



1506  
UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI URBINO  
CARLO BO

DISCUI  
DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE,  
STUDI UMANISTICI E INTERNAZIONALI:  
STORIA, CULTURE, LINGUE, LETTERATURE, ARTI, MEDIA

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI URBINO CARLO BO

DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, STUDI  
UMANISTICI E INTERNAZIONALI: STORIA, CULTURE, LINGUE,  
LETTERATURE, ARTI, MEDIA

CORSO DI DOTTORATO DI RICERCA IN SOCIOLOGIA DELLA  
COMUNICAZIONE E SCIENZE DELLO SPETTACOLO

CICLO XXVIII

# **FRAMMENTAZIONE E RICOMPOSIZIONE DEL VIRTUALE IN MOBILITÀ: LA PRATICA DELLO SCREENSHOT**

Settore Scientifico Disciplinare: SPS/08

RELATORE  
Chiar.mo Prof. Giovanni Boccia Artieri

DOTTORANDO  
Dott.ssa Elisabetta Zurovac

ANNO ACCADEMICO 2014/2015



*A mio padre che per me è una bellissima storia,  
e a mia madre che da quasi vent'anni me la racconta.*

## **Ringraziamenti**

Ringrazio tutti i membri del LaRiCA a partire dal suo fondatore, la Prof.ssa Mazzoli, per avermi formata e per essere stati dei bravi insegnanti. Questo elaborato si concretizza alla fine di un percorso di studi sulla comunicazione che ho iniziato anni fa e di cui ciascuno di loro ha fatto parte.

Un ringraziamento speciale al mio Relatore, il Prof. Giovanni Boccia Artieri, che ha seguito questo lavoro da vicino con costanza e dedizione, consigliandomi e mostrandomi la via. Ringrazio per il supporto fondamentale e per i numerosi momenti di confronto che hanno dato molto a questo elaborato e che, soprattutto, hanno fatto sì che io iniziassi ad osservare il mondo con uno sguardo diverso.

<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>5</b>
<b>1. LO SCHERMO.....</b>	<b>8</b>
1.1 SULLO SCHERMO .....	13
1.1.1 <i>Una definizione, al limite.</i> .....	14
1.1.2 <i>La profondità del piano.</i> .....	17
1.1.3 <i>Eterni presente.</i> .....	20
1.1.4 <i>(In)Visibilità.</i> .....	23
1.2 FUORI DALLO SCHERMO.....	29
1.3 FRAMMENTI E SCHEGGE.....	34
1.4 LO SCHERMO NELLA DERIVA .....	38
<b>2. MOBILITÀ.....</b>	<b>45</b>
2.1 IL FARSÌ MOBILE DEL SOCIALE .....	47
2.2 MEDIUM INDOSSABILI.....	54
2.2.1 <i>Telefono mobile</i> .....	55
2.3 IL VIRTUALE SCHERMICO SUL CORPO .....	83
<b>3. DIGITAL STORYTELLING: LA NARRAZIONE DIGITALE DEL SÉ NELLA (MOBILE) NETWORK SOCIETY. ....</b>	<b>88</b>
3.1 LA TERZA FASE DI INTERNET E IL WEB SOCIALE: MOBILE SOCIAL NETWORKING. ....	92
3.1.1 <i>Dati relativi all'accesso di Internet da dispositivi mobili in Italia</i> .....	93
3.1.2 <i>I Social Media</i> .....	95
3.1.3 <i>Elementi distintivi dei Siti di Social Networking</i> .....	103
3.2 LA COSTRUZIONE DEL PROFILO ONLINE.....	105
3.2.1 <i>La selezione dei contenuti e la riflessività connessa.</i> .....	111
3.3 LA NARRAZIONE COME STRUMENTO OPERATIVO .....	114
3.3.1 <i>La narrazione digitale del sé</i> .....	118
3.3.2 <i>Le 5 caratteristiche chiave della narrazione digitale del sé come         progetto riflessivo</i> .....	120
3.3.3 <i>La selezione dei contenuti digitali</i> .....	123
3.4 DOMANDA DI RICERCA .....	124
<b>4. PRINCIPI METODOLOGICI DELLA RICERCA.....</b>	<b>128</b>
4.1 ETNOGRAFIA DIGITALE.....	129
4.2 OBIETTIVO DELLA RICERCA E CONCETTUALIZZAZIONI OPERATIVE .....	134
4.3 ORGANIZZAZIONE DELLA RICERCA .....	136
4.3.1 <i>Prima fase della ricerca: definizione del campo e indagine esplorativa.</i> .....	137
4.3.2 <i>Seconda fase della ricerca: Identificazione della pratica e creazione di         un campo di osservazione privilegiato.</i> .....	140
4.3.3 <i>Terza fase della ricerca: interviste.</i> .....	144
4.4 ANALISI DEI DATI .....	150

4.5 ETICA DELLA RICERCA.....	153
<b>5. RISULTATI DELLA RICERCA.....</b>	<b>157</b>
5.1 COS'È TUMBLR.....	157
5.1.1 <i>Il senso della connessione in Tumblr: l'interazione e la partecipazione tramite pratiche su base comunitaria.</i> .....	161
5.1.2 <i>Tumblr tra dimensione visuale e testuale: il testo come immagine</i> .....	167
5.2 LA PRATICA DI CONDIVISIONE DEGLI SCREENSHOT .....	177
5.2.1 <i>Gli screenshot in Tumblr</i> .....	178
5.2.2 <i>Screenshot di conversazioni</i> .....	181
5.2.3 <i>Le dimensioni della pratica: Dalla produzione alla condivisione</i> .....	184
5.2.4 <i>Caratteristiche degli screenshot di conversazioni in Tumblr</i> .....	189
<b>CONCLUSIONI.....</b>	<b>201</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>211</b>

## Introduzione

Questo elaborato prende le mosse dalla consapevolezza, data dall'evidenza, che gli schermi si siano moltiplicati intorno a noi e si siano diffusi in molti ambiti del quotidiano, sia nei luoghi pubblici che in quelli privati. Si mostrano come display di oggetti, come cartelloni informativi, possono essere "piccolo schermo" o "grande schermo", personal computer, schermi del computer desktop, fino alla loro deriva nelle tecnologie di comunicazione nella forma mobile.

Diventano quindi parte integrante della nostra esperienza del mondo e nella vita quotidiana ci troviamo ad interfacciarci con essi per usufruire dei diversi mezzi che di essi si servono.

In particolar modo l'interazione con gli schermi e la loro ubiquità si rende visibile attraverso i dispositivi mobili, che abilitano a uno stato di connessione potenzialmente perpetuo all'interno del quale gestiamo le relazioni con gli altri.

Schermi e dispositivi mobili che rendono possibile questo tipo di connettività sono alla base di quella che si definisce *mobile network society*, ovvero quel modello organizzativo della società in cui essa appare come un network globale in cui servizi, persone e oggetti sono potenzialmente connessi tra loro da mobile. Lo spazio in cui facciamo esperienza si configura come spazio dei flussi, composto cioè dalle connessioni che costruiamo, dalle quali accediamo a informazioni e insieme alle quali produciamo comunicazione e informazioni nel nostro relazionarci. Tali connessioni ubiqua e potenzialmente perpetue, fanno sì che il anche il flusso di comunicazione prodotto sia continuo ed infinito. Il che fa sì che l'esperienza che facciamo del mondo passi attraverso di esso, abilitando a pensare e vivere la contingenza ad un livello che non si era mai esperito in passato.

