internauta decide di condividere, di rendere accessibile a l’insieme della rete.

Inoltre la visibilità è data dalla pubblicazione e quindi dalla circolazione delle foto che si oppone a tutte quelle foto che restano virtuali in quanto non pubblicate o semplicemente non condivise dal suo autore.

Il confronto con l’altro, o piuttosto con la rappresentazione che l’altro vuole costruire di sé e con le dinamiche proiettive che la foto porta con sé, sembra essere diventata la prova da superare o da “copiare”, non solo per il contenuto della foto ma anche per il risultato (come l’avrà realizzata? con che metodo?). “Il fare alla maniera di” e dunque omologare le proprie foto a quelle altrui, sembra una pratica frequente di questo sito. Questo programma narrativo sanzionato dai numerosi internauti trova nella figura del “Picasa team”, la sua manifestazione suprema. Si tratta della figura della sanzione per eccellenza che sceglierà la foto “migliore” lasciando la marca enunciativa seguente: “congratulations, la vostra foto è stata scelta come foto vedette”. Questa semplice impronta genera una serie di reazioni di consenso dalla parte del pubblico internauta che si

congratula con il “vincitore” e che non mette in discussione l’istanza suprema del sito.

Proseguendo la navigazione sul sito notiamo che due operazioni di risemantizzazione delle molteplici immagini sono all’opera nel sito Picasa.

La prima resemantizzazione delle foto è fornita innanzitutto dalle modalità organizzative del sito stesso che permette anche delle “tags”, delle classificazioni tematiche che sono in realtà i titoli più frequentemente dati alla foto dai loro autori o dagli stessi internauti. Ritroviamo dunque delle vaste categorie che dovrebbero riunire foto con la stessa tematica come per esempio “Natale” o “Bretagna” ma di diversi autori. In realtà il contenuto è totalmente aleatorio e non permette una selezione vera e propria. Ognuno pubblica le foto significative per la persona ma che non hanno nessun legame “socialmente istituito” con la tematica selezionata. Per esempio una cena in famiglia con degli invitati attorno a una tavola che appare sotto la categoria “Natale”, verrà subito letta sotto la chiave di festività, ecc. Questa tematizzazione indotta aggiunge un nuovo significato a l’immagine che resta sempre lo stesso testo di partenza ma che viene arricchito di nuovi percorsi interpretativi.

Dopo una resemantizzazione organizzativa, data dalla struttura stessa del sito, si passa a una più globale dettata dalla pratica interattiva di consultare e condividere le foto tra una ristretta cerchia di amici (accesso ristretto) o dalla volontà di mescolare le proprie a tutte le altre (libero accesso). Le foto circolano tra eletti o tra tutti ma nel caso dell’attivazione di una possibilità o di un’altra, la semantizzazione resta allo stato “potenziale” in un senso o nell’altro. Le foto sono viste da una cerchia scelta ma restano in dialogo potenziale con le altre del sito; al contrario possono essere rese pubbliche e dunque attualizzate restando in ogni caso “virtualmente in dialogo” con la cerchia ristretta¹².

Grazie a questa possibilità offerta dal sito, i percorsi di significazione della fotografia possono attivarsi in modo differente. Il voler rendere pubblica “la propria traccia di sé” come dice Barthes¹³ o nascondersela, il cercare le foto altrui o il concentrarsi solo sulle proprie, attiva una rete di senso che si costruisce attorno all’oggetto foto. Un semplice click permette di entrare in un album e dunque di mettere in relazione una foto alle altre con lo stesso tema (foto di un matrimonio, di una passeggiata, ecc.) oppure dare un nuovo senso alla foto aggiungendole a quelle di altri albi. I contesti e i percorsi si trovano allora moltiplicati. L’album individuale nella sua sequenza si configura come una narrazione discorsiva. Se la foto è un testo, la sequenza di foto formano un metatesto o almeno un nuovo testo aperto alle continue interazioni con i suoi contesti.

Inoltre la “galleria” pubblica, che si caratterizza per la stessa sequenzialità di quella di una mostra d’arte, permette l’esposizione del materiale fotografico. Al giudizio generale del “Picasa team” e del web si aggiunge

prima di tutto quello dei pari o del gruppo di amici/famiglia che sono i primi a sanzionare il contenuto esposto. Infatti all'abilità del fotografo si aggiunge anche quella della manipolazione della foto, del ritocco che corregge e migliora il risultato. Molte delle foto consultate, rappresentano il genere di fotografia più tradizionale e soprattutto più realistico. Il potere referenziale della fotografia è qui ancora più sottolineato e valorizzato. Una voce, "informazioni sulla foto", posizionata accanto all'immagine, può essere compilata a piacere. Si tratta di svelare alcuni dettagli tecnici come il tipo di apparecchio utilizzato, l'apertura focale, l'esposizione che hanno valore di verità e di valorizzazione del suo autore. L'intenzione è che la foto rappresenti il più chiaramente possibile un luogo, delle persone, un oggetto. Si nota la volontà di comunicare, di fare riconoscere chiaramente quello che si espone. La condizione essenziale della fotografia come riproduttrice di qualcosa che c'è stato e che è stato vero riprende tutta la sua portata¹⁴. La trasparenza della fotografia è qui un aspetto importante. L'internauta deve poter capire quello che sta vedendo grazie a un forte potere rappresentativo della foto. Il legame tra referente e oggetto è ancora più investito. Il senso è sotto gli occhi, dato da vedere, senza un percorso esplorativo particolare. Ne è una prova che le foto sono accompagnate a volte da titoli didascalici del tipo "Il monte Everest", "la Casa Bianca" che aiutano il lettore alla decodifica del testo, nel caso in cui i luoghi non siano subito reperibili. Però la maggior parte delle foto sono senza titolo in quanto appartenenti a un "album di", criterio che è sufficiente per capire che in ogni caso i luoghi e le persone sono o sono state ben vere e che fanno parte di un ambito familiare che possiamo solo intravedere e raramente conoscere.

Il desiderio di immediatezza, uno dei criteri che secondo Bolter & Grusin¹⁵ distinguerebbe le foto digitali e analogiche, riprende qui tutta la sua attualità. Se per Barthes "la foto è sempre un'espressione (e non una rappresentazione) di perdita, di morte perché è un'emanazione di un passato che non può più essere rivissuto"¹⁶, anche nei vari albi fotografici, la volontà di fissare un momento di vita ha ancora questo gusto. Tuttavia, le foto "disforiche" sono assenti in Picasa o almeno non interpretate come tali. È il caso di una cerimonia indiana funeraria di cui non sappiamo dare una lettura culturalmente chiara e che dunque non investiamo di valori particolarmente negativi. In ogni caso l'album risulta essere un testo caratterizzato dal punto di vista semiotico da elementi passionali.

3. Le finalità di Picasa: partecipazione e condivisione

Per concludere, cerchiamo di comprendere le finalità specifiche di Picasa. Il sito si caratterizza per una volontà di omologazione del materiale fotografico e del suo contenuto. Infatti è usato come mezzo di scambio e di archiviazione di genere molto ampio (raramente sono

presenti foto "d'autore"). Il sito non è sufficientemente specifico per i professionisti (i commenti tecnici sono assenti) e il programma stesso non permette una serie di modifiche amate da questi ultimi. Più che l'oggetto foto il vero protagonista sono le pratiche di interazione e di scambio che si costruiscono attorno alla foto che diviene uno spunto per la partecipazione.

