

## 1. Mappe sul web, mappe del web

Da quando motori di ricerca, quotidiani online, siti istituzionali e commerciali utilizzano comunemente mappe per comunicare parte delle proprie informazioni, la lettura di carte geografiche interattive è divenuta una delle esperienze abituali nella fruizione del web. Oggi interroghiamo mappe non solo per trovare luoghi e definire itinerari, ma ogni qualvolta interessi consultare – e qui la differenza rispetto alle carte su altro supporto si fa più presente – testi su un certo territorio, come notizie su eventi, descrizioni di luoghi, fotografie e video, la posizione dei propri amici o più in generale qualsiasi tipo di dato georeferenziato.

La comparsa delle mappe sul web risale agli anni stessi dell'avvio della rete, con le pagine delle prime carte statiche. Dagli stradari iniziali fino alle applicazioni personalizzabili di oggi (come Google Maps o Bing Maps) il *web mapping* si è sviluppato in direzione di una maggiore partecipazione dell'utente nelle pratiche di fruizione della mappa, grazie a maggiori possibilità di interazione con le immagini e alla progressiva integrazione di funzioni e contenuti attivabili a partire dalla rappresentazione geografica. In particolare, a portare un cambiamento di segno è stata la realizzazione di interfacce di scrittura da parte dei principali programmi, che proprio grazie a queste videro crescere la loro popolarità. Questi strumenti, destinati ora a qualsiasi utente, permettono la creazione di mappe personali attraverso la sovrapposizione di segnaposti e disegni alle immagini cartografiche, trasformando così un mezzo *read-only* in un mezzo di scrittura. L'utente ha inoltre la possibilità di pubblicare i contenuti generati, inserendo le mappe personali nell'insieme di quelle indicizzate dai motori di ricerca dei programmi, in modo da consentirne la lettura ad altri. Da sola rappresentazione cartografica, la mappa diviene così uno spazio d'iscrizione comune, capace di organizzare i diversi testi – innanzitutto commerciali – legati a un certo luogo, o come Gianelli e Compagno hanno già mostrato a proposito di Google Maps *superfici espressive pronte ad ospitare discorsi* (2008, p. 145).

A fronte della diffusione di siti e applicazioni con sistemi di georeferenziazione, per descrivere le nuove possibilità di espressione e partecipazione legate al web geografico sono state proposte definizioni quali *collaborative mapping*, *geosocial networking*, *neogeography*, tutte a indicare il possibile contributo degli utenti al disegno e ai contenuti della mappa. Esempi di collaborative mapping sono i progetti OpenStreetMap, una carta ottenuta grazie alle tracce GPS degli spostamenti degli utenti, e Wikimapia, dove i visitatori sono chiamati a segnalare e descrivere su un'unica mappa qualsiasi luogo loro ritengano significativo. Più in generale, l'idea di neogeografia si riferisce alle pratiche di utilizzo, creazione e condivisione di mappe e contenuti localizzati rese possibili dai programmi con sistemi cartografici (cfr. Turner 2006) – non dimenticando che, nonostante le conseguenze di



## Mappe sul web. Un discorso geografico collettivo

Edoardo Bergamin

questi servizi sulla conoscenza dei luoghi, un'eventuale neogeografia sarebbe per gli interessati in buona parte questione di divertimento.

Definizioni a parte, l'opportunità per l'utente di avere un ruolo attivo nel discorso geografico riguarda ovviamente un fenomeno complessivo, il web 2.0<sup>1</sup>, di cui i vari servizi con mappe, tra cui i più conosciuti Google Maps, Bing Maps e Platial, sono casi particolari. Lo stesso Google Earth, che dal web prende gran parte delle informazioni presenti al suo interno, è considerabile per molti versi come un esempio di ambiente partecipato, poiché rende possibile esplorare e intervenire su una rete di contenuti condivisi in altri spazi, come Wikipedia, Panoramio o i forum del programma. Grazie alla diffusione dei *geotag*<sup>2</sup>, le mappe virtuali sono d'altronde ipertesti complessi, pensati su più livelli, che combinano tra loro, anche grazie all'iniziativa degli utenti, fotografie, video, itinerari e ogni altro genere di dato secondo i principi del *mashup*.

Proprio la capacità di riunire oggetti provenienti da altri siti di *content sharing* è, insieme alle interfacce di scrittura, l'altra caratteristica rilevante dei servizi di web mapping. Se il web geografico potrà infatti risultare d'interesse per lo studio della comunicazione in rete, non è solamente per la produzione di mappe, ma perché il suo sviluppo, parallelo a quello del web 2.0, ha posto le condizioni per una riorganizzazione dei contenuti web su base geografica (cfr. Scharl, Tochtermann 2007). In altri termini, si tratta di pensare alle piattaforme cartografiche come ai possibili luoghi di rappresentazione della rete, dove localizzare le diverse informazioni e ordinarle secondo pertinenze spaziali. In YouTube, ad esempio, è possibile indicare tra le opzioni di ricerca l'area di registrazione del video o la sua prossimità a un certo luogo: l'ubicazione geografica si integra così agli altri parametri di indicizzazione, individuando i risultati inerenti a una certa località. Un'applicazione



Fig. 1 - Scheda informativa di un luogo

come Google Maps generalizza questa logica, posizionando su di sé testi di linguaggio, temi e attori diversi, rendendo possibile un *confronto locale* tra informazioni legate a un unico territorio. In questo senso la mappa può corrispondere a una riorganizzazione dei contenuti del web, a una loro rimediazione, oltre che a un tentativo di rappresentarne visivamente la rete di testi – di mapparla, appunto – secondo la metafora della superficie terrestre.