Con gli schermi mobili infatti per la prima volta la contingenza e il virtuale non lo incontriamo accedendo ad un luogo fisico magari o attraverso diversi mezzi che bisogna accendere e spegnere, di cui si può fruire in determinati contesti e circostanze. Tramite lo schermo mobile la contingenza fa parte di noi, il device mobile ci mostra come appuntamenti, relazioni, impegni di vario genere possono pensarsi come possibili altrimenti e organizzabili in fieri, modificandosi e rimodificandosi durante la connessione comunicativa con gli altri.

Tali possibilità di connessione aumentano con l'arrivo di Internet fruito dal telefono mobile. La Rete, quella che fino a relativamente poco tempo fa era considerata cyberspazio, arriva sulla superficie della nostra pelle, portando con sé tutte le possibilità del virtuale. Il cyberspazio, mai così vicino, non ha più motivo di esistere per come lo si intendeva proprio perché troppo vicino. La dimensione dell'online, infatti, attraverso lo schermo mobile si allaccia alla dimensione offline, dimostrando come siano due facce della stessa medaglia.

L'esperienza del contemporaneo si svolge quindi attraverso queste due dimensioni la cui soglia scompare proprio grazie a quello che veniva visto come

soglia, cioè lo schermo. Esso rappresenta così non più un momento di passaggio per arrivare ad *altro* ma viene ricompreso come accessorio abilitante lo stato di perpetua connessione.

In questo contesto la comunicazione si moltiplica insieme alle conversazioni che producono il flusso e che scorrono tramite il nostro tamburellare sugli schermi. Il web sociale ci mostra modalità attraverso cui incontrarsi, ritrovarsi e raccontarsi tramite le affordance dei suoi spazi. E questi racconti che facciamo di noi stessi sono pubbliche rappresentazioni del sé per poter prendere parte alla socialità di rete e per riuscire ad orientare la propria esperienza nel mondo connesso.

La domanda di ricerca è quindi in che modo nel contesto descritto, che si caratterizza per essere spazio dei flussi, le narrazioni digitali del sé riescano a produrre senso.

A questa domanda si risponde conducendo un'indagine etnografica digitale all'interno di una piattaforma di social networking chiamata *Tumblr* osservando in che modo gli utenti costruiscano le narrazioni del sé. Durante l'esplorazione è emersa una pratica in maniera evidente che è quella della produzione e condivisione di screenshot di conversazioni private avvenute tramite servizi di messaggistica istantanea.

Si è pensato di osservare allora questa pratica peculiare per comprendere in che modo essa possa funzionare all'interno della narrazione del sé come strumento per riuscire ad organizzare l'esperienza e possa quindi produrre senso.

Per rispondere a questa domanda si è costruito un percorso teorico che tocca tutti punti principali che servono a contestualizzare suddetta pratica. Il primo capitolo riguarda quindi una riflessione sugli schermi, ma esso in realtà si propone ed è organizzato in modo tale da essere una riflessione sullo schermo come ente a sé stante liberandolo dalla condizione di *sudditanza* in cui vive nella sua definizione poiché preso sempre in considerazione rispetto a mezzi che di lui si servono.

Tramite la letteratura di riferimento, si è quindi cercato di ricomporre a partire dalle caratteristiche esplicitate dai diversi *schermi* che cosa sia lo schermo a livello ontologico.

Il secondo capitolo tratterà del concetto di mobilità legato ai mezzi di comunicazione, concentrandosi in particolare sul telefono mobile poiché mezzo di comunicazione mobile che meglio esprime e racchiude i significati legati al contatto perpetuo, alla conversazione per messaggi, e soprattutto nella sua deriva *smart* rappresenta il sinonimo di quella che è la definizione di schermo: una profondità di superfici che porta il virtuale sulle nostre pelli.

Il terzo capitolo sarà dedicato agli spazi che nel web più di altri rendono visibili le proprie reti di relazioni e permettono di raccontarsi a/tramite esse, ovvero i social network. Sarà quindi proposto di guardare a queste presentazioni del sé come a delle narrazioni del sé che si strutturano come narrazioni transmediali

abbandonando il carattere di linearità della narrazione, e abbracciando le logiche del digitale.

Nel quarto capitolo viene presentata la metodologia relativa alla ricerca, con una breve introduzione teorica che accompagna le scelte operative attuate, concludendosi con un focus sull'etica della ricerca necessario.

Il quinto capitolo presenta quindi la descrizione dei risultati relativi ed è organizzato secondo 3 blocchi, relativi alle fasi in cui si è svolta la parte di ricerca.

In fine le conclusioni cercano di fare il punto prendendo le fila del lavoro.



# 1. Lo schermo

*«Ti piacerebbe di stare nella Casa dello Specchio, Frufrù? Chi sa, se ti darebbero il latte là dentro? Forse il latte della Casa dello Specchio non è buono da bere... E ora, Frufrù, arriviamo al corridoio. Se si lascia aperta la porta del nostro salotto si vede un pezzettino del corridoio della Casa dello Specchio: somiglia molto al corridoio nostro, ma chi sa se più in là non è diverso. Oh, Frufrù, che bellezza se potessimo entrare nella Casa dello Specchio! Son certa che ci sono tante belle cose. Fingiamo di poterci entrare, Frufrù, fingiamo che lo specchio sia morbido come un velo, e che si possa attraversare. To', adesso sta diventando come una specie di nebbia... Entrarci è la cosa più facile del mondo.»*

Through the Looking-Glass and What Alice Found There, L. Carrol (1871)

La pratica della condivisione degli screenshot di conversazioni private, che viene presa in esame in questo studio ha necessitato per sua natura, e per permetterci un approfondimento teorico di maggiore respiro, di una riflessione su cosa si intenda e a quali caratteristiche ci si riferisca quando si parla di schermo.

Si cercherà, quindi, di contestualizzare l'oggetto schermo attraverso la letteratura di riferimento, tracciando un percorso che permetterà di illustrare gli elementi che lo definiscono in senso ontologico, cercando cioè di definirlo slegandolo dai mezzi che di esso si servono.

L'interesse nel trattare questo oggetto nasce con gli studi sul cinema e televisione, aumentando esponenzialmente negli ultimi anni in seguito alla proliferazione di tecnologie a base schermica. Display di diversa natura, forma e grandezza richiamano la nostra attenzione negli ambienti domestici e lavorativi, ci accompagnano durante tutta la giornata, non solo attraverso la trasformazione mobile di molti degli strumenti che possediamo, ma anche nella loro incorporazione nell'arredo urbano, in cui decorano, informano e separano gli ambienti (Virilio 1993). Questo particolare tipo di superfici ha

quindi interessato diversi filoni di ricerca, fino ad arrivare a comporre quelli che è possibile chiamare *screen studies*, che trovano le proprie radici nelle discipline che si occupano degli studi su nuovi media e comunicazione, focalizzandosi in modo particolare su cinema e televisione e restando fortemente legati alla disamina del contesto istituzionalizzato delle arti visive o video arti.