Per esempio Picasa propone un gioco interattivo sempre in relazione all'isotopia fotografica, presente in modo ridondante nella struttura stessa del sito.

Tre caratteristiche tipiche del web sono presenti in Picasa e nelle sue diverse caratteristiche mediatiche. Il web fornisce, come dice Fourmetraux¹⁷, "un supporto, uno strumento e un ambiente". Un supporto in quanto mezzo di trasmissione nel senso che internet è il proprio mezzo di diffusione; uno strumento nel senso che è un dispositivo che permette di intervenire sul testo e infine un ambiente nel senso che le fotografie, o qualsiasi altra forma testuale, fanno parte di un network che le resemantizza e che le fa circolare fuori dal loro luogo di appartenenza (contesto), che nel nostro caso è un sito "progettato" per questo scopo.

Questo sito pone al centro della sua struttura l'idea di condivisione e di accesso pubblico al contrario di omologhi che valorizzano altre isotopie come l'archivio privato (Mobile Me di Apple) o che si dedicano alla costruzione di "percorsi di vita" in rete (Memory-Life).

Note

1 Questo articolo è l'intervento ampliato, grazie alla contribuzione di E. Mitropoulou, della comunicazione data al XXXVIII Congresso dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici *La fotografia. Oggetto teorico e pratica sociale*, Roma, 8-10 ottobre 2010. E. Mitropoulou ringrazia il co-autore per la traduzione in lingua italiana.

2 J. Cloutier, *La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-médias*, Montréal, Presses de l'Université, 1973.

3 J. Fontanille, 2008, *Pratiques sémiotiques*, Paris, PUF.

4 J. Courtès, 2005, *La sémiotique du langage*, Paris, Armand Colin, p. 82.

5 E. Mitropoulou, <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=1531>.

6 U. Eco, 1972, *La structure absente, Introduction à la recherche sémiotique*, Paris, Mercure de France, p. 144.

7 G. Le Boterf, 1995, *De la compétence, essai sur un attracteur étrange*, Paris, Editions d'organisations.

8 W. Benjamin, 2009, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris, Allia (1^{ère} édition, 2003).

9 E. Mitropoulou, <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=2730>.

10 A. J. Greimas, J. Courtès, 1979, *Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Tome 1, Paris, Hachette Université, p. 131.

11 Facciamo riferimento a N. Goodman [1968], *I linguaggi dell'arte. L'esperienza estetica: rappresentazione e simboli*, Milano, Net, Il Saggiatore, 2003.

12 Per questione di brevità non possiamo dettagliare la pratica di archivio. In realtà il sito permette anche l'archiviazio-

ne privata delle immagini senza alcuna condivisione da parte degli utenti. Si tratta di usare il sito come archivio virtuale. Nel caso di semplice “stockage” privato (l’accesso è possibile solo con password) il pacchetto foto viene registrato e ordinato. L’archivio rivela una pratica strettamente soggettiva e una scelta di non condivisione che appartiene alla sfera del segreto (non conoscenza della persona né del materiale). Picasa non incoraggia questa funzionalità ma valorizza al contrario la circolazione e lo scambio del materiale fotografico.

13 R. Barthes, 1980, *La chambre claire. Note sur la photographie*, Paris, Gallimard.

14 Ricordiamo a questo proposito altre posizioni teoriche sulla fotografia come ad esempio W. J. T. Mitchell [1986], *Iconologie. Image, texte, idéologie*, Paris, Les Prairies ordinaires, 2009.

15 J. D. Bolter & R. Grusin [1999], *Remediation. Competizione e integrazione tra i media vecchi e nuovi*, 2002, p. 143.

16 R. Barthes, *Idem*, p. 52.

17 J.-P. Fourmentraux, 2004, *Art et internet. Les nouvelles figures de la création*, Paris, CNRS Ed., p. 23.

Bibliografia

Nel testo, l’anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell’edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

Barthes R., 1980, *La chambre claire. Note sur la photographie*, Paris, Gallimard.

Benjamin W., 2009, *L’œuvre d’art à l’époque de sa reproductibilité technique*, Paris, Allia (1^{ère} édition, 2003).

Bolter J. D. & Grusin R., 1999, *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge, London, MIT Press; trad. it. *Remediation. Competizione e integrazione tra i media vecchi e nuovi*, Milano, Guerini Associati, 2002.

Cloutier, J., 1973, *La communication audio-scripto-visuelle à l’heure des self-médias*, Montréal, Presses de l’Université.

Courtès J., 2005, *La sémiotique du langage*, Paris, Armand Colin.

Eco U., 1972, *La structure absente, Introduction à la recherche sémiotique*, Paris, Mercure de France; trad. it. *La struttura assente, La ricerca semiotica e il metodo strutturale*, Milano, Bompiani, 1968.

Fontanille J., 2008, *Pratiques sémiotiques*, Paris, PUF.

Fourmentraux J.-P., 2004, *Art et internet. Les nouvelles figures de la création*. Paris, CNRS Ed.

Goodman N., 1968, *Languages of Art: An Approach to a Theory of Symbols*, Indianapolis, Bobbs-Merrill; trad. it. *I linguaggi dell’arte. L’esperienza estetica: rappresentazione e simboli*, Milano, Net Il Saggiatore, 2003.

Greimas A. J., Courtès J., 1979, *Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Tome 1, Paris, Hachette Université.

Le Boterf G., 1995, *De la compétence, essai sur un attracteur étrange*, Paris, Editions d’organisations.

Mitchell W. J. T., 1986, *Iconology. Image, Text, Ideology*, Chicago, The University of Chicago Press; trad. franc. *Iconologie. Image, texte, idéologie*, Paris, Les Prairies ordinaires, 2009.

Mitropoulou, E., <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=1531>, consultato il 15/02/11.

Mitropoulou, E., <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=2730>, consultato il 15/02/11.

Ritorno al futuro. Lomografia e The Impossible Project come pratiche estetiche rimemoranti

Daniela Panosetti

1. Introduzione: una macchina “orgogliosamente analogica”

La Lomo è una macchina fotografica “lo-fi”: plastica nera, poche componenti, nessuna rifinitura. Il “corpo” è palesemente sovradimensionato rispetto alla compattezza minimal delle attuali camere digitali e il design quasi da modernariato: il modello “base” (Fig. 1) riproduce una fotocamera sovietica di bassa fascia degli anni 70 (altri modelli, come Diana e Holga, sono originariamente di fabbricazione cinese), risemantizzato in senso fortemente ludico e rivolto a un target molto più elitario e “di tendenza” rispetto a quello originario¹.

La lomo è rigorosamente e orgogliosamente analogica. Fa foto programmaticamente imperfette e sbilanciate, ma secondo gli amatori è proprio questo il suo pregio: la potenziale difettosità, l’imprevedibilità della resa, la possibilità che l’inquadratura sia attraversata da lame di luce esterna o macchie d’ombra imprevedute.



Fig. 1 – Lomo modello LC-A (© International Lomographic Society)

Sono molte le questioni semiotiche che un simile oggetto può sollevare – dalla problematica dell’imperfezione all’estetica della dissonanza, per limitarci alle più evidenti. In questa sede tuttavia vorrei riflettere in particolare sulla *pratica* che questo tipo di fotografia istituisce e sulla particolare *collisione tra esperienza estetica e memoria* che in essa si libera con particolare forza, con tutto quanto ne consegue in termini di valori e di proiezioni identitarie del soggetto. Collisione, come si vedrà, mediata dalla definizione di *uno stile tensivo riconoscibile*, riscontrabile sul piano sia pragmatico che espressivo e

dunque, in quanto tale, in grado di fare da fondamento per l'istituzione di un vera e propria analogia estetica tra la pratica lomografica in sé e l'oggetto testuale prodotto dalla pratica stessa.