È ora possibile rispondere alla domanda da cui muove l'articolo, ovvero perché si possano considerare alcuni servizi web con mappe come social network. Le ragioni sembrano essere almeno due, e gli esempi successivi tenteranno di mostrarne i motivi più in dettaglio: perché queste applicazioni forniscono strumenti di espressione personale, condivisione di testi e comunicazione tra utenti, in modo simile a tante altre reti sociali; perché il risultato di queste pratiche comunicative, e dell'integrazione alla mappa di contenuti generati dagli utenti in altri siti, è un discorso comune, collettivo sui luoghi. La descrizione degli spazi di scrittura e condivisione avrà per oggetto Platial, uno dei servizi con mappe personalizzabili più affine ai social network tipici, mentre per discutere di un possibile discorso geografico comune l'analisi prenderà in considerazione parte dei contenuti disponibili nelle applicazioni sviluppate da Google, e in particolare quelli legati alla città<sup>3</sup>. In entrambe le parti, l'attenzione dovrà indirizzarsi verso l'idea di rete, di soggetti come di testi, che è d'altra parte il senso del concetto di social network: nel primo caso, si tratterà di ipotizzare le pratiche dei soggetti a partire dalle funzioni del sito, nel secondo il rapporto tra testi sulla mappa e territorio.

## 2. Platial, un atlante collaborativo

Lanciato con lo slogan "The People's Atlas", Platial (<http://platial.com/>) è uno dei maggiori social network geografici. Il suo obiettivo dichiarato è quello di costruire un ambiente di interazione, al cui interno gli utenti scambiano informazioni sui luoghi di cui hanno conoscenza, diretta o meno. Utilizzando le parole del sito, in Platial il soggetto è invitato a "creare la propria geografia personale, aiutando al contempo a creare un libero atlante collaborativo per tutti"<sup>4</sup>. Per far questo,

ogni utente registrato ha a disposizione un sistema di *marker*, segnaposti con cui indicare determinate località sulla carta, che può organizzare in raccolte tematiche, le *mappe* appunto, memorizzabili in una sezione personale del sito. All'opposto, qualsiasi visitatore potrà consultare luoghi e descrizioni creati dagli altri, ricercando le raccolte di proprio interesse per area geografica o categoria, in quella che vuol essere una grande mappa sociale sovrapposta alle immagini cartografiche. Ma è forse opportuno procedere in ordine.

All'apertura il sito si presenta in modo simile agli altri servizi con mappe. Al di sopra e a lato della mappa, fornita da Google Maps, sono posizionati i menu per effettuare ricerche, manipolare le immagini, scorrere i contenuti, navigare all'interno del sito<sup>5</sup>. Sulla mappa è già visualizzata una serie di luoghi (ristoranti, monumenti, punti di interesse paesaggistico, luoghi che hanno ospitato eventi), per ognuno dei quali compaiono un titolo, un'immagine, una breve descrizione e il nome dell'autore. I segnaposti hanno inoltre colori e icone differenti, a seconda della categoria di appartenenza del luogo: cibo, arte e cultura, shopping, casa, natura... Selezionando un luogo si accede a una scheda informativa (Fig. 1) con tutti i contenuti a esso legati (fotografie, commenti, voto), compresi dati sull'autore come il link al suo profilo personale e l'elenco di mappe a cui ha contribuito. Il visitatore può altrimenti esplorare altre pagine, inserendo una chiave di ricerca, selezionando una diversa area geografica o una delle classi di luoghi proposte, seguendo le isotopie spaziali e tematiche desiderate. Per intervenire attivamente nel discorso, anche solo attraverso uno strumento come il voto, l'utente deve tuttavia iscriversi al sito, entrando così in gestione di una sezione personale, *My Platial*. Una volta registrato, il soggetto può avviare la sua esperienza espressiva grazie almeno a tre tipi di operazioni enunciative, riconducibili a un'unica strategia discorsiva: la creazione di contenuti, la gestione di un profilo, la comunicazione *uno a uno* con altri membri.

Dei modi di produzione di luoghi e mappe si è già accennato in precedenza. L'utente crea alcuni marker, indicandone titoli, categorie, tag e aggiungendovi descrizioni e immagini (Fig. 2). I segnaposti sono poi raccolti in mappe, che a loro volta possono avere un'immagine e una descrizione<sup>6</sup>. L'autore può infine decidere se autorizzare gli altri utenti a collaborare alla raccolta, permettendo loro di aggiungere nuovi luoghi alla sua mappa, e se consentire commenti e rating. In Platial, la creazione di contenuti può avvenire infatti anche a partire da elementi altrui. In questo caso, il soggetto ha più opportunità: può inserire propri elementi all'interno di una mappa preesistente o salvare un luogo creato da altri nella mappa personale, oppure, più semplicemente, aggiungere informazioni (commenti, immagini, voti, tag) ai luoghi altrui.

È qui evidente la differenza strategica tra Platial e altri siti di *content sharing* rispetto alla presenza di un enun-



Fig. 2 - La creazione di un segnaposto

ciante unico dei testi. In accordo con l'idea di atlante collaborativo, Platial incoraggia infatti il processo di co-creazione non solo con strumenti di commento e risposta, ma anche attraverso queste funzioni di sovrascrittura e ricombinazione dei luoghi, che regolano uno spazio di potere enunciativo misto e rendono possibili contenuti con più attori testuali. Ne conseguono potenziali pratiche di *risemantizzazione* e *appropriazione*, responsabili della messa in relazione di testi e soggetti: elementi di una raccolta sono collocabili in un altro contesto, nuove informazioni possono giungere ad arricchire e modificare il senso di una mappa, più utenti vengono collegati a un certo luogo e più luoghi in un'unica raccolta collettiva, in onore al concetto di rete.