Alcuni autori hanno però cercato di trattare l'argomento in maniera differente e non così strettamente connessa all'ambito artistico, primi tra tutti sono da citare: Lev Manovich con *Il Linguaggio dei Nuovi Media* (2002); e tra i lavori della studiosa di cinema Anne Friedberg da ricordare *The Virtual Window: From Alberti to Microsoft* (2009) in cui, come vedremo più avanti, l'autrice illustra attraverso il concetto di *finestra* come lo schermo moderno - mediante le interfacce grafiche - modifichi la prospettiva frontale rinascimentale e di conseguenza il nostro guardo sul mondo e la sua interpretazione.

Lev Manovich ne *Il linguaggio dei nuovi media*, sottolinea l'importanza e l'onnipresenza dello schermo nella cultura contemporanea. La sua lettura pone lo schermo in continuità con le tecnologie della rappresentazione che lo hanno preceduto, arrivando così a isolare tre fasi nella storia dello schermo, definite in base all'immagine rappresentata e al movimento, illustrando lo schermo nel suo percorso evolutivo abbia risposto alle innovazioni tecnologiche riguardanti i media con cui si è relazionato.

In quella che l'autore chiama *genealogia dello schermo* è dunque possibile rintracciare diverse fasi:

a) La prima è quella dello schermo classico, nel quale l'immagine rappresentata è statica e permanente e che può essere definita in questi termini:

La cultura visiva dell'era moderna, dalla pittura al cinema, è caratterizzata da un fenomeno intrigante: l'esistenza di *un altro spazio virtuale*, un altro mondo

tridimensionale racchiuso da una cornice e situato all'interno del nostro spazio normale (Manovich 2002, p. 129)

Una tipologia di schermo la cui genesi è da ricercarsi nella pittura rinascimentale, presentante un'immagine fissa sia nello spazio che nel tempo e destinata ad una visione frontale. Questa tipologia è quella che è meglio rappresentata dalla descrizione generica da cui questo paragrafo prende le mosse, per cui si tratta di una superficie dotata di cornice che esiste nello spazio fisico del fruitore ma apre lo sguardo verso una profondità virtuale data appunto dalla prospettiva.

b) La seconda è riservata allo schermo dinamico, nel quale vengono rappresentate immagini del passato in movimento. Pur mantenendo le caratteristiche dello schermo classico aggiunge un fattore di novità che secondo l'autore porta un particolare regime di visione per il quale:

L'immagine che appare sullo schermo si sforza di creare una completa illusione e ricchezza visuale, mentre allo spettatore si chiede di non essere scettico e di identificarsi totalmente con l'immagine [...] ci si aspetta che quest'ultimo si concentri completamente su ciò che vede in questa finestra, puntando l'attenzione sulla rappresentazione e ignorando lo spazio fisico che sta all'esterno (Manovich 2002, p. 130)

L'immagine in movimento richiede attenzione totale, tanto da annullare la distanza che ne rende possibile la visione. Lo spazio tra lo spettatore e lo schermo non viene percepito come vuoto in quanto colmato dal suo sguardo. Questo regime di visione è tipico del cinema, per questo veniamo infastiditi da ritardi o scatti nel flusso di rappresentazione di una pellicola, aggiunge Manovich, perché questi interrompono l'immersione e portano a galla la consapevolezza di trovarsi al di fuori di ciò che viene rappresentato.

c. Una terza fase è quella del monitor, con immagini restituite in tempo reale, che rompe la stabilità del regime di visione descritto in precedenza che perdura dal cinema alla televisione con minimi aggiustamenti<sup>1</sup>. Con l'arrivo del monitor, impiegato insieme alla tecnologia del radar durante gli anni della seconda Guerra Mondiale:

La vera novità di questo tipo di schermo è che l'immagine si può aggiornare continuamente *in tempo reale* [...] si modifica in continuazione, mentre segue i movimenti del suo referente. (Manovich 2002, p. 134)

Altri elementi caratterizzanti il monitor nel suo percorso di evoluzione sono la sua organizzazione per finestre e lo sviluppo degli spazi di Realtà Virtuale. Per quanto riguarda il primo elemento si assiste a una moltiplicazione dello schermo all'interno dello schermo, che impedendo allo sguardo di potersi concentrare su un'unica finestra dominante gli permette di passare tra una finestra e l'altra<sup>2</sup>. Nel secondo caso invece lo schermo si annulla fino a scomparire, l'utente non guarda un'apertura che mostra uno spazio virtualmente profondo ma è immerso completamente in esso tramite apposite strumentazioni.

Già da questa breve introduzione è possibile scorgere una prima evidenza relativa allo studio dello schermo, ovvero, che esso viene preso in considerazione sempre come parte (o parte per il tutto) di una tecnologia in particolare, da cui derivano delle caratteristiche ad esso attribuibili. E, se da una parte è corretto affermare che la fruizione dello schermo del cinema sia

---

<sup>1</sup> Con la televisione lo schermo cambia la sua dimensione diventando più piccolo, entra quindi nell'ambiente domestico e il cambiamento del luogo fisico della fruizione presuppone un cambiamento della stessa: una visione maggiormente distratta poiché interrotta o integrata ad altre attività.

<sup>2</sup> Fenomeno, questo, che l'autore paragona alla pratica, sviluppatasi con la televisione, dello zapping.

differente da quella dello schermo televisivo sotto più di un aspetto (se non fosse altro che per le dimensioni di questi due schermi e per il regime scopico implicato), l'approccio che si è voluto adottare nei confronti di questo oggetto si muove verso una prospettiva ontologica. Per cui dallo scopo di questo capitolo è cercare di sfruttare le specificità del singolo vengono mostrati gli aspetti dello schermo che ne emergono, ma in fine tutti questi aspetti verranno ricomposti per tentare di dare una descrizione dello schermo come ente, libero dall'accoppiamento con una tecnologia in particolare.

Nell'era della convergenza (Jenkins 2006), ovvero nel momento in cui grazie alla digitalizzazione si trovano a convergere

- (a) contenuti, un tempo legati a supporti differenti si trovano a convergere tramite i bit disancorati dalle specificità dei supporti di origine
- (b) individui, attraverso la cultura della globalizzazione
- (c) supporti, ovvero il progressivo integrarsi di mezzi di comunicazione differenti

trattare le differenze specifiche che ogni medium apporta nella definizione dello schermo in maniera separata perde, secondo chi scrive, di significato. Lo schermo è oggi probabilmente una superficie da investigare in maniera diversa, una superficie che è composta sì anche dagli elementi espressivi tipici dei media che di lei si servono, ma che allo stesso tempo li supera ed è costantemente altro da loro. E l'"altro", il resto, ciò che eccede, sfugge dalla descrizione di questo oggetto poliedrico che cogliamo nelle sue ambivalenze, come quando sembra diventare trasparente ma in realtà è opaco, quando sembra scomparire ma proprio allora questa *trasparenza* lo fa diventare una barriera fisica<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Basti pensare alle critiche mosse, a partire da Sherry Turkle in *Alone Together* (2011) in poi, sull'utilizzo degli smartphone che, ad esempio, sembrano isolare l'utente portandolo in

Nello stesso momento in cui lo schermo sembra prendere una o l'altra forma, o meglio una o l'altra caratteristica del medium attraverso cui lo descriviamo, esso è contemporaneamente anche altro, perché rispondente alla logica del virtuale: mentre attualizza una possibilità le altre esistono sullo sfondo (Boccia Artieri 1998).