2. Vintage vs Lomografia: due forme di ambiguità temporale

La prima osservazione che intuitivamente si impone parlando di lomografia è che si tratta di un fenomeno fortemente legato alla variabile temporale. In termini di senso comune, infatti, usare la lomo significa “fare fotografie come si facevano trent'anni fa”, dunque mettere in scena una sorta di “piegamento” temporale: una traslazione o, ancor meglio, una sorta di chiasmo tra piani diacronici.

La *collisione tra presente e passato* è subito individuata come una chiave interpretativa privilegiata, utile per comprendere tanto il successo quanto le critiche che hanno colpito la lomografia (autentica espressione di “reazione” agli eccessi digitali e immateriali o furba operazione commerciale?). Non a caso, ad esempio, il libretto di accompagnamento della Diana, si apre con la seguente, per quanto ironica, “invocazione”: “Cuore di plastica, anima analogica, grande storia e luminoso futuro”.

Il concetto di collisione tra piani, tuttavia, è in sé troppo vago e va ulteriormente precisato. Vorrei farlo, in primo luogo, attraverso il confronto tra la lomografia e un altro fenomeno di “riattualizzazione estetica della memoria”, ovvero la moda del *vintage* in generale.

In prima approssimazione, si può senz'altro affermare che entrambi i fenomeni mettono in scena e valorizzano in senso euforico una forma di *ambiguità temporale*, di attualizzazione reciproca e simultanea di passato e presente. Ma anche il concetto di ambiguità va specificato. Per iniziare, diremo allora che mentre nel fenomeno *vintage* l'effetto di ambiguità sembra fondarsi essenzialmente su una dinamica di *contaminazione* temporale, sull'accostamento e la ricomposizione (intenzionale e non casuale) di dettagli figurativi assunti come indici di epoche differenti, la pratica lomografica sembra realizzare un vero e proprio *cortocircuito* temporale, un appiattimento diacronico, una sorta di convergenza “vissuta” tra i piani presente e passato, intesi come veri e propri orizzonti intenzionali.

In quanto pratica di ricomposizione e rivitalizzazione di materiale simbolico già “usurato”, il *vintage* appare inoltre come una *tipica pratica di bricolage* (cfr. Floch 1995), dove il rinnovamento semantico passa per una logica combinatoria: uno o più elementi afferenti a una dimensione potenzializzata e riconosciuta come “passato” vengono ricontestualizzati *in quanto tali* (dunque conservando tutte le connotazioni e i valori simbolici del caso) all'interno di una configurazione attualizzata e valorizzata come “presente”. La riattualizzazione semiotica del “passato” produce qui un particolare processo di *risemantizzazione reciproca dei piani*, in grado di attivare sfumature di senso “silenti” su entrambe le di-

mensioni temporali (in termini morfodinamici si tratta di una *isteresi*², un doppio vincolo).

La lomografia è, invece, dal punto di vista pragmatico è più propriamente un riuso, la riproduzione di gesti virtualizzati in un orizzonte intenzionale attuale. Il risultato è una *attualizzazione del passato nel presente*, che porta, più che a un'oscillazione tra piani diacronici, a una vera e propria *fusione* delle due dimensioni, che risultano quindi indistinte, sovrapposte nel vissuto della pratica stessa. In termini più rigorosi, diremmo allora che mentre nel *vintage* abbiamo una *colocalizzazione* tra diversi piani diacronici, nella lomografia si ha una piuttosto una *coesistenza*.

Per tirare le somme: si tratta in entrambi i casi di procedure di convocazione di una memoria culturale, ma mentre nel *vintage* questa passa attraverso la riconfigurazione o il citazionismo, secondo una *logica essenzialmente (inter)testuale ed enunciativa*, nella lomografia la rimemorazione prende la forma di una re-incorporazione di gesti dimenticati, la riattivazione di micro-sceneggiature pragmatiche (ma anche cognitive e patemiche) ormai perdute, secondo una *logica incarnata ed enunciazionale*.

Detto altrimenti, nella lomografia non è l'oggetto segnico (che sia lo strumento fotografico in sé o il suo prodotto, l'immagine, entrambi chiaramente connotati come “old fashioned”) a incarnare una data memoria, ma è la pratica in sé a essere rimemorante³.

3. L'esteta distratto. Ovvero: lo zen e l'arte della fotografia

In quanto tale, nel corso degli anni, a partire dalla sua “riscoperta”, la lomografia ha partorito a poco a poco una vera e propria filosofia estetica e pragmatica, ben riconoscibile e perfettamente riassunta nell'esortazione “Non pensare, scatta!”. Sulla scorta di questo “comandamento primario”, gli amatori (una vera e propria *community*) hanno persino stilato un decalogo, interamente giocato sul registro del *non sense* e culminante, molto significativamente, con un radicale ribaltamento, una variante del paradosso del mentitore: “Non ti preoccupare di queste regole”⁴.

È chiaro che tutto questo presuppone in primo luogo una *valorizzazione dell'istantaneità*: non tanto del processo-oggetto dell'atto fotografico – la porzione di esistenza che si vuole “fissare”, la duratività vissuta ridotta a singolarità testualizzata – ma della pratica stessa come processo in divenire, che trova nello scatto il proprio perno sensibile (e sensato), più che un punto di chiusura, l'operatore di una progressione più che di una cadenza perfetta, di un giro armonico più che di una scansione ritmica.

Si tratta, in tutta evidenza, come del resto in ogni pratica fotografica, di un principio strettamente legato all'occasione, al *kairos*: l'evento fortuito, inatteso ma non insensato. Nella pratica lomografica, tuttavia, coerentemente con l'impostazione antifrastica del decalogo, anche questo principio viene sottoposto a una deforma-

zione paradossale. Nella filosofia lomo, infatti, il momento giusto non si attende, ma si manifesta *naturaliter* per il fatto stesso che l'*operator* lo seleziona e lo “battezza” come tale. Meglio ancora: nella filosofia lomo non esiste il momento giusto perché ogni momento è (potenzialmente) quello giusto.

In termini più propriamente fenomenologici, è come se l'uso di questo tipo di dispositivo incoraggiasse il soggetto a compiere un arretramento, più o meno marcato, *dal regime dell'intenzione a quello dell'attenzione*. Da una forma di “presenza piena” del soggetto rispetto al proprio campo intenzionale a una forma di implicazione parziale rispetto allo stesso.

Il lomoamatore è in questo senso (e come vedremo meglio oltre) un tipico *esteta del quotidiano*. Meglio ancora, è quello che si potrebbe definire un *esteta distratto*, un osservatore “parzialmente presente” nella situazione in cui agisce e che proprio in quanto tale si lascia sorprendere dalle possibili epifanie di senso che questa racchiude.

L'uso della lomo richiede insomma (e in una certa misura induce) una situazione (estheticamente assai feconda) di *distrazione*, di apertura propriocettiva, una tensione adiaforica, quella di un soggetto che è ugualmente proteso verso l'euforico e il disforico.