Esiste poi un'ultima possibilità d'interazione con i contenuti creati da altri. L'utente può segnalare di aver visitato di persona uno dei luoghi proposti e inserire la propria icona nella scheda informativa del luogo, collegandolo di fatto al proprio profilo personale sulla base di un'effettiva esperienza. Una funzione del genere, oltre a fornire ulteriori indicazioni sulla rilevanza di un luogo, pone in evidenza uno degli aspetti più significativi del discorso geografico sul web, il rapporto tra le mappe degli utenti, indicative come sono dei modi in cui un territorio è pensato, e le pratiche di sua fruizione. Quando creiamo una mappa che descrive i luoghi della città o di un viaggio, quella mappa non può infatti non tradurre parte del nostro modo di interpretare quel territorio, di schematizzarlo e quindi anche di esperirlo. Al contempo, la lettura delle mappe media a sua volta la fruizione del territorio, si attualizza in pratiche di movimento – tanto più quando l'uso di mappe virtuali avviene grazie a dispositivi mobili con sistemi di localizzazione<sup>7</sup>.

All'interno della sezione personale, l'utente può controllare l'insieme delle attività che lo riguardano, come la cronologia delle operazioni effettuate o i dati legati al proprio account, oltre che gestire e modificare mappe e luoghi creati. Sono pagine riservate, a cui ha esclusivamente accesso, dopo la *login*, il diretto interessato. Diverso è il caso del profilo (Fig. 3), una scheda riassuntiva di tutti questi dati, che ogni altro utente, anche non registrato, può visualizzare nei suoi percorsi di navigazione. Il profilo è la *carta d'identità* del soggetto all'interno del sito. Dà alcune informazioni personali,



Fig. 3 - Profilo personale

come l'immagine, il periodo d'iscrizione, la residenza, e riepiloga le attività svolte: il numero di mappe, luoghi e commenti prodotti, la lista dei tag creati, le raccolte a cui si è contribuito (ognuna con titolo, icona, autore e numero di visualizzazioni), una mappa con i segnaposti, propri e altrui, salvati. Ogni utente può così tenere traccia delle pratiche di scrittura realizzate, grazie a una serie di indicatori quantitativi e qualitativi della propria attività.

L'idea, comune ai tanti altri siti che permettono la gestione di uno spazio, è quella di una *vetrina*, dove raccogliere i vari testi creati nel tempo e in questo modo mostrare i propri interessi, i propri luoghi di riferimento, il proprio stile, con quanto ne segue per la costruzione di un'identità. A seconda del suo programma d'azione, l'utente potrà allora trovare nel profilo un mezzo per controllare quanto fatto, come per attirare interesse o per rappresentarsi in un certo modo. Non bisogna dimenticare che, in ogni applicazione, la costruzione di uno spazio espressivo individuale è sempre conseguenza dell'incontro tra la volontà dell'utente e le possibilità fornite dagli strumenti, alle cui caratteristiche, funzionali e plastiche, si deve per altro l'eventuale *effetto vetrina*. In questo senso esiste una notevole differenza in termini di controllo, e quindi di effetto verità per l'immagine proposta dall'utente, tra elementi liberamente manipolabili dall'utente, come le icone personali, e quelli che risultano dall'effettivo utilizzo del sito, comprese tutte le forme di sanzione nei confronti del proprio operato, come la popolarità dei propri contenuti o il numero di *amici*.

Sempre nella pagina del profilo, l'utente può infatti gestire la propria rete di amici (*buddies*), formata da due gruppi: gli utenti che il soggetto ha deciso di seguire e gli utenti che hanno deciso di seguire quest'ultimo. In Platial, l'amicizia tra utenti non è infatti una relazione simmetrica. Come in altri social network, essere amici di qualcuno non comporta dunque la condizione reciproca – in questo senso, il rapporto d'amicizia è più simile a una forma di *sottoscrizione*. Non può esserci una sola ragione per cui un utente decida di aggiungere ai propri contatti un altro iscritto, che sia conseguenza di un rapporto esistente all'esterno del sito o del comune interesse per alcuni luoghi. In ogni caso, rendere amico un utente equivale a memorizzare il link del suo profilo,

facilitando così i contatti con un soggetto ritenuto sotto qualche aspetto interessante, degno di nota. Allo stesso tempo, sottoscrivendosi tra quelli che lo ritengono un amico, e dunque inserendo la propria icona nel suo profilo, l'utente si segnala a sua volta come potenziale soggetto di interesse, invitando quanto meno alla lettura dei propri contenuti. Da questo punto di vista, l'amizizia è una questione *fatica*, legata alla gestione di un canale comunicativo tra iscritti, e *pubblicitaria*, finalizzata a rendere pubblici, condivisi, i testi personali. Ancora una volta, il risultato di queste pratiche è la costruzione di una rete complessa di testi e soggetti – soggetti certo conoscibili solo in quanto impliciti nel discorso dei primi – avvicinati, messi in contiguità, per pertinenze territoriali e tematiche. Una rete che dà modo di esplorare i luoghi di una geografia sociale secondo le linee individuate dall'iniziativa stessa degli utenti che, collegando tra loro i propri profili e le proprie mappe in modo sensato, ne evidenziano alcuni nodi significativi, alcuni percorsi di lettura.

Per quel che riguarda la comunicazione tra iscritti, vi è infine la possibilità di contattare in modo diretto un utente, con un messaggio scritto, e dare vita a una modalità di comunicazione possibilmente dialogica. Non solo per la varietà, ma per la centralità di tutte queste funzioni di scambio, combinazione e condivisione, Platial si distingue a livello tassico dalle altre applicazioni con mappe – in alcune delle quali, come Google Maps, è pur possibile creare contenuti, votare e commentare, gestire un profilo – fino a poter essere definito propriamente come social network geografico.

### 3. Spazi prospettici, spazi multiprospettici

Per comprendere il valore funzionale di un sito come Platial, e le possibili pratiche d'uso, è necessario tornare ai programmi d'azione dell'utente, che orienta la sua interazione con la mappa verso il raggiungimento di determinati obiettivi: dare spazio alla propria creatività, informarsi, informare, o più semplicemente divertirsi. A seconda dei fini perseguiti, il soggetto privilegerà certe funzioni e ne trascurerà altre, investendo l'oggetto con valori funzionali opposti, ora strumentali (come mezzo per conoscere un luogo) ora ludici (un utilizzo per svago), pratici o esistenziali, più raramente critici<sup>8</sup>. Di questa classificazione molto sommaria le possibilità d'uso più interessanti sono probabilmente quelle legate a fini espressivi, che vedono le mappe impiegate nell'affermazione di valori personali, nella costruzione e nel riconoscimento di un'identità, in modo simile ad altre applicazioni e reti sociali (Myspace, Anobii, Flickr). Nel far questo, il sito non costituisce un universo a sé stante, ma viene praticato strategicamente all'interno di un contesto interoggettivo, di cui fanno parte strumenti (altri social network, blog, media) che ad esso si integrano e a cui esso si integra<sup>9</sup> – ma che non sarà qui considerato.