Occuparsi dello schermo implica dunque occuparsi del virtuale e non solo perché sia stato definito come *finestra virtuale* (Friedberg 2009), o perché con la comparsa dello schermo del computer questo abbia rimediato tutti gli altri (Perna 2013) e tradotto il mondo in digitale, ma perché sembra che non solo *produca virtualizzazioni* ma si presenti, si comporti, come il virtuale.

Di seguito si cercherà di illustrare i principali approcci nei confronti dello schermo rintracciati nella letteratura, divisi già secondo le caratteristiche che ne sono emerse, per poi tentare di arrivare a una definizione che osservi lo schermo nella sua evoluzione tecnologica per deriva (Boccia Artieri 1998).

## 1.1 Sullo Schermo

Quando ci si riferisce allo schermo ci si riferisce a un particolare tipo di superficie che ha la funzione di mostrare contenuti a un fruitore; considerazione che si muove al di là della composizione fisica di questa superficie, e che per questo rende possibile rintracciare analogie e differenze tra oggetti di natura diversa: come un quadro rinascimentale e un film (Friedberg 2009), una tabula e un tablet (Ferraris 2011), un profilo online e una vetrina (Codeluppi 2013).

A questo proposito Manovich sottolinea che

---

un *altrove* sconnesso dalla realtà fisica. Secondo questo punto di vista proprio quando l'utente si dimentica di fruire di uno schermo, quest'ultimo sottolinea agli altri la sua presenza fisica come muro che chiude il *mondo offline* fuori.

Se i computer sono diventati onnipresenti nella nostra cultura solo nell'ultimo decennio, lo schermo, invece, viene usato da secoli per presentare delle informazioni di carattere visivo, dalla pittura del Rinascimento al cinema del XX secolo. (Manovich 2002, p. 128)

Intendere lo schermo in questo modo ha reso possibile lo sviluppo di teorie metaforiche<sup>4</sup>, di approcci che hanno rintracciato forme di continuità tra media diversi e lontani nel tempo ma che potevano essere accomunati da questa superficie di supporto.

Al fine di inquadrare lo schermo nella sua complessità definitoria, di seguito verranno riportate le definizioni e le suggestioni dei principali autori riguardo a questo oggetto.

### 1.1.1 Una definizione, al limite.

Per iniziare la descrizione dello schermo si può partire dalle sue caratteristiche fisiche, ovvero, possiamo senza dubbio affermare che si tratti di una superficie, in genere di forma rettangolare (Gere 2006), che richiama e in qualche modo indirizza lo sguardo all'interno dei suoi bordi, che possono essere costituiti o meno da una cornice fisica. In *The Address of the eye* (1992) Vivian Sobchack, parlando dello schermo del cinema, sostiene che esso produca un inquadramento rettangolare della realtà rappresentata, oltre il quale non vi è spazio per altre possibilità. Per Roland Barthes (1977) questa forma rettangolare è rintracciabile in altri dispositivi di rappresentazione - come ad esempio il libro - e viene descritta come

---

<sup>4</sup> Per un approfondimento sulle teorie metaforiche utilizzate è interessante la lettura di Vivian Sobchack sulle metafore usate nella filmica in *The Address of the Eye: A Phenomenology of Film Experience* (1992). L'autrice sottolinea come la metafora di finestra è derivante dalla teoria realistica del film, quella dello specchio dalla teoria psicoanalitica del film e, infine, quella del frame dalla teoria formalista.

un segmento precisamente delineato, con dei bordi chiaramente definiti, irreversibili, e incorruttibili; tutto ciò che lo circonda è messo al bando come se non esistesse, rimane indefinito, mentre tutto ciò che rientra nei suoi confini viene promosso a essenza, luce, visione. (Barthes 1977)

Tale funzione di inquadramento, sancisce una separazione tra il soggetto e il mezzo ed è una caratteristica dei media della rappresentazione che trova nello schermo una forma solida, come successe nel teatro elisabettiano con l'introduzione del palco che sancì fisicamente la distanza tra platea e attori.

La questione del limite è un punto rilevante, che necessita di un approfondimento. Da un lato è lo stesso schermo che può essere visto come “limitante” lo sguardo attraverso la sua funzione di *quadro*, come ad esempio sostiene Gilles Deleuze (1983, p. 15) che parlando di cinema afferma:

All framing determines an out-of-field: In one case, the out-of-field designates that which exists elsewhere, to one side or around, in the other case, the out-of-field testifies to a more disturbing presence, one which cannot even be said to exist, but rather to ‘insist’ or ‘subsist’, a more radical elsewhere, outside homogeneous space and time.

Così come Lev Manovich (2002, p. 111) che descrive lo schermo come mezzo non neutrale ma *aggressivo*, in quanto filtra la realtà producendo un segno netto tra ciò che è dentro e ciò che rimane fuori e che (nel caso del cinema) viene reso inesistente.

Questo spazio è diviso dal rettangolo della cornice in due parti: lo “spazio interno”, ovvero la parte che sta all'interno della cornice, e la parte che sta all'esterno. Secondo la celebre teoria di Leon Battista Alberti, la cornice sarebbe una sorta di finestra sul mondo.



In questo senso lo schermo si pone come unità di misura, che sancisce un taglio tra ciò che viene mostrato tramite di esso e il luogo intorno, dove lo schermo è posizionato. Questo fa sì che lo sguardo venga educato a un certo tipo di visione frontale di una realtà inquadrata (Debray 1999).

D'altro canto il concetto di limite può essere rintracciato anche nella funzione liminale dello schermo stesso, infatti esso spesso viene associato al concetto di soglia, come quando Alexander Galloway (2012, pp. 30-31) spiegando la funzione dell'interfaccia di un monitor illustra come lo schermo diventi il luogo in cui due ambienti si sfiorano, si combinano, per comunicare

an interface is not something that appears before you but rather is a gateway that opens up and allows passage to some place beyond. [...] The notion of interface becomes very important for example in the science of cybernetics, for its place where flesh meets metal or, in the case of systems theory, the interface is the place where information moves from one entity to another, from one node to another within the system.

Nella computer science “interfaccia” è il nome che prende quel momento di frizione in cui due pezzi di codice riescono a interagire. Momento liminale, che apre alla possibilità: definisce una soglia e per questo mette in comunicazione due entità distinte generando così possibilità.