Si iniziano così a delineare i tratti di un vero e proprio *stile pragmatico*, formalizzabile nei termini di una tipica *condizione liminare*. Ovvero la condizione dello “stare tra”, del soggetto che si pone e si percepisce nel suo stare sul limite, nel suo trattenersi tra due domini, presupposto di un'esperienza estetica del tutto peculiare.

4. Lo stile lomo. La difettosità come dominante tensiva

Il fenomeno semioticamente rilevante tuttavia è un altro. Una volta ridotto ai suoi tratti tensivi, lo stile pragmatico appena descritto trova infatti una corrispondenza analogica estetica nello *stile espressivo* della lomografia.

Dall'analisi delle immagini lomografiche, infatti, emerge un pattern di marche tensive piuttosto evidenti e riconoscibili, e che il vago attributo della “imperfezione” – cui è giocoforza ricorrere in prima battuta – coglie sono tangenzialmente.

Sul *piano plastico*, ad esempio, l'imperfezione si dà come intensificazione più che come mancanza: si notano saturazioni eccessive e contrasti elevati (effetto a volte appositamente ricercato attraverso l'uso di pellicole scadute). La bassa qualità del corpo macchina produce facilmente infiltrazioni di luce, bruciature o macchie d'ombra. Eventuali sfocature e sovrimpressioni non impensieriscono più di tanto (anzi). La stampa, infine, rivela il più delle volte un caratteristico alone scuro ai margini, la cosiddetta “vignettatura”, considerato il vero segno distintivo della lomografia⁵. Da un punto di vista tensivo diremmo dunque che dominano i tratti qualitativi dell'*eccesso* e della *singolarità*.



Fig. 2 – Uno scatto effettuato con una camera Diana



Fig. 3 – Uno scatto effettuato con una camera Diana

Sul *piano figurativo*, coerentemente con le prescrizioni del decalogo, colpisce il gusto per le composizioni casuali, dispersive e asimmetriche, le inquadrature sbilanciate, punti di vista decentrati, deformazioni prospettiche, la focalizzazione insistita sui dettagli minimi e “infraordinari”. La mereologia prevalente è quella dell'*aggregato* o della *fusion*, della concrezione aleatoria (discreta o continua) degli elementi.

Riassumendo, nella definizione dello stile espressivo⁶ della lomografia si possono individuare due figure tensive ricorrenti e dominanti.

Sul piano *qualitativo*, domina la *deformazione*, come ef-

fetto combinato della “pressione eccessiva” su alcuni parametri (livello cromatico e topologico) e dell’irrompere di rilievi e discontinuità percettive su altri (livello eidetico).

Sul piano *quantitativo* sarà più opportuno parlare di *accumulo*, per la prevalenza di forme di composizione (e dunque di arrangiamento tutto-parte) riconducibili ai tipi mereologici caratterizzati dall’assenza di un “momento di unità” (Bordron 1991).

Nel complesso, dunque, lo stile lomo sembra fondarsi su un duplice scarto dalla norma: qualitativo da un lato (“rottura” di un ordine di *coerenza*), quantitativo dall’altro (ordine di *coesione*).

Si può affermare allora che la cifra tensiva dominante della lomografia sia non l’imperfezione, ma la *difettosità*, principio che costringe a muoversi su una dimensione non più etica o estetica, ma puramente *funzionale*. Lo scarto, infatti, si pone qui rispetto a una norma intesa non tanto come “canone” (normatività dipendente da criteri socio-culturali variabili), bensì piuttosto come “misura” ed “efficienza” (“normalità” più che normatività). Solo in questo quadro, del resto, l’eccesso qualitativo e quantitativo può essere interpretato a priori (ovvero indipendentemente dal successivo stabilirsi di un canone che ne sovra-modalizzi il valore) come “difetto”.

5. Fortuite corrispondenze: “effetto maschera” ed esperienza estetica.

È evidente già da questa breve rassegna come i principali *tratti pragmatici* di questo fare rimemorante e le relative valorizzazioni, così come emergono dai discorsi dei soggetti che lo sperimentano, trovino una forte corrispondenza analogica nei *tratti espressivi* che definiscono lo *stile lomo*, così come emerge dai prodotti di tale fare; quasi come se i secondi fossero una proiezione dei primi, o viceversa.

Detto altrimenti è come se alcune caratteristiche della pratica lomografica fossero tradotte (ma meglio sarebbe dire trasdotte) nelle caratteristiche degli oggetti testuali che sono il risultato della pratica stessa. Lo stile pragmatico e lo stile espressivo presentano insomma *le stesse dominanti tensive*, secondo un meccanismo di *ridondanza di forma*.

Nulla di nuovo, se non fosse che l’effetto estetico, qui, non dipende da una corrispondenza tra forme dell’espressione e del contenuto, ma tra configurazione espressiva e una particolare *configurazione propriocettiva*: una forma del sentire.

Questa fortuita corrispondenza” tra pratica e oggetto va quindi intesa nei termini di un’analogia tensiva tra *forme del sentire e forme testuali*, quella che Geninasca (1997) chiamava *pressione impressiva*. È come se l’eccentricità e sregolatezza della pratica trovassero una eco nell’imprevedibilità della resa e nella generale “difettosità” del prodotto finale.

Alla luce di quanto detto, tale esperienza estetica sem-

bra legata a quello che Caillou (1958) chiamerebbe un *effetto-maschera*, ovvero un gioco di identificazione, una sorta di “mimesi ludica”. Una forma di piacere che deriva dall’immedesimazione cosciente in una situazione e un’identità “altra”, dal “vestire panni altrui”, in questo caso evidentemente quelli (chiaramente mitizzati) del fotografo pre-digitale, tutto istinto e intuizione.

Di questo utilizzatore modello viene fornito, nell’installazione del manuale della Diana, anche una specie di ritratto ideale, sotto forma di una caratteristica combinazione di ruoli tematici⁷: “Dear lomographer, photo hunter, camera collector and analog lover”.

6. La lateralità come forma di vita: lo scatto lomo come “bel gesto”

L’identikit del lomoamatore, tuttavia, non si limita alla dimensione pragmatico-cognitiva (un soggetto dalla gestualità rimemorante) o timico-patemica (l’esteta distratto), ma ha una sua declinazione anche sul piano valoriale ed *epistemico* (marginalità perseguita e ricercata). Come in ogni fenomeno “autentico” di moda, infatti, dinamiche identitarie ed estetiche nel caso della lomo sono strettamente legate. Basta una breve esplorazione dei forum dedicati alla fotografia per accorgersi che lo “scatto lomo” è percepito e assunto dai soggetti che lo praticano (e non solo) come un paradigmatico “bel gesto”⁸, come lo strumento per l’affermazione di un particolare stile di vita e un particolare *posizionamento culturale*, leggermente *laterale* rispetto al *mainstream*: la posizione (ancora una volta liminare) di chi è coinvolto nella semi-sfera ma non del tutto interno, non del tutto centrato. Una partecipazione volutamente *periferica*, insomma, ma comunque partecipazione.

Si consideri, ad esempio, questo post tratto dal forum flickr dedicato alla lomografia:

“Secondo voi è normale che un 60 enne si compra e scatta con una canon ixus a 7 megapixel e noi GIOVANI andiamo a ricercare le peggiori macchinette della storia della fotografia? no, non è normale. ma ormai la normalità a questo mondo non è più di casa, e se me lo permettete io non menefaccio [sic] nulla di 7 megapixel di realtà perché alla fine la realtà stanca e dato che siamo giovani ancora, evadere e vedere la realtà filtrata da un fondo di bottiglia può salvare.”(Lomo-uomo⁹)

La scelta di usare la Lomo diventa così un tratto identitario condiviso e mostrato, il fondamento di un sentimento di comunità che ha, paradossalmente, la propria base sulle piattaforme di comunicazione digitale del web 2.0.