Come mostrato, il funzionamento di un sito come

Platial è basato sulla presenza e sul coordinamento di spazi gestiti dai singoli utenti e di uno spazio comune risultato dell'iniziativa di tutti gli iscritti. Sui primi il soggetto ha pieno controllo, sui contenuti dei testi come sulle forme di interazione consentite agli altri. Il secondo ha invece la funzione di riunire i vari testi creati, formando la mappa collettiva a cui accede ogni utente e che è il primo scenario delle sue ricerche e manipolazioni. Tra le categorie utili a descrivere strumenti e spazi dell'applicazione (individuale/collettivo, personale/condiviso, privato/pubblico), quelle più adatte a precisarne la logica sembrano essere *prospettico* e *multiprospettico*, elaborate da Ferraro (1998 e 1999) in altri contesti. Con prospettico e multiprospettico si intendono due dei quattro regimi discorsivi individuati dall'intersezione tra valori assoluti e relativi, oggettivi e soggettivi, e in particolare tra questi ultimi e, rispettivamente, quelli assoluti e relativi. Sono allora di tipo prospettico le forme discorsive – un ambiente, una pratica d'uso – basate su un singolo punto di vista, sugli investimenti di un solo soggetto, mentre di tipo multiprospettico quei modelli, più complessi, capaci di includere più sistemi di valori e programmi d'azione.

Nel caso di Platial, appartengono al primo gruppo tutti gli strumenti di espressione che permettono all'utente di affermare il proprio punto di vista su un luogo, che si tratti della creazione di mappe o di risposte a contenuti creati da altri. Loro compito è rendere possibile il racconto di una geografia personale e, di conseguenza, dei valori fatti propri dal soggetto. Esistono mappe che descrivono una città, un quartiere, un'esperienza turistica, mappe dedicate a interessi particolari (musica, sport) o a temi di rilevanza comune (commercio d'armi, riscaldamento globale), mappe riconducibili a diversi generi di scrittura topologica, compresi tentativi di cronaca e narrazione autobiografica. Il soggetto sceglie dunque di quali aree e di quali argomenti occuparsi, indica luoghi personali o condivisi da un gruppo, esprime su questi giudizi assiologici, e nel farlo dà un'interpretazione del territorio che risponde ai propri valori. Grazie alla possibilità di integrare testi scritti e immagini ai propri segnaposti, il soggetto enunciante ha modo di operare *débrayage* attanziali d'effetto opposto e produrre così mappe *in terza persona*, descrizioni basate su un discorso oggettivo, e mappe *in prima persona*, dotate invece di un *io localizzante*. Queste in particolare sono responsabili delle varie forme di identificazione e appropriazione, in cui il soggetto si dichiara in qualche modo collegato, congiunto, ad alcuni luoghi di valore che riconosce sulla mappa e che segnala come riferimenti significativi. Quale sia questo significato, e quali i valori coinvolti nei diversi modelli di rappresentazione (territori privati, commerciali, del divertimento, dell'impegno sociale...), spetta alle immagini e ai testi spiegarlo. Ciò che qui interessa è riconoscere nelle pratiche dell'utente il tentativo, necessariamente rivolto agli altri soggetti, di affermare un'identità di attore testuale, attraverso la

produzione e la condivisione di luoghi, mappe, commenti e la conseguente gestione di un profilo.

Se il ruolo degli strumenti di scrittura è favorire la costruzione di un sistema di valori personale, l'obiettivo di ogni social network è allora organizzare questi strumenti e i contenuti creati, mezzi di tipo prospettico, in uno spazio di confronto più ampio, capace di integrare più punti di vista e fare interagire più soggetti. Platia tenta di farlo con una mappa collettiva, con le sue funzioni di combinazione e ricombinazione dei luoghi, oltre che con gli strumenti di commento, voto e comunicazione tra utenti. Non si può dire senza un'analisi approfondita dei testi e delle pratiche quanto l'idea di collaborazione geografica sia compiuta e se si possa parlare di vera co-creazione. L'impegno di un sito come Platia è tuttavia quello di disporsi come un ambiente multiprospettico, dotandosi dei mezzi perché la compresenza di soggetti diversi in un servizio con mappe possa tradursi effettivamente in possibilità di incontro e mediazione dei rispettivi progetti. Multiprospettività non significa d'altra parte pluralità di soggetti, quanto armonizzazione di più programmi d'azione. In questo senso, a rafforzare l'idea di una effettiva interazione tra utenti è l'ipotesi che, in quei processi di costruzione e riconoscimento delle identità, i vari spazi prospettici funzionino gli uni nei confronti degli altri come strumenti di *sanzione*. I commenti, il numero di visualizzazioni e amicizie, i voti ricevuti sono segni del gradimento e dell'approvazione (dati qualitativi), o anche solo dell'attenzione (dato quantitativo), suscitati dall'operato di un soggetto nel gruppo di utenti, che lo giudicano secondo il loro sistema di valori. Se esistono forme di valutazione e negoziazione dei valori e dell'identità proposti, quello del soggetto non è allora un *muoversi tra* altri utenti ma un *muovere verso* di loro. Le pratiche espressive rientrano in un percorso orientato, un programma d'azione in cui, grazie agli strumenti forniti, il soggetto conosce le aspettative degli altri utenti e può dunque prevedere le loro possibili reazioni, anche secondo il modello della *seduzione*<sup>10</sup>. Si può riconsiderare allora il compito dell'applicazione, che è sì riunire più utenti in un ambiente comune, ma organizzando al suo interno, nel modo più efficace, spazi di espressione e commento, individuali (le mappe) e collettivi (la mappa), prospettici e multiprospettici, per creare una mappa sociale, collaborativa, e al contempo conciliare i loro programmi soggettivi.