The interface is that state of “being on the boundary”. It is that moment where one significant material is understood as distinct from another significant material (Galloway 2012, p. 33)

O ancora Kate Mondloch (2010, p. 88) che utilizzando la metafora della porta scorrevole a vetri, sottolinea appunto come lo schermo funzioni da momento di contatto tra due realtà che si perturbano a vicenda facendo in modo che la porta si apra o si chiuda.

I propose that the appropriate allegory for the digital media screen is not a virtual window but an automatic sliding glass door: a pervasive yet unobtrusive object with exceptionally tenuous boundaries [...] any activity can inadvertently open or close the screen's connectivity, and there exist a certain ambiguity as to which side of the door/screen has instigated the action.

Introducendo il concetto di limite, quindi, emerge di conseguenza l'esistenza di un'altra dimensione. Che lo schermo sia una finestra, una porta, una soglia vive comunque una condizione di apertura verso una dimensione altra. Come sia stata interpretata questa dimensione e come si possa leggere problematizza la visione dello schermo come superficie.

### 1.1.2 La profondità del piano.

La dimensione della rappresentazione che lo schermo introduce è considerata figlia del concetto di profondità introdotto dalla prospettiva rinascimentale, secondo cui l'osservatore deve essere di fronte all'immagine a sua volta costruita in modo tale da riproporre il senso di profondità che esperisce quotidianamente intorno a sé. Tale dimensione è di tipo *virtuale*. A questo punto bisogna disambiguare questo concetto fondamentale.

Per virtuale non si intende una dimensione fittizia da contrapporre a quella della materialità come depotenziata se non addirittura di segno opposto. Non bisogna considerare il virtuale in una dialettica oppositiva con il reale, ma cogliere lo stato di virtualità come stato di piena potenzialità, espressione della contingenza.

Illuminante in questo passaggio è il testo di Boccia Artieri, *Lo sguardo virtuale* (1998) in cui l'autore, spiegando come funzioni il senso – ovvero l'operazione che l'individuo svolge per tentare di dare forma al suo esperito – rintraccia due dimensioni: una di attualità e una, appunto, di virtualità.

Ora, nel momento in cui l'individuo si trova ad osservare deve riuscire a segnare una linea di demarcazione tra ciò che è *dentro* e che viene ricompreso, e ciò che è *fuori* e che quindi eccede. Ciò che viene selezionato come *dentro* è selezionato dal senso come *attualità*, cioè come fatto accaduto e definito, delimitato. Tale esperienza acquisisce senso proprio perché viene attualizzata.

Ciò che però non viene attualizzato, l'eccedenza che resta fuori, è dato da tutte quelle esperienze che potevano essere ma non sono state, la miriade di possibilità di sfumature dell'esperienza che non si sono verificate – o meglio – attualizzate. La virtualità pone l'accento su questo insieme di possibilità non attualizzate, sul rinvio del senso che ha compiuto la selezione attualizzante ma che è anche consapevolezza dell'esistenza di una sempre possibile negazione e virtualizzazione. Difatti l'autore precisa il co-implicarsi di attuale e virtuale

Esperire il mondo è quindi una co-generazione di operazioni di attualizzazione e *virtualizzazione*, dove la presenza di un termine richiama l'assenza dell'altro, ma al di là di ogni facile dualismo. Attualità e *virtuale* non sono formalmente [...] distinti ma si co-implicano secondo una modalità di natura circolare e contingente per la quale l'uno è la condizione della consistenza ontologica dell'altro. (Boccia Artieri 1998, p. 138)

Chiarito questo punto, definire la profondità dello schermo come *virtuale* significa dotarla di una sua dignità ontologica che ha a che fare con il rinvio a possibilità, cerchiamo di indagare meglio questa dimensione.

Se grazie alla prospettiva vi è un senso di profondità data dalla visione di un'immagine costruita appositamente per questo scopo, con l'introduzione di nuove tecnologie associate allo schermo viene a crearsi un altro tipo di profondità che è addirittura esplorabile. Essenzialmente quest'esplorazione avviene secondo due modalità: una immersiva, l'altra di navigazione. La

dimensione immersiva è rappresentata dalle tecnologie di Realtà Virtuale (RV). L'utente si trova così, grazie a particolari strumenti – in primis l'Head Mounted Display– a essere immerso nella virtualità del cyberspazio. L'attraversamento completo della soglia schermica si compie proprio grazie allo strumento da indossare che porta l'utente a scordarsi del suo utilizzo ed esperire scenari a tre dimensioni oltrepassando la bidimensionalità dello schermo.

La seconda modalità attraverso cui si può leggere la profondità dello schermo, oltre questa della simulazione di ambienti 3D, è data dalla interfaccia a finestre multiple.

Grazie all'introduzione dell'interfaccia grafica (GUI – Graphical User Interface) il computer passa dall'essere una gargantuesca macchina funzionante tramite input eseguiti con bottoni, ad una poi una macchina di cui bisognava imparare il linguaggio, fino a diventare una macchina con cui *interfacciarsi* in maniera più naturale e intuitiva grazie alla sua traduzione del mondo tramite metafore visuali. Questa nuova modalità di comunicazione con la macchina, questo nuovo modo di relazionarsi ad essa è sempre più a misura d'uomo (Mazzoli e Boccia Artieri 1995). L'utente agisce sugli oggetti, può entrare in comunicazione con ciò che vede rappresentato nello schermo e questa rappresentazione è la traduzione in icone del mondo che l'utente conosce, riuscendo così a orientarsi e collegare un'icona alla sua funzione. Nel linguaggio command l'utente per far svolgere operazioni al computer doveva conoscere il suo linguaggio e computarlo, nell'interfaccia WIMP (windows, icons, mouse, pull-down menus) l'utente interagisce con la versione virtuale di ciò che vorrebbe comandare al computer. Si passa così dalla non dimensionalità dei bit sullo schermo, alla bidimensionalità rappresentata dalle icone virtuali.

Arrivando all'interfaccia a finestre multiple la sovrapposizione di finestre sul desktop crea una profondità di superfici che può venire navigata, quindi esperita, all'interno della quale l'utente può muoversi e svolgere operazioni

diverse in *luoghi* diversi. Tanto da poter definire lo schermo stesso come luogo in cui accadono cose

I would suggest that the screen is an exemplary instance of a surface that is 'a space in itself' [...] screens are surfaces that both offer a 'window' onto another world, and an interface that demands attention in and of themselves (Coleman 2013, p. 40)

Lo spazio dello schermo è quindi sia piatto che profondo e presuppone uno sguardo che sia frontale ma anche dall'alto, a seconda se si sta guardando cosa c'è oltre la *finestra* o se si stanno usando i tool della *scrivania*

Lo schermo del pc funziona sia come finestra su uno spazio illusorio, sia come superficie piatta corredata di titoli di testo e icone. (Manovich 2002, p. 123)

La navigazione al suo interno quindi può procedere, secondo la prospettiva di uno sguardo che osserva la profondità dello schermo, attraverso percorsi di senso definiti dall'utente che di volta in volta si troverà a muoversi tra i diversi piani attualizzandone qualcuno e lasciando gli altri sullo sfondo. Nel momento dell'attualizzazione di una finestra, quindi, lo sguardo si modifica e diventa sguardo dall'altro, prospettiva secondo cui l'utente osserva l'interfaccia e si muove compiendo azioni attraverso i suoi tool.