7. The impossible project: dal digitale all’analogico e ritorno

Il successo della lomografia, sotto questo aspetto, rientra in un più ampio fenomeno di retroazione dell’analogico sul digitale, che pare riguardare diversi aspetti della pratica fotografica attuale. È evidente, ad esempio,

come negli ultimi anni il design delle compatte digitali abbia ripreso a ispirarsi in modo palese e citazionista a un aspetto “vintage”, senza contare il recente “boom” delle reflex digitali nel segmento *consumer*.

Il caso forse più emblematico, tuttavia, è quello della Polaroid: nel 2008 la casa “originale” smette di produrre le pellicole speciali, condannando all’obsolescenza definitiva i vecchi modelli di fotocamere istantanee. Poco tempo dopo un gruppo di imprenditori (tra cui non a caso uno dei fondatori della *lomographic society*) decide di rilevare il brevetto, riaprire il vecchio stabilimento e riprendere la produzione.

Nasce quello che (molto furbescamente) viene battezzato “The impossible project”, riferendosi all’antieconomicità dell’operazione oltre che all’ispirazione di “ritorno al passato”. Nel marzo 2010 vengono commercializzate le prime nuove-vecchie cartucce Polaroid, che, con un gesto di arretramento radicale, producono immagini addirittura più simili ai dagherrotipi che alle vecchie foto istantanee (Fig. 4).



Fig. 4 – © *The Shining*, Simone Frignani, *The Impossible Collection*

Anche nel progetto Polaroid, com’è evidente, il punto non è tanto nell’estetica dell’imperfezione, ma nel recupero di pratiche passate. Nei siti dedicati, ufficiali e non, si discute delle migliori o peggiori “tecniche” di sviluppo, con una consapevole valorizzazione di tutto quanto concerne la sua dimensione “gestuale”; e nello slogan del progetto si ritrova non a caso lo stesso “cortocircuito temporale” già individuato nel *concept lomo*: “Producing new Instant Film materials for classic Polaroid Cameras¹⁰”.

Ma il gioco di retroazioni e influenze reciproche non finisce qui, perché la Polaroid Corporation, intravisto il potenziale commerciale per nulla “impossibile” di un

ritorno all’analogico-istantaneo, che pure appena due anni prima aveva dichiarato finito, nel 2010 mette sul mercato la nuova Polaroid 300, con relative cartucce, nuovo formato e un design che ancora una volta gioca a trattarsi tra presente e passato, per quanto in questo caso con un accento più marcato verso l’attualità digitale.

L’operazione di “ritorno al futuro”, con una doppia giravolta, è così completa: da un passato che rivive nel presente a un presente ripiegato sul passato. Resta da capire, forse, quale delle due combinazioni possa essere la più efficace per la conservazione di una memoria effettivamente “incarnata”, in grado di riattivare gesti e connotazioni “passate” in un orizzonte attuale, giocando con modalità variabili nello spazio complesso disegnato tra pratiche, oggetti, rappresentazioni e discorsi che li valorizzano.

Note

1 Il rigore e la laconicità tipici dell’estetica merceologia socialista vengono evidentemente assunti come indici di unicità ed eccentricità identitarie, sfruttando un radicale mutamento della componente tassica dell’oggetto (cfr. Greimas 1983): da campione “anonimo” di una serie infinita e uniforme a *unicum* dotato di una ben precisa connotazione valoriale ed estetica.

2 Cfr. Thom 1983.

3 Se l’oggetto in sé è incarnazione di qualcosa, in questo caso, lo è semmai di un puro cortocircuito temporale. Più che di “vero vintage”, quindi, si tratterebbe di un “falso modernariato”: una pura e intenzionale riproduzione, fedele ma non autentica e commercializzata in quanto tale. Laddove quindi la moda vintage può ancora essere considerata come una variante dell’estetica postmodernista, intesa seguendo Jameson (1991) come soppressione della “profondità” temporale e semantica, con la lomografia e la sua “commistione vissuta” tra piani siamo già ben oltre questa controversa categoria.

4 La lomografia appare sotto questo aspetto come una *pratica celibe*, che racchiude il proprio senso e valore nel fare in sé, indipendentemente dal prodotto: un tipico fare autoreferenziale.

5 Tanto che la “qualità” della macchina è spesso valutata proprio sulla capacità di produrre o meno una buona “vignettatura”.

6 Prova che di stile si tratta, e non di casuale analogia, è il fatto stesso che tali tratti tensivi siano riproducibili, tanto da essere stati “tradotti” in applicazioni specificamente pensate per ricreare l’“effetto lomo” in digitale. È solo uno degli aspetti di un più generale fenomeno di retroazione da analogico a digitale, di cui parleremo più avanti.

7 A conferma della natura costitutivamente “estetizzante” della pratica lomografica, si noti la costruzione pseudo-poetica di questa invocazione, costruita quasi come un climax.

8 Cfr. Greimas, Fontanille 1993.

9 <http://www.lomo.us/forums/showthread.php?t=10749>, consultato il 15/12/2011.

10 Altre analogie si rintracciano nell’uso di formule esortative “impossibili” sul dorso delle darkslides (le nuove cartucce), una selezione di “massime” infarcite di citazioni tratte dalla cultura pop e di un certo immaginario “alternativo”. Alcuni

esempi: “Dream about dreaming a dream”, “Say ‘hey’ to Jude”, “Be a question mark”, “Smell like teen spirit”, “Waste time you don’t have”, “Restart the production of instant analog films”.

Bibliografia

Nel testo, l’anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell’edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

- Bordron J. F., 1991, “Les objets en partie (esquisse d’ontologie matérielle)”, in *Langages*, 103, pp. 51-65.
- Caillois, R., 1958, *Les Jeux et les hommes: le masque et le vertige*, Paris, Gallimard.
- Floch, J.M., 1995, “Le couteau du bricoleur”, in *Identités visuelles*, Paris, PUF.
- Geninasca, J., 1997, *La parole littéraire*, Paris, PUF.
- Greimas, A. J., 1983, *Du sens 2: essais sémiotiques*, Paris, Seuil.
- Greimas, A. J., Fontanille, J., 1993, “Le beau geste”, *Recherches sémiotiques - Semiotic inquiry*, 13.
- Jameson F., 1991, *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham, Duke University Press.
- Thom, R., 1983, “Structures cycliques en sémiotique”, in *Actes sémiotiques - Documents*, 47/48, pp. 38-58.



Fotografia e urban storytelling. Forme del mashup nel web 2.0

Paolo Peverini

1. Urban storytelling. Il caso *Historypin*

Nel quadro di una convergenza mediale sempre più avanzata, la fotografia riveste un ruolo rilevante nella costruzione di applicazioni fondate sull’ibridazione di linguaggi e di tecnologie distinti, come avviene nei servizi di geolocalizzazione come *Google Street View*. Questo genere di applicazione che ha rivoluzionato la rappresentazione e l’esplorazione dello spazio urbano, è una base di partenza per la messa a punto di forme comunicative che nascono dall’impiego sperimentale delle immagini fotografiche all’interno di ambienti mediali di ultima generazione.