#### 4. Una città sulla mappa

Quella espressiva – utopica, se è questione di contrattare un'identità – non è certo l'unica forma d'uso dei servizi di web mapping. Risalendo dalle proprietà dell'oggetto a una sua pragmatica, ogni sito offre funzioni di ricerca, manipolazione delle immagini e intervento nel discorso che introducono componenti pratiche ed estetiche, informative e spettacolari, e suggeriscono all'utente atteggiamenti diversi: di presa, azione, assistenza, partecipazione (cfr. Volli 2005). Se il compito

del design è quello di istruire un certo tipo di consumo, una certa valorizzazione dell'oggetto (cfr. Marrone 2002, p. 17), queste applicazioni – su tutte Google Maps – sono appositamente progettate per presupporre più pratiche, più logiche d'interazione, anche di valorizzazione opposta. Alcune di queste lasciano sulla mappa tracce del loro passaggio, aggiungendovi informazione e nuovi testi, in un processo di stratificazione della carta geografica, di sua progressiva sovrascrittura. Rimangono da comprendere il valore del discorso risultante, le forme e gli effetti di senso di questi fenomeni d'iscrizione: in che modo il contributo degli utenti porta a parlare di un discorso geografico collettivo? Qual è il rapporto dei testi con le pratiche d'interpretazione e fruizione legate a un territorio? Finora si è solamente accennato ai contenuti creati sulla mappa, concentrando l'attenzione sulle funzioni di un'applicazione e sulle possibilità offerte al soggetto per proporre la sua geografia personale. Per un esame del discorso sui luoghi sarà invece necessario considerare i vari testi mediati dalla mappa nel complesso, per comprenderne generi e valori di fondo. In questo caso, l'analisi è basata sui contenuti creati da utenti (segnaposti, raccolte, fotografie, video, segni grafici) presenti nel motore di ricerca georeferenziata Google Maps (<http://maps.google.it/>) – programma scelto per quantità di testi e funzioni – e in particolare su quelli disponibili per una determinata città. L'obiettivo è descrivere, a partire dalla rete di testi considerata, non tanto i modelli di rappresentazione di un luogo specifico (Torino, in questo caso) ma le logiche sottostanti al discorso topologico che nasce dalla combinazione di contenuti forniti dall'applicazione, contenuti creati dagli utenti all'interno del programma e contenuti creati dagli utenti in altri siti di *content sharing*.

Anche la mappa, come i testi disponibili sulla sua superficie, fa parte di quelle *trasposizioni metasemiotiche* (Greimas 1976, p.152) che traducono il linguaggio spaziale della città in altre forme discorsive. La sua non è una descrizione, più o meno fedele, di un territorio dato, ma – come spiega Marrone (2009, p. 25) – una *riarticolazione semiotica* che ne offre alcune istruzioni per l'uso. La mappa interpreta, schematizzandolo a suo modo, quell'insieme complesso di elementi simbolici, confini, pratiche, narrazioni, responsabile dell'effettività<sup>12</sup>. Di fronte a questo spazio di densità significativa che è il testo urbano, il desiderio degli utenti di rappresentarne i luoghi è conseguenza del bisogno di raccontare e raccontarsi, di *produrre senso* su uno degli aspetti più rilevanti della propria esperienza. Nei servizi di mappe, il soggetto esprime questa intenzione indicando sulla carta i luoghi significativi del territorio che intende descrivere. Lo stesso vale per le raccolte con contenuti provenienti da altri siti (come i video di YouTube e le fotografie paesaggistiche di Panoramio) e disposti sulla mappa in corrispondenza dei luoghi che gli utenti hanno ritenuto pertinente rappresentare. Si tratta in entrambi i casi di atti di selezione, con i quali sono di-

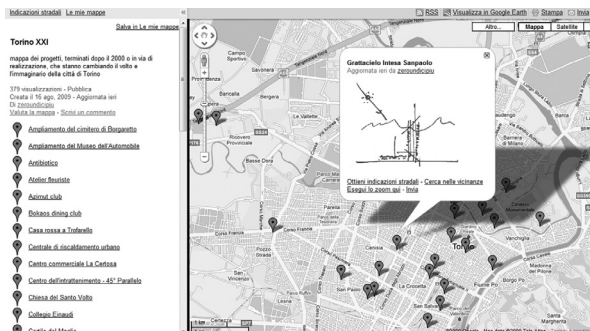


Fig. 4 - Mappa dei nuovi progetti architettonici

stinti e delimitati alcuni luoghi dotati di valore, a scapito di altri che ne sono ritenuti privi, in modo da riprodurre sul piano continuo della mappa le discontinuità che dal punto di vista dell'utente rendono sensata la città o una sua parte. In più, raccogliendo gli elementi in classi e sequenze, il soggetto dà loro un ordine, li collega uno all'altro secondo isotopie e programmi d'azione (una certa strada per raggiungere un certo luogo) o li oppone tra loro in modo differenziale (un quartiere *bene* contro un quartiere *male*).