### 1.1.3 Eterni presente.

Nonostante il riferirsi al concetto di quadro come limite in termini di dimensioni spaziali, lo schermo non si presenta come tale esclusivamente a livello spaziale, ma opera anche a livello temporale. Il tempo nello schermo

potrebbe essere diverso da quello fuori dallo schermo, e potrebbe venire anche rappresentato diversamente a seconda di ciò che nello schermo compare. Ad esempio un'immagine immobile nonostante rimandi a una temporalità avvenuta e anche raffigurando un movimento, vive in una dimensione temporale a-processuale, che rappresenta una immobilità, una cristallizzazione che l'osservatore non potrà mai esperire. Il cinema invece

As a unique tool of modernity, the cinema freed its spectators not only from the bindings of material space but also from the bindings of time. The cinema spectator engages in the fluid temporalities of cinematic construction - flashbacks, ellipses, achronologies - as well as in time frames other than the spectator's moment in historical time (Friedberg 2009, p. 6)

Quindi il cinema in relazione al tempo porta (a) allo sdoppiamento tra tempo della fruizione e tempo della messa in scena, (b) ad esperire il tempo della narrazione tramite la contrazione del suo normale scorrere (c) ad osservare il movimento nel tempo attraverso salti tipo il flashback e il flashforward. Un'altra modificazione alla percezione del tempo, come sottolinea sempre Anne Friedberg, è data dall'organizzazione delle interfacce a finestre multiple e multitasking

The windows interface made it easy for the user to switch back and forth between two documents or two applications [...] produced a newly virtual representation of movement and a complex new experience of time, the instrumental base for multiscreen multitasking poses new questions about the computer user's experience of time. (Friedberg 2009, p. 233)

L'utente esperisce il tempo in maniera differente non solo perché le finestre multiple gli mostrano la contemporaneità di attività diverse che si svolgono nello stesso momento, ma anche perché si trova ad essere il *padrone* -

tramite i comandi dell'interfaccia - di questo tempo differente, che può essere fermato e fatto ripartire, può essere formato da frammenti di tempo differenti nel continuum temporale, e soprattutto è un tempo frammentato in attività che avrebbero avuto una successione e un luogo diversi e che invece vengono ricomposte in un solo luogo e in un eterno presente.

Sebbene siamo abituati a gestire una visione frammentata all'interno dello schermo (gli *split screen*) o ad accompagnare altre attività con la distratta fruizione di esso (come ad esempio cenare con la televisione accesa), una delle conseguenze più evidenti dell'avere la possibilità di sovrapporre più finestre che lavorano separatamente, è il progressivo lavoro in multitasking. Da una parte il multitasking è questa forma multi-finestra, dall'altra diventa una forma pervasiva che caratterizza l'esperienza umana contemporanea. La tecnologia che ci ha mostrato che è possibile fare più di una cosa contemporaneamente, ci ha anche mostrato come il tempo non debba seguire una linea temporale continua, il multitasking di certo impatta sulla nostra percezione del tempo. Per questo un'altra forma che assume è proprio in relazione ad esso, ovvero, non solo sappiamo di avere schermi differenti che trattano oggetti differenti, ma impariamo a gestire in modo differente il tempo, passando con un solo click da YouTube e un video di gattini alla pagina con il documento da scrivere per lavoro. La classica distinzione tempo del lavoro e tempo libero non solo non esiste più ma, dimostra la Friedberg utilizzando come esempio diverse pubblicità di computer portatili, viene incentivato il continuo passaggio da uno all'altro. Quindi l'interfaccia così organizzata modifica la rappresentazione virtuale dello spazio, del movimento in esso e l'esperienza del tempo. Il multitasking diventa una modalità pervasiva, messa in atto anche quando non ci relazioniamo a degli schermi, basti pensare all'essere al telefono mentre si cucina.

Non solo quindi eterno presente, ma più linee temporali contemporanee, tutte che si svolgono nello stesso momento – quello presente - : eterni presente.

#### 1.1.4 (In)Visibilità.

L'essere quadro e limite dello schermo, però, non viene sempre reso visibile completamente. Nel caso del cinema, ad esempio se è vero che lo sguardo sia indirizzato nella sua direzione è altrettanto vero che lo spettatore si dimentica dello schermo. Questa rimozione è una rimozione da una parte incoraggiata (a) dal luogo della fruizione che per le sue caratteristiche architettoniche porta lo spettatore a dimenticarsi che esista un fuori, (b) per la modalità di realizzazione del film, come ad esempio per ciò che concerne le pellicole di stampo hollywoodiano classico<sup>5</sup>; ma è anche una rimozione volontaria poiché al fine di godere in maniera totalizzante della narrazione lo spettatore arriva ad annullare sé stesso. Per Galloway infatti:

to be “cinematically” present to the world, to experience the pleasure of the movies, one must be a masochist. That is to say, to be in a relation of presence with the world cinematically, one must subject the self to the ultimate in pain and humiliation, which is nothing short of complete erasure. (Galloway 2012, p. 11)

Da ciò inizia a profilarsi un nuovo elemento caratterizzante lo schermo, ovvero il suo rispondere a una doppia logica di trasparenza e opacità. Descrivendo nello specifico, per trasparenza si intende un basso livello di intermediazione, difatti quando la Friedberg illustra il quadro rinascimentale

---

<sup>5</sup> Lo spettatore ha un punto di vista privilegiato che si sposta secondo il ritmo narrativo delle scene attraverso i movimenti di camera. Ciò fa sì che lo spettatore, secondo Bolter e Grusin (1999), si immedesima maggiormente con la narrazione.



descritto dall'Alberti come *finestra*<sup>6</sup>, non intende solo che essa sia una superficie che incornicia un dentro rispetto a un fuori, ma anche che questo fuori venga fruito in maniera più diretta possibile assumendo il punto di vista del fruitore e costruendo l'immagine così come apparirebbe guardando fuori da una finestra, ovvero senza mediazioni. Difatti come sottolineano Bolter e Grusin (2002) gli studiosi di prospettiva lineare ambivano all'immediatezza tramite la trasparenza.

Quando invece si parla di opacità dello schermo, si intende sottolineare la sua presenza fisica e le logiche di funzionamento che sono visibili ma alle volte difficilmente penetrabili<sup>7</sup>.

Sempre per dirla con Bolter e Grusin (2002) l'immediatezza è uno dei due aspetti della rimediazione, caratteristica particolarmente evidente nei media digitali. La rimediazione è l'operazione che un nuovo medium svolge quando emerge, consiste nel suo tentare di assorbire i linguaggi dei media che lo hanno preceduto e in questo modo darne una rappresentazione; dal canto suo il sistema tecnomediale viene perturbato dall'irritazione introdotta e cerca di modificarsi, adattarsi, per mantenere l'equilibrio. Ad esempio un sito web contenente testi o immagini rimedia il libro<sup>8</sup>, un videogioco può rimediare un film<sup>9</sup> - e viceversa - e così via. La rimediazione opera anche in relazione con opacità e trasparenza e gli autori si muovono dall'assunto per cui:

---

<sup>6</sup> Leon Battista Alberti nel suo scritto *De Pictura* afferma che bisogna guardare al quadro dipinto come se si guardasse attraverso una finestra aperta.