Un settore di particolare interesse, nella prospettiva semiotica, è costituito dall’uso delle foto nei progetti definiti di *urban storytelling*, come *Historypin*, un’applicazione on-line nata dalla collaborazione di *We Are What We Do* e *Google* che si prefigge di coinvolgere gli utenti in un progetto rivoluzionario di ricostruzione storica dei fenomeni sociali dal 1840 fino ad oggi. *Historypin* consente di inserire le fotografie, provenienti da archivi privati o pubblici, all’interno di una moderna tecnologia di mapping del territorio metropolitano. Attraverso il sito Internet¹, gli utenti sono invitati a condividere i propri ricordi visivi, “appuntando” (to pin) le fotografie

del proprio album dei ricordi direttamente all’interno dell’applicazione *Street View* di *Google*.

Il risultato inedito di questa collaborazione consiste nell’innesto, all’interno della mappa fotografica metropolitana di un racconto visivo di secondo livello che appartiene a un tempo passato. Grazie alla sovrapposizione di fotografie spesso in bianco e nero, con una pasta visiva che rivela la dimensione affettiva di una pratica spesso amatoriale, nelle mappe delle città si aprono delle “pieghe temporali” che consentono di dare forma a un discorso stratificato.

Sul piano di una semiotica del visivo l’efficacia dell’acostamento si fonda sulla capacità di incorniciare le fotografie all’interno dell’immagine offerta dalla mappa digitale, rispettando l’angolo prospettico e la composizione plastica dell’inquadratura. Per effetto di questo processo di enunciazione, allargato alla comunità degli utenti e continuamente implementabile, prende forma un ritratto originale dei mutamenti profondi che hanno segnato gli spazi della vita nelle metropoli.

Le applicazioni come *Historypin* rielaborano dunque in modo profondo la forma e le funzioni degli album e degli archivi fotografici, sollecitando una serie di questioni teoriche relative:

- all’evoluzione delle pratiche fotografiche
- agli effetti di realtà e finzione
- alla flessibilità espressiva di una fotografia analogica calata all’interno di uno spazio fotografico tridimensionale.

Questo progetto rappresenta in modo esemplare logiche semiotiche molto più estese che riguardano gli usi della fotografia nel contesto di trasformazioni tecnologiche e sociali. L’applicazione sfrutta e al tempo stesso sposta in avanti le logiche di funzionamento del *geotagging*, utilizzando la fotografia come testo fondante intorno a cui allestire un progetto narrativo, *lo storytelling metropolitano*, che consente ai partecipanti di condividere il senso del proprio contributo inserendo brevi testi esplicativi o di commento.

2. Il mashup ai tempi del web 2.0

Per analizzare questo genere di applicazioni è necessario affrontare la questione preliminare di una loro definizione. Da un punto di vista teorico *Historypin* è una forma di *mashup collaborativo sviluppata nel web 2.0*, il cui funzionamento risponde a una serie di logiche del tutto peculiari rispetto alle pratiche di remix e di mashup musicale o audiovisivo. Come afferma Stefan Sonvilla-Weiss (2010, p. 9), citando il caso esemplare di *Google map*, il *mashup*, inteso come un’applicazione web, “denotes a combination of data or functionality from two or more external sources to create a new service”. Questo genere di ricombinazione non si basa, come le classiche forme di remix, sulla trasformazione reciproca dei materiali espressivi ma su una logica dell’*accumulo*,

un'aggregazione di contenuti che mantiene intatti i materiali di partenza e al tempo stesso permette all'utente di accedere in modo interattivo a funzionalità inedite che nascono dalla combinazione di dati diversi per linguaggio, genere, formato. Per mettere a fuoco le caratteristiche salienti di queste nuove forme di *mashup* occorre focalizzare alcuni snodi:

a) Collage, montage, sampling or remixes practices all use one or many materials, media either from other sources, art pieces (visual arts, film, music video, literature etc.) or one's own artworks through alteration, re-combination, manipulation, copying etc. to create a whole new piece. In doing so, the sources of origin may still be identifiable yet not perceived as the original version

b) Mashups as I understand them put together different information, media, or objects without changing their original source of information, i.e. the original format remains the same and can be retracted as the original form and content, although recombined in different new designs and contexts [...] using the example of Google map, different services are over-layered so as to provide for the user parallel accessible services

c) Remixing and mashup practices in combination can be considered as a coevolving, oscilating membrane of user-generated content (conversational media) and mass media (Sonvilla-Weiss 2009, p. 9).

74 Per analizzare le forme di *mashup* collaborativo basate sulla combinazione di fotografie, testo scritto e servizi di *geotagging*, è essenziale concentrare l'attenzione sulle pratiche della ricombinazione. Tuttavia occorre sottolineare che mentre in ambito musicale o audiovisivo l'ibridazione dei materiali espressivi assume le sembianze di una trasformazione controllata che investe il piano dell'espressione e il piano del contenuto dei linguaggi, in questo caso il *mashup* agisce ad un livello più profondo che coinvolge anche la dimensione tecnologica. Questo processo di ibridazione assembla, all'interno di un unico spazio crossmediale, linguaggi e tecnologie distinti, aprendo a nuove forme espressive². Nell'ambito dei software utilizzati nelle applicazioni tipiche del web 2.0, le pratiche del *mashup* assumono caratteristiche del tutto peculiari. Come afferma Eduardo Navas (2010), in un saggio dedicato alla "sampling culture", mentre le forme di riscrittura musicale basate sul remix coinvolgono il pubblico nel gioco della riscoperta dei brani di partenza a partire dalla loro esplicita manipolazione, nel web 2.0 il *mashup* è sviluppato innanzitutto per estendere le potenzialità di applicazioni distinte e preesistenti senza deformarne i tratti salienti. È opportuno chiarire dunque due aspetti rilevanti nel funzionamento di questo genere di *mashup*.

La prima considerazione riguarda il software utilizzato per l'applicazione, il cui codice generalmente non subisce modifiche, non viene riscritto o "remixato". Il secondo aspetto decisivo riguarda il fatto che, mentre

nella musica la riscrittura lavora a partire dal campionamento di frammenti del brano, blocchi di testo manipolati tramite un'azione enunciativa basata sul bricolage, in queste forme di *mashup* la logica decisiva non è il *sampling* ma il *constant updating*.

"Web application mashups, for the most part, leave the actual code intact, and rely on either dynamic or static sampling, meaning that they either take data from a source once (static) or check for updates periodically (dynamic) [...] Some mashups do not 'cite' but rather materially copy from a source [...] In music, architecture film and video as well as many other areas of the mainstream, the source is sampled to become part of another source in form, while in more dynamic applications developed in Web 2.0 the most effective mashups are updated constantly" (Navas 2010, pp. 169; 172).

Il funzionamento di *Historypin* risponde chiaramente a logiche combinatorie di questo genere. L'applicazione consente di esplorare funzioni diverse che possono essere combinate tra loro o gestite separatamente: è possibile ammirare le vecchie fotografie, leggerne le didascalie, navigare nella città tramite *Street view*, leggere i commenti degli utenti, implementarli. I collegamenti tra i layer che compongono l'applicazione possono essere attivati o rimossi tramite uno specifico comando. I materiali che alimentano ogni livello non sono campionati, non vengono ritagliati da una forma espressiva preesistente, piuttosto sono estratti e combinati tra loro, offrendo all'utente la possibilità di aggiornare costantemente la quantità e la qualità delle informazioni, inserendo nuove fotografie o replicando ai commenti scritti. Il progetto editoriale di questa applicazione non è mai chiuso in una forma ma prevede, come condizione del suo funzionamento, la continua apertura e l'implementazione dei contenuti.