Ricercando nell'insieme di testi alcune categorie coerenti<sup>13</sup>, tra i contenuti creati dagli utenti (in terza come in prima persona) si presentano all'analisi almeno cinque tipi di discorso, anche combinati tra loro, riconoscibili per generi differenti di organizzazione e tematizzazione dei luoghi: mappe, percorsi, racconti, eventi, paesaggi. Tra le tante raccolte disponibili, con *mappe* propongo di riferirsi in modo specifico a quelle che riuniscono alcuni luoghi in base a una o più loro caratteristiche comuni (Fig. 4). Queste raccolte formano dei piccoli cataloghi, degli insiemi paradigmatici che riuniscono i luoghi sotto alcune categorie, che si tratti di musei, vecchie fabbriche, negozi con prodotti senza glutine, centri sociali, nuovi progetti architettonici, luoghi della Resistenza. Con una mappa il soggetto sceglie di rendere pertinente una delle isotopie (tematiche, figurative, assiologiche) che ritrova nel testo urbano. A seconda dell'isotopia scelta, ogni mappa risponderà a uno dei possibili modelli di rappresentazione della città, rendendone significativi certi valori rispetto ad altri: esisteranno così una città storica o monumentale, una città della natura, dello shopping, del divertimento. Esistono poi mappe che propongono una suddivisione dei luoghi della città in più categorie: a questo gruppo appartengono i contenuti che scompongono la città in aree di valore opposto (centro storico, centri commerciali e periferie, ad esempio) o che indicano luoghi simbolici dal diverso valore (città del passato e città del futuro, luoghi di consumo tradizionali ed etnici). Sono queste le raccolte più interessanti, per come descrivono le tensioni presenti in una città, i diversi modi in cui può essere valorizzato uno stesso territorio, anche ponendo in relazione modelli interpretativi opposti. Considerate nel loro complesso, le mappe danno le prime indicazioni su quali siano appunto i modelli in concorso nella

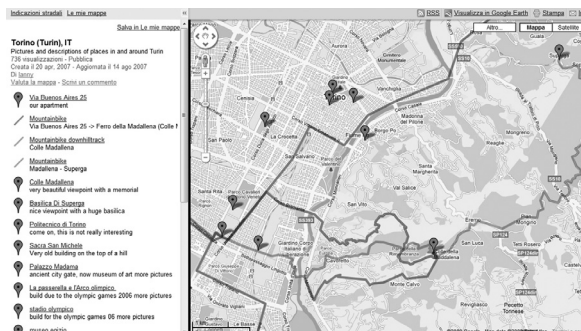


Fig. 5 - Percorsi per ciclisti

rappresentazione del luogo, di quali siano i temi più ricorrenti e i più centrali.

Se le mappe organizzano i luoghi in sistemi, i *percorsi* danno ordine ai propri elementi secondo la dimensione sintagmatica, presentando i luoghi con una logica sequenziale (Fig. 5). È il caso di tutti quei contenuti che tracciano sulla mappa, anche attraverso vere linee, un qualche tipo di itinerario, per descrivere esperienze di viaggio passate o suggerire pratiche di fruizione urbana: itinerari turistici, piste ciclabili, linee immaginarie della metropolitana. Disegnare un percorso è un'opera di orientamento e schematizzazione, in cui una pratica di spostamento è ridotta ai suoi aspetti rilevanti (punti di partenza e arrivo, tappe significative, mezzi di trasporto). Ogni itinerario corrisponde a un programma d'azione ordinato, dotato di un senso. Al pari delle mappe, anche i percorsi offrono modelli di lettura di un territorio, nello stabilirne spazi di movimento (le linee) e di sosta (i segnaposti), i *qui*, luoghi di pratiche quotidiane, e gli *altrove*, mete di escursione. I vari itinerari sono inoltre altrettante proposte, più o meno persuasive, che gli altri utenti possono ri-attualizzare sul territorio, orientando la loro fruizione dei luoghi secondo quanto indicato dalla mappa<sup>14</sup>. Quello di indirizzare le pratiche urbane – a cui si è già accennato – è d'altra parte uno degli aspetti più significativi legati ai servizi con mappe. Non se ne spiegherebbe altrimenti l'uso pubblicitario da parte dei tanti, tra istituzioni e esercizi commerciali, che sulla mappa comunicano la loro posizione e descrivono la loro attività.

Se mappe e percorsi non riguardano tanto i temi discussi nelle raccolte, quanto due modi contrari di ordinarne gli elementi, le altre categorie interessano il loro argomento. Oltre a quello di affermare un certo modello o punto di vista sulla città, tra le ragioni più diffuse per cui gli utenti segnalano e descrivono un luogo compare infatti il desiderio di rappresentare gli spazi che ospitano o hanno ospitato momenti d'interesse personale (racconti) o collettivo (eventi). Questo genere di contenuti intende i luoghi come spazi scenici, che acquisiscono valore per le azioni che vedono compiere. I *racconti* consistono nella descrizione di luoghi quotidiani, a partire dalla casa – che viene fotografata, ripresa e segnata sulla mappa – e dai locali preferiti, ma anche di luoghi visitati in un'esperienza turistica e di cui

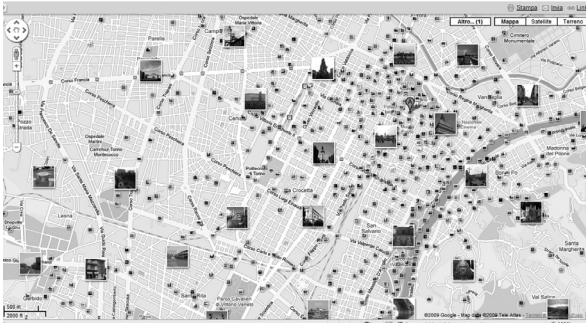


Fig. 6 - La raccolta fotografica di Panoramio

si vuole tenere traccia. Indicando gli spazi delle proprie pratiche urbane, l'attore autore racconta se stesso, disegnando un territorio personale: in questo senso, il suo è un atto di appropriazione, in cui dichiara i luoghi a cui si sente legato e che dunque definiscono il suo essere cittadino o, a seconda dei casi, il suo essere turista. A eccezione di quelli privati, raramente questi spazi sono tuttavia considerati rilevanti da un solo utente, ma anzi costituiscono punti di riferimento condivisi: piazze, monumenti, luoghi pubblici sono tra i punti significativi presenti in città, sono testi comuni rispetto ai quali più attori costruiscono la propria identità. Allo stesso modo, al racconto di alcuni momenti personali si affianca la rappresentazione di *eventi* che hanno interessato gruppi di persone – una delle operazioni più tipiche, soprattutto nei tanti video georeferenziati. Si tratta di storie, manifestazioni sportive, spettacoli che hanno coinvolto soprattutto i punti di riferimento delle pratiche urbane (stadi, parchi, locali, oltre che i luoghi del centro città), ma anche di avvenimenti capaci di segnare in modo più profondo l'immaginario comune (nel caso di Torino, tra questi vi sono senza dubbio quelli legati al periodo olimpico) e di intervenire nei modelli di rappresentazione, e auto-rappresentazione, condivisi.