<sup>7</sup> Si pensi, ad esempio, alle stringhe di codice che compongono un software.

<sup>8</sup> Allo stesso modo in cui proprio il libro di Bolter e Grusin cerca di rimediare l'ipertesto, introducendo salti tematici da un capitolo all'altro con l'inserimento di un'icona che indica il numero della pagina a cui è possibile trovare il contenuto nello specifico o un altro tipo di collegamento.

<sup>9</sup> Gli autori citano *Myst* e *Doom* come esempi di videogiochi che rimediano il cinema in maniera così efficace e evidente da venire chiamati film interattivi.

La cultura contemporanea vuole allo stesso tempo moltiplicare i propri media ed eliminare ogni traccia di mediazione: idealmente, vorrebbe cancellare i propri media nel momento stesso in cui li moltiplica. (Bolter e Grusin 2002, p. 29)

Il che sottende un desiderio di trasparenza che a che fare con un'accezione positiva di questo concetto: trasparente è chi, ad esempio, non ha nulla da nascondere e se qualcosa viene nascosto significa che ci sono delle zone d'ombra da interpretare come "oscurità" del sapere che invece, specialmente in quest'epoca, l'utente pretende libero e facilmente accessibile<sup>10</sup>.

Tuttavia in questo caso per trasparenza si intende di preciso l'immediatezza dell'esperienza di fruizione che si ha ogni volta che il medium - digitale - cerca di

cancellare se stesso, in modo tale che lo spettatore possa stabilire lo stesso legame con il contenuto veicolato come se si stesse confrontando con il medium originale. (Bolter e Grusin 2002, p. 73)

In realtà accade spesso che questo tentativo da parte del medium di annullarsi fallisca a causa di dettagli necessari e strutturali - come bottoni su cui premere il mouse. Nonostante ciò il fine ultimo è quello della

---

<sup>10</sup> Interessante pensare a come l'epoca che maggiormente ci ha convinti di avere a disposizione qualsiasi informazione a portata di un click, che tutto sia ricercabile e rintracciabile, che l'informazione insomma circoli libera e la trasparenza sia fondamentale è la stessa che mette in atto nella struttura dei mezzi che permettono tutte queste operazioni, un elevato grado di opacità. Su questo tema si veda A. Galloway, *The Interface Effect*, Polity Press (2013)

trasparenza così che l'utente fruisca dell'oggetto mediale nella maniera più diretta e naturale possibile<sup>11</sup>.

Allo stesso tempo è altrettanto vero che nella cultura contemporanea si subisce una forte fascinazione dalla performatività dei media e quindi si venga appagati anche dal poterne osservare le tracce, riconoscere i processi e le forme<sup>12</sup>.

Dove l'immediatezza suggerisce uno spazio visuale unificato, l'ipermediazione ne offre uno eterogeneo [...] moltiplica i segni della mediazione e in questo modo cerca di riprodurre nella simulazione la ricchezza sensoriale dell'esperienza umana. (Bolter e Grusin 2002, p. 59)

Nelle tecnologie di simulazione, secondo Boccia Artieri in *Lo sguardo virtuale* (1998), è possibile rintracciare due livelli della stessa, uno che viene chiamato *di superficie* e uno che viene chiamato *di profondità*.

Il primo livello ha a che fare con le interazioni permesse dalle interfacce tra un individuo e un ambiente artificiale. Le interazioni assumono le caratteristiche che avrebbero avuto se avessero avuto luogo in un ambiente naturale, ciò reso possibile dagli strumenti che permettono al corpo dell'individuo di entrare (fino ad immergersi nel caso della RV) nell'ambiente virtuale, per fargli svolgere azioni che svolgerebbe *similmente* nel quotidiano fuori dallo schermo<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> L'esempio principe di questa logica è quello della RV, nella quale il medium sembra sparire completamente e l'utente vive un'esperienza immersiva.

<sup>12</sup> Un esempio sono i videogiochi per cui nonostante il gioco sia più coinvolgente se il giocatore si immedesima con il personaggio e viva un'esperienza che sembri diretta, allo stesso tempo gli indicatori e le icone che si moltiplicano o la possibilità di dividere lo schermo secondo più angolazioni rispondono appunto a una logica di ipermediazione.

<sup>13</sup> Si pensi a *Siri*, il software di iOS che fa da *assistente digitale* attraverso l'attivazione di comandi vocali a cui il software risponde simulando un dialogo con l'utente. Questa condizione simulativa viene portata all'estremo nel distopico film di Spike Jonze *Her*

Il secondo livello ha invece a che fare con la simulazione del modello, che riguarda la contingenza del virtuale che viene attualizzato nel livello di superficie. Questo livello ha a che fare con la stretta autoreferenzialità delle immagini prodotte dalla macchina che risponde a propri algoritmi.

Nel passaggio da uno all'altro livello emergono la dimensione di attualizzazione (quando dal livello di profondità si passa a quello di superficie) e di virtualizzazione (quando dal livello di superficie si passa a quello di profondità), facendo sì che nella macchina queste due dimensioni siano coalescenti.

Ma a livello profondo c'è il carattere di *virtualità* della simulazione, di stretta autoreferenzialità delle immagini prodotte, di necessaria autonomia dei percorsi algoritmici compiuti. A livello profondo la macchina non nasconde l'inganno ma cela piuttosto una indistinguibilità tra vero e falso, uno stato per il quale il giudizio di realtà diviene semplicemente inassegnabile. L'inganno, se inganno c'è, è in superficie, è evidente, è implicito nel gioco di interazione tra uomo e macchina che è già di per sé, in quanto gioco, una simulazione. Una simulazione che contiene una simulazione, quella della macchina: simulazione di simulazione. (Boccia Artieri 1998, p. 159)

Quindi, se la simulazione in superficie è visibile ed appare ad esempio come *scrivania* su cui lasciare delle *cartelle*, ha contemporaneamente e necessariamente anche un livello che non si mostra, che si cela dietro la trasparenza, quello profondo che permette alla simulazione di avere luogo.

A questo proposito Bolter e Gromala (2003) nell'investigare le superfici schermiche contestualizzano il concetto di trasparenza e opacità in relazione

---

(2013), in cui il protagonista, dando l'accesso ai suoi dati al suo sistema operativo e aiutandone il perfezionamento attraverso l'interazione giornaliera arriva a sviluppare un'affezione di tipo sentimentale per lo stesso.

alla teoria e alle tecniche dell'interactive design. Gli autori sostengono che nel disegnare l'interfaccia per un prodotto digitale interattivo l'attenzione debba focalizzarsi su quanto e quando far emergere la presenza dell'interfaccia (e quindi della mediatizzazione) e quando invece renderla invisibile.