Nell'analisi delle logiche che sostengono questa forma di *mashup* è quindi indispensabile soffermarsi sulle pratiche di consumo creativo realizzate dagli utenti. La partecipazione dei fruitori nella costruzione di questo genere di contenuti è concepibile come un *continuo processo di remix e/o sovrascrittura* basato sulla condivisione e sulla collaborazione³. Axel Bruns (2010, p. 27, trad. it. nostra) riassume alcuni principi generali che caratterizzano tutte le forme di consumo produttivo nelle forme avanzate di *mashup* e che si rivelano determinanti anche nel funzionamento di *Historypin*:

a) *Partecipazione aperta, valutazione comune*. Il consumo produttivo è fondato sul coinvolgimento collaborativo di comunità (idealmente ampie) di partecipanti a un progetto condiviso. La comunità è coinvolta in un continuo processo di peer review che si applica ai contributi di tutti i partecipanti. [...] I membri di una comunità di consumatori produttivi partecipano in funzione di competenze, interessi e conoscenze personali. I cambiamenti nelle forme della partecipazione modificano i punti focali dell'intero progetto

b) *Artefatti incompiuti, processo continuo*. Nei progetti basati sul consumo produttivo i contenuti sono continuamente in evoluzione e quindi sempre provvisori. Lo sviluppo procede secondo modelli di percorso evolutivi e ricorsivi

c) *Proprietà comune, ricompense individuali*. Il consumo produttivo adotta il modello *open source* o schemi di licenze basati su *creative commons* che consentono esplicitamente l'uso illimitato, lo sviluppo e le ulteriori modifiche apportate dal contributo di ogni utente al progetto comune

3. La fotografia in gioco. Mashup e strategie della veridizione

La nostra ipotesi è che l'efficacia di *Historypin* non vada ricercata in primo luogo nell'innovazione tecnologica, nelle funzionalità che offre all'utente, quanto piuttosto nella capacità di intercettare e tradurre, tramite un inedito *mashup* collaborativo, le logiche semiotiche dell'immagine fotografica. *Historypin* ci stupisce non tanto per l'accostamento riuscito delle fotografie nella mappa, quanto piuttosto perché ci consente di partecipare a una rilettura collettiva dei meccanismi tramite cui una foto produce degli effetti di senso.

L'applicazione non promette all'utente di accedere a un catalogo coerente e omogeneo di foto storiche, piuttosto la sovrapposizione dei diversi strati visivi deforma il senso delle immagini e apre a un connubio spesso straniante. La nuova cornice enunciativa aperta dal gesto di "appuntare" la foto sulla mappa cambia le istruzioni di lettura, agisce sul senso fotografico. La natura meta-comunicativa del mash-up diviene uno strumento per riflettere sulla costruzione narrativa della storia contemporanea. I giochi enunciativi che regolano il passaggio tra i diversi livelli di discorso non rispondono unicamente all'esigenza di documentare i cambiamenti sociali ma rientrano in una logica più ampia. Tramite il *mashup* collaborativo si delinea progressivamente un racconto che invita a riflettere sul modo in cui, tramite le immagini fotografiche nel contesto dei media digitali, ricostruiamo la nostra percezione del mondo e degli eventi⁴.

Sorgono allora alcuni interrogativi interessanti: come cambiano i dispositivi della metatestualità presenti nelle fotografie originali – si pensi agli sguardi in camera, ai saluti rivolti al fotografo, agli autoscatti – quando queste vengono iscritte in uno spazio mediale comune, collocate all'interno di un discorso composto di strati indipendenti ma potenzialmente sovrapponibili? Cosa accade ai regimi dell'enunciazione che regolano il nostro sguardo di fronte a un'istantanea?

Le foto, nel momento in cui sono sovrapposte alla mappa, si caricano di un significato che trascende quello originario, ma senza scalarlo. Queste pratiche di *mashup* rimettono in gioco la fotografia come testo, ne riaprono il senso. Un caso esemplare è costituito dalle classiche foto private in cui gli affetti personali vengono ritratti in

posa sullo sfondo della metropoli, ricordi intimi in cui la città è uno scenario per un discorso che mette al centro i soggetti. Nel momento in cui le foto sono sovrascritte alla mappa, si assiste a una sorta di riassetto degli equilibri originali interni all'immagine, la leggibilità delle figure subisce una trasformazione. La città guadagna ora la scena, lo sguardo dello spettatore è catturato dal gioco delle convergenze e delle differenze nel paesaggio metropolitano. La storia dei singoli è riassorbita dal racconto metropolitano, l'accento del discorso si sposta dalla sfera privata a quella pubblica.



Fig. 1 – Kensington High Street, 30 luglio 1966, tratta da Historypin (© foto Mirrorpix)

Nel confronto tra la fotografia e la mappa la funzione documentale dell'istantanea subisce un processo di narrativizzazione, diviene parte di un racconto aperto dedicato ai cambiamenti delle metropoli, dei costumi, delle relazioni sociali. Lo sguardo dello spettatore può decidere di isolare i due livelli o di esplorarne analogie e differenze, navigare per Kensington High Street ai giorni nostri oppure osservare una fotografia del 1966 che ritrae una macchina tedesca durante i Mondiali di calcio, soffermandosi sullo sguardo dei soggetti, il loro abbigliamento, la bandiera tedesca sul cofano. Il *punctum* fotografico subisce chiaramente uno slittamento ma al tempo stesso lo statuto di verità attestato dalla fotografia permane. Due discorsi sul vero interpellano nello stesso istante lo sguardo dello spettatore.

Tramite il *mashup*, nel gioco dell'enunciazione si realizza anche il processo inverso. È il caso delle fotografie ufficiali che provengono da archivi storici e che sono testimonianza di eventi epocali. Il senso di queste immagini, appuntate sulla mappa delle metropoli, trascende la dimensione pubblica e si riapre alla ricostruzione di memorie private di chi ha vissuto direttamente o indirettamente l'evento o di chi, non avendolo vissuto, confronta la propria esperienza recente dello spazio pubblico con le tracce di una vecchia metropoli altrimenti inaccessibile. In questo senso le sovrapposizioni fotografiche più eclatanti sono senza dubbio quelle che coinvolgono spazi pubblici fortemente simbolici, "immagini da cartolina" sedimentate nell'immaginario collettivo che tramite l'irruzione della Storia nel presente subiscono un processo di risemantizzazione radicale.