Un altro tipo di contenuti è legato infine ai vari *paesaggi* che una città e i suoi dintorni offrono. Di questo genere di discorso fanno parte principalmente le tante fotografie che punteggiano la mappa indicando gli spazi che offrono vedute suggestive (panorami, siti naturalistici, luoghi inusuali) o legate a punti d'interesse (piazze, monumenti-logo). Di questo tipo di raccolte interessano non solo i modelli mediati dalle immagini, ma anche la distribuzione dei contenuti. Nel caso dell'ultima immagine (Fig. 6), ad esempio, le fotografie paesaggistiche degli utenti si concentrano in corrispondenza di alcuni punti (il centro storico o lungo il fiume) e si disperdono negli altri spazi, evidenziando con la loro collocazione i luoghi maggiormente interessati da queste pratiche di osservazione. In questo senso la disposizione stessa dei testi sulla mappa è in grado di dare alcune indicazioni sul territorio, manifestando parte di quelle discontinuità, altrimenti invisibili, presenti nella sua fruizione.

## 5. Una mappa sociale

Come scrive Marrone (2009, p. 25), non è possibile separare, poiché reciprocamente presupposti, il discorso tenuto sulla città dal discorso tenuto dalla città. Così, il discorso mediato dalle mappe non può non seguire le dimensioni assiologiche riscontrabili nel testo urbano (razionale, estetica e politica, in Greimas 1976), andando a formare con l'insieme dei suoi contenuti (a qualsiasi dei tipi proposti questi appartengano) diversi sistemi di valori. Sulla mappa risulterà allora un'assiologia *funzionale*, in cui i luoghi della città sono rappresentati secondo la loro utilità, attenta a ciò che vi è presente di efficace e di non efficace; mentre un'assiologia *estetica* valorizzerà i luoghi, in modo euforico o disforico, secondo le categorie del bello, descrivendo una città da *vedere* più che da vivere. Un'assiologia *mitica*, infine, si occuperà dei valori identificativi della città, riconoscendone sulla mappa gli spazi più significativi e dotandoli di un senso comune<sup>14</sup>. In quest'ultima più che nelle altre è possibile trovare quegli elementi urbani (luoghi, ma anche racconti o pratiche) considerati dagli utenti come distintivi per la città, e per i suoi cittadini, nella costruzione di una coerenza identitaria e vederli organizzati, raggruppati, opposti tra loro o ad altri ritenuti estranei. Il discorso della mappa dà così lettura dei diversi modelli coinvolti nella rappresentazione dei luoghi, dei discorsi legati a quelle *ideologie mitico-politiche che segnano contemporaneamente lo spazio cittadino e la soggettività di chi lo vive* (Sedda, Cervelli 2006, p. 176).

Grazie al contributo degli utenti, la mappa si dota di nuovi livelli di significazione: i contenuti creati si sovrappongono alle informazioni presenti, integrandole con nuovi racconti e combinandosi tra di loro in un territorio complesso, polisemico e aperto a più percorsi di lettura. Se la superficie della mappa è un piano espressivo pronto a ospitare i testi degli utenti, tutti insieme questi riordinano su di esso le isotopie e le relazioni responsabili degli effetti di senso della città. Queste rappresentazioni riprendono prospettive e modelli culturali, condivisi e in confronto tra loro, di cui gli utenti si fanno portatori. Il risultato è una mappa che riproduce parte di quella *grammatica* socialmente data legata a un territorio, rispetto alla quale gli utenti definiscono il proprio punto di vista. È per questo processo collettivo di costruzione di senso sulla città, conseguenza delle pratiche di più soggetti e che rivela la presenza di interpretazioni più o meno condivise, che si può parlare una seconda volta di un servizio di mappe nei termini di un social network. Se questo processo può valere tuttavia anche per i discorsi sulla città mediati da altre reti sociali, come mostra ad esempio lo studio di Santangelo (2009), è necessario indicare la specificità delle applicazioni con mappe rispetto ad altri siti nella mediazione di un discorso geografico.

La mappa colloca su di sé i testi, che provengano da altre applicazioni o siano creati al suo interno, secondo la posizione del luogo a cui fanno riferimento. Sulla



sua superficie, il discorso è organizzato per pertinenze spaziali, i testi sono riuniti per il loro argomento geografico: la carta diviene l'ambiente di incontro per i diversi contenuti che rappresentano uno stesso luogo, rendendo possibile un confronto diretto tra più punti di vista. Raccolte in corrispondenza di un unico spazio sulla mappa, le possibili interpretazioni di un certo territorio sono affiancate a rappresentazioni simili o contrarie, quindi poste in relazione, inserite in un sistema di coerenze tematiche. Si ripropone così l'idea di una multiprospettività – interna al discorso, in questo caso – mediata dall'applicazione, che qui agisce collegando tra loro più testi su un unico luogo, più prospettive pertinenti, ricomponendole in un unico spazio.

Attivare le relazioni spaziali dei contenuti ospitati non può che essere la caratteristica distintiva dei servizi di web mapping. Le raccolte degli utenti formano reti di elementi discreti, che con la loro disposizione topologica sulla carta traducono quell'alternarsi di unità marcate e non marcate (un *ritmo*, in Barthes 1985, p. 52) capace di dare senso alla città. Sulla mappa, come mostrato nel caso particolare dei paesaggi, la disposizione stessa dell'insieme di contenuti creati risponde a una certa immagine sociale del territorio. La loro distribu-

zione sul piano è modellata infatti, nei suoi fenomeni di concentrazione e diffusione, attorno ai punti di salienza presenti sul territorio: una mappa di spazi *pieni*, dotati di un gran numero di testi, e spazi *vuoti*, meno densi, già parla dei modi in cui è pensato e vissuto un territorio, dei luoghi a cui è attribuita maggiore o minore rilevanza. Discorso tenuto dal territorio e discorso tenuto sul territorio sono d'altra parte la medesima cosa, tanto più quando la rete di testi ricava posizioni e forma d'organizzazione proprio dalla mappa che quel territorio riproduce.

#### Note

- 1 Sul web 2.0 si vedano O'Really 2005 e D'Ottavi 2006.
- 2 Per *geotag* si intende un metadato che indica la posizione di un elemento rispetto al reticolo geografico, rendendone quindi possibile la localizzazione su una mappa.
- 3 La scelta è caduta sulla città di Torino per poter operare con un buon numero di contenuti e conoscenze sul luogo. L'analisi non tratterà ad ogni modo della città nello specifico, ma del rapporto della mappa con il testo urbano in generale.
- 4 Vedi <http://platial.com/register>
- 5 Su interfacce e ipertesti si veda Zinna 2004.
- 6 Ogni utente ha almeno una mappa, generata al momento



dell'iscrizione, che contiene tutti i segnaposti da lui creati e i segnaposti creati da altri utenti che ha ritenuto utile salvare.

7 Platial, il cui nuovo slogan è non a caso "Who and What's Nearby", è ad esempio presente anche come applicazione per iPhone.

8 Il riferimento è alla tipologia di forme di valorizzazione proposte da Floch (1990). Pratiche d'utilizzo *critiche* sono invece centrali in un servizio con mappe come PagineGialle Visual, pensato per il confronto tra esercizi commerciali.

9 Anche le mappe di Platial sono inseribili nelle pagine di altri siti e applicazioni.

10 Il fatto che la *firma* ai contenuti proposti, anche quando commentiamo o contribuiamo a contenuti di altri, sia il link al proprio profilo è prova di questa idea dell'*attirare a sé* l'attenzione degli altri utenti.

11 Su mappe personalizzabili e città si veda Ferraro 2009.

12 Qui sono considerati tutti i risultati di una ricerca nelle categorie "Contenuti creati dall'utente" e "Mappe correlate". Alcuni di questi sono mappe o contenuti provenienti da siti esterni (YouTube, Panoramio, Flickr, guide turistiche), ma ugualmente visualizzabili sulla mappa.

13 È proprio questo il senso di siti come EveryTrail e Wikiloc (anch'essi presenti con i loro contenuti in Google Maps) in cui è possibile inserire su mappa i propri itinerari turistici ed escursionistici per condividerli con altri.

14 I termini *funzionale*, *estetico* e *mitico* riferiti alla città sono proposti in Sedda, Cervelli 2006.

---

## Bibliografia

---

- Barthes, R., 1967, "Sémiologie et urbanisme", *L'aventure sémiologique*, Paris, Seuil; trad. it. "Semiologia e urbanistica", in *L'avventura semiologica*, Torino, Einaudi, pp. 49-59, 1991.
- D'Ottavi, A., 2006, *Web 2.0*, Milano, RGB.
- Ferraro, G., 1998, "Il mercato dei desideri" in Ferraro G., a cura, *L'emporio dei segni*, Roma, Meltemi, pp. 9-39.
- Ferraro, G., 1999, *La pubblicità nell'era di Internet*, Roma, Meltemi.
- Ferraro, G., 2009, "Oltre l'idea di città", in *Lexia*, n. 1-2, pp. 215-222.
- Floch, J.M., 1990, *Sémiotique, marketing et communication. Sous le signes, les stratégies*, Paris, Puf; trad. it. *Semiotica, marketing e comunicazione. Dietro i segni le strategie*, Milano, Franco Angeli, 1992.
- Gianelli, C., Compagno, D., 2008, "Visualizzazione e gestione del discorso in Google Maps: pratiche virtuali e territorio urbano", *EC Serie Speciale*, Anno II, n. 2, pp. 145-53.
- Greimas, A., 1976, "Pour une sémiotique topologique", in *Sémiotique et sciences sociales*, Paris, Seuil; trad. it. "Per una semiotica topologica", in *Semiotica e scienze sociali*, Torino, Centro Scientifico Editore, pp. 125-54, 1991.
- Greimas, A., Courtès, J., 1979, *Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette; trad. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Bruno Mondadori, 2007.
- Marrone, G., 2002, "Dal design all'interroggettività: questioni introduttive" in Landowski, E., Marrone, G., a cura, *La società degli oggetti*, Roma, Meltemi, pp. 9-37.
- Marrone, G., 2009, "Dieci tesi per uno studio semiotico della città. Appunti, osservazioni, proposte", disponibile su <http://www.ec-aiss.it/>.

O'Reilly, T., 2005, "What is Web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software", disponibile su <http://oreillyn.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>.

Santangelo, A., 2009, "La rappresentazione di Torino nel mondo degli *user-generated contents*", *Lexia*, n. 1-2, pp. 223-237.

Scharl, A., Tochtermann, K., a cura, 2007, *The Geospatial Web*, London, Springer.

Sedda, F., Cervelli, P., 2006, "Zone, frontiere, confini: la città come spazio culturale", in Marrone, G., Pezzini, I., a cura, *Senso e metropoli*, Roma, Meltemi, pp. 171-92.

Turner, A., 2006, *Introduction to Neogeography*, Sebastopol, O'Reilly Press.

Volli, U., 2005, "Le spazialità di Internet" in *Laboratorio di semiotica*, Bari, Laterza, pp. 37-67.

Zinna, A., 2004, *Le interfacce degli oggetti di scrittura*, Roma, Meltemi.