Fig. 2 – Incoronazione di Giorgio VI, 5 dicembre 1937, tratta da Historypin (© foto: Mirrorpix)

In questo processo di “riallocazione del senso fotografico” diviene rilevante, in particolare, il gioco di continuità/discontinuità sul piano dell’espressione che scaturisce dalla sovrapposizione delle immagini. L’efficacia di *Historypin* poggia in buona misura proprio su questo margine. Alcune foto sembrano coincidere con l’ambiente attuale, riposano sulle stesse geometrie, altre se ne distaccano completamente, appaiono giustapposte senza alcun raccordo visivo. La fusione o lo scollamento fotografico dalla mappa innescano degli effetti sul piano del contenuto tanto dal punto di vista cognitivo quanto sul versante passionale. Le foto che sembrano “staccate” dalla mappa di *Google* invitano lo spettatore a investigare il senso delle immagini ma soprattutto il senso della storia, le trasformazioni che hanno segnato i luoghi e le vite delle persone. È il caso di questa fotografia del 1966 che immortalata i festeggiamenti di un gruppo di tifosi a Trafalgar Square per la vittoria dell’Inghilterra nei Mondiali di calcio

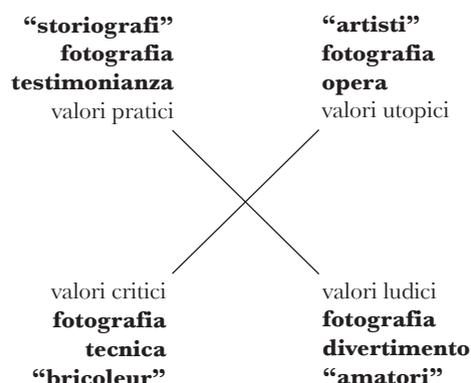


Fig. 3 – Festeggiamenti per la vittoria dell’Inghilterra nei Mondiali di calcio, 1 agosto 1966, tratta da Historypin (© foto: Mirrorpix)

Qui lo scollamento tra il *layer* della mappa metropolitana e quello della fotografia assume una salienza immediata agli occhi dello spettatore che viene sollecitato a esplorare quella che a tutti gli effetti appare come una frattura, un contrasto stridente, ricco di senso. In questo passaggio *Historypin* assume una forza di interpellazione

notevole. Nella collisione tra i livelli delle due immagini il senso del *mashup* fotografico si apre allora a un’intera retorica di effetti diversi: ironia, critica, omaggio, paradossale.

La sovrapposizione della fotografia alla mappa urbana non riguarda solo il piano dell’enunciazione ma investe un livello più profondo che riguarda il valore delle pratiche fotografiche. *Historypin* celebra innanzitutto il valore documentale dell’immagine fotografica, di conseguenza il senso della foto iniziale, la sua valorizzazione ludica, utopica o critica viene inevitabilmente assorbito all’interno della valorizzazione pratica. Ripartendo dal celebre quadrato semiotico sviluppato da Jean Marie Floch (1986), si può notare come la fotografia-testimonianza prevalga sulla fotografia intesa come opera d’arte, come tecnica o puro svago amatoriale.



Per effetto del *mashup*, la Fotografia si pone al servizio della Storia, diviene strumento di una storiografia in continua evoluzione, riunendo in un unico racconto visivo le memorie degli amatori, degli artisti e dei bricoleur dello scatto.

Cosa implica dunque, dal punto di vista sociosemiotico, l’utilizzo di immagini all’interno di applicazioni basate sulle logiche del *mashup*? La fotografia non occupa semplicemente uno dei *layer* di quello che a tutti gli effetti è un testo ibrido, piuttosto trascina con sé una serie di logiche della significazione che contribuiscono a modellare l’intera azione di *urban storytelling*, svolgendo al tempo stesso un ruolo strategico sul piano del marketing. Questo *mashup* non solo celebra la rivincita della memoria fotografica sull’uso descrittivo delle immagini metropolitane, ma va letto nell’ottica di una raffinata azione promozionale che consente al gigante *Google* di valorizzare l’applicazione *Street View*, combinando la funzione pratica di una moderna mappa con l’emozione di un progetto storiografico nelle mani degli utenti.

Note

- 1 www.historypin.com: consultato il 28 gennaio 2011.
- 2 Come afferma Lev Manovich (2010, p. 188), le pratiche di remix applicate a materiali espressivi provenienti da media

distinti sono talmente comuni da essere considerate “normali”. Nei casi più interessanti l’ibridazione investe tuttavia un livello più profondo dei testi, una dimensione che riguarda essenzialmente il software, oggetto di un *assemblaggio profondo* perché “ciò che viene remixato oggi non è solo il contenuto di diversi media ma anche le loro tecniche, i processi produttivi e le modalità di rappresentazione ed espressione”.

3 Come chiarisce Axel Bruns (2010, p. 26) “Producership, the collaborative, communal practice of content creation [...] is a continuous process of remixing and/or writing over what has come before, in pursuit of new possibilities, whose artefacts are digital objects that resemble medieval palimpsests – multi layered texts that still bear the imprints of the generations of scribes whose successive efforts have led us to the current point. Open source works that way, as does the Wikipedia (whose edit histories chronicle every changed comma, every fixed typo) – but so do mashups [...]”

4 Per un approccio testuale pragmatico allo studio della fotografia nel contesto delle innovazioni introdotte dal digitale cfr. Eugeni, R., “Semiotica della fotografia, immagine digitale e verità della rappresentazione”, in A. Carlotti, a cura, *Usi e abusi dell’immagine fotografica*, Milano, ISU-Università Cattolica, pp.113-146.

mo creativo. Soggetti, pratiche, testi”, in E. De Blasio, P. Peverini, a cura, *Open cinema. Scenari di visione cinematografica negli anni 10*, Roma, Edizioni Fondazione Ente dello Spettacolo, pp. 17-72.

Sonvilla-Weiss, S., “Mashups, Remix Practices and the Recombination of Existing Digital Content”, in S. Sonvilla-Weiss, a cura, 2010, pp. 8-23.

Sonvilla-Weiss, S., a cura di, 2010, *Mashup cultures*, Wien, Springer-Verlag.

Bibliografia

Nel testo, l’anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell’edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

- Bruns, A., 2010, “Distributed creativity: filesharing and producership”, in S. Sonvilla-Weiss, a cura, 2010, pp. 24-37.
- Dondero, M. G., Basso Fossali, P., 2006, *Semiotica della fotografia. Investigazioni teoriche e pratiche di analisi*, Rimini, Guaraldi.
- Dusi, N., Spaziante, L., a cura, 2006, *Remix-remake. Pratiche di replicabilità*, Roma, Meltemi.
- Eugeni, R., “Semiotica della fotografia, immagine digitale e verità della rappresentazione”, in A. Carlotti, a cura, *Usi e abusi dell’immagine fotografica*, Milano, ISU-Università Cattolica, pp. 113-146.
- Eugeni, R., 2004, *Analisi semiotica dell’immagine. Pittura, illustrazione, fotografia*, Milano, I.S.I. Università Cattolica.
- Fabbri, P., 1998, *La svolta semiotica*, Roma-Bari, Laterza.
- Floch, J. M., 1986, *Les formes de l’empreinte*, Périgueux, Pierre Fanlac; trad. it. *Forme dell’impronta. Cinque fotografie di Brandt, Cartier-Bresson, Doisneau, Stieglitz, Strandl*, Roma, Meltemi, 2003.
- Manovich, L., 2010, *Software Takes Command*; trad. it. *Software culture*, Milano, Edizioni Olivares, 2010.
- Marra, C., 2006, *L’immagine infedele. La falsa rivoluzione della fotografia digitale*, Milano, Mondadori.
- Marrone, G., Pezzini, I., a cura, 2006, *Senso e metropoli. Per una semiotica posturbana*, Roma, Meltemi.
- Marrone, G., Pezzini, I., a cura, 2008, *Linguaggi della città. Senso e metropoli II. Modelli e proposte di analisi*, Roma, Meltemi.
- Navas, E., 2010, “Regressive and Reflexive Mashups in Sampling Culture”, in S. Sonvilla-Weiss, a cura, 2010, pp. 157-177.
- Peverini, P., 2007, “Dal bastard pop al mashup”, in *E/C*, www.ec-aiss.it.
- Peverini, P., 2010, “La manipolazione filmica come consu-