The essence of the GUI interface, for example, is controlled oscillation. [...] One window in isolation is meant to be transparent, to show the user data that it contains [...] multiple windows on the screen can be stacked or overlapped. At any time, the user can call any window forward and make it the focus of the interaction, and that action of calling the window forward (by a click of the mouse) requires that the user acknowledge the interface, at least momentarily. For a moment, she must look at the interface, at the stack of windows, and select one, and in that moment the window is no longer completely transparent. It is not only a view of the data, but also a tool to help the user organize her information. (Bolter e Gromala 2003, p. 68 - 69)

In questo modo visibilità e invisibilità non vengono sottolineate esclusivamente come caratteristiche dell'interfaccia, ma anche delle singole finestre che una alla volta vengono rese visibili o nascoste. Il nascondere, farle passare in secondo piano non significa farle scomparire o annullare. Le finestre in secondo piano sono solo non attualizzate in quel momento, andando a comporre quella profondità della superficie nel virtuale di cui abbiamo accennato in precedenza.

A proposito di questo funzionamento delle interfacce la critica che Anne Friedberg (2006) riporta è proprio nei confronti della traduzione dei comandi che sembra rendere palese e maggiormente accessibile il computer ma che in realtà ne nasconde il meccanismo e quindi il funzionamento. L'interfaccia maschera il funzionamento, visivamente doppia il mondo e copre la realtà. Il paragone in chiave cinematografica che viene fatto è che sia Mac os che Windows operino come i film nella produzione classica di

Hollywood, nascondendo gli artifici tecnici e restituendo un'immagine artificiosa della realtà, mentre Linus os viene paragonato a un film indipendente o d'avanguardia in cui alcuni meccanismi tipici del dispositivo cinematografico vengono palesati, mettendo così in scena un'autoriflessione.

Tuttavia quando si parla di simulazione, sebbene questo concetto abbia significati molteplici dovuti anche ai contorni incerti della sua definizione, non bisogna coglierne una opposizione con il reale, perché così facendo si relega la simulazione sul piano della menzogna che invece non è la falsa versione del reale bensì una sua traduzione con altri segni (Baudriallard 1981). La natura dell'oggetto simulato non è una natura ingannevole o falsa, esso è la versione artificiale della realtà. Cercando di spiegare meglio attraverso la presa in prestito di un esempio da Boccia Artieri (1998)

I segni sulla carta geografica – le montagne, i fiumi, le strade – mantengono un collegamento stretto con il referente “reale”: quel segno blu che attraversa l'Emilia Romagna e finisce nel mare Adriatico è il fiume Po. [...] È questa la simulazione segnica del reale, di ciò che è vero, ma secondo un principio di verità che ci ricorda che in fondo la mappa non è il territorio, che lo è solo per finzione. (Bocci Artieri 1998, p. 154)

## 1.2 Fuori dallo schermo.

Nell'esaminare la superficie schermica ci siamo soffermati in maniera particolare su cosa accadesse oltre di essa, o dentro di essa, per via del suo aprirsi al virtuale. Ma proprio in quanto soglia, o in quanto finestra, essa necessita per venire significata di uno sguardo che sia dalla parte che definiremmo *del reale*. Nel dominio del reale c'è l'individuo, che può essere spettatore, fruitore, utente ma al di là di quella che possa essere la sua funzione egli è un corpo. Carne e sangue che, se non in qualche prodotto della cultura cyberpunk, mal si legano con la fredda superficie della

macchina. Una fisicità che sembra irriducibile, o ingombrante – a seconda dei punti di vista – che se tenta di oltrepassare lo schermo viene pensata come sminuita, ridotta. Infatti il concetto di finestra implica una barriera tra l'osservatore e l'osservato, si pone come condizione affinché vi sia una separazione tra il soggetto osservante e il mondo che viene osservato; facendo questo pone il mondo come “messo in scena” (Baudrillard 1994) e implica il progressivo allontanamento del soggetto dal partecipare al mondo - che caratterizza proprio l'ascesa della modernità. Dietro la finestra il soggetto diventa spettatore e il mondo diventa spettacolo piuttosto che oggetto di visione. Questo punto di vista ben si sposa con l'idea di *vetrinizzazione della società* per cui tutto viene messo in mostra, in scena, dietro schermi che interpretano la logica del capitale e rendono qualsiasi cosa dentro di loro alla stregua di una merce (Codeluppi 2013).

L'analisi della realtà dello schermo da questo punto di vista è territorio degli studi sulle audience che si sono concentrati sugli effetti dei mezzi sul pubblico e sulle risposte quindi che il pubblico dà in relazione ai diversi schermi che fruisce. Nell'esempio riportato da Anne Friedberg (2006) riguardante la reazione alla proiezione del treno che arriva alla stazione, si sottolinea quello che lei chiama il *paradosso della spettatorialità*. Che ha a che fare non solo con la tensione tra l'immobilità dello spettatore e la mobilità dell'immagine, ma anche tra la materialità del luogo cinema e la virtualità dell'oggetto in movimento.

Nel tentare di trovare una sintesi tra queste due istanze, l'autrice cerca di investigare in che luogo si trovi davvero lo spettatore durante la fruizione di un film.

The answer might be something like: *in a subjective elsewhere, in a virtual space, in a virtual time.* (Friedberg 2006, p. 178)

Per poi cercare di approfondire secondo l'approccio psicoanalitico, che vorrebbe descrivere questo luogo come il luogo dell'immaginario, in cui attraverso le caratteristiche del mezzo cinematografico (proiettore, sala buia, schermo) lo spettatore verrebbe fatto regredire allo stadio lacaniano dello "specchio". Per quanto riguarda l'approccio fenomenologico, invece, il cinema renderebbe impossibile il distacco tra lo spettatore e l'atto della fruizione delle immagini poiché il cinema viene visto come una forza che induce alla partecipazione totalizzante. L'approccio della Kulturkritik sottolinea la presenza di due luoghi: uno definito spazio (Raum) e una superficie (Oberfläche), facendo così emergere la tensione tra la profondità e lo schermo. E con questa contrapposizione il cinema in qualche modo aumenta nello spettatore il senso dello spazio (Raumgefühl), mostrandoglielo su una superficie piatta. Infine, da un punto di vista strettamente legato all'architettura della sala, la quale è costruita per suggerire di concentrarsi focalizzando l'attenzione su ciò che viene mostrato sullo schermo, lo spettatore dimentica la sua posizione fisica reale, viene cullato nell'immaginario, sebbene la fisicità dello schermo suggerirebbe l'opposto.

A proposito della fisicità dello schermo e dello spazio che esiste fra questa e lo spettatore è interessante citare - dall'opera di Kate Mondloch (2010) - l'installazione *Ping Pong* (1968) di Valie Export. Essa è costituita dalla proiezione sul muro di un rettangolo bianco e dalla dotazione allo spettatore di una racchetta e una pallina da ping pong. Lo spettatore si trova ad interagire lanciando la pallina contro quello che è lo schermo e sottolineando così che la materialità dello schermo grazie alla quale la pallina torna indietro e dall'altra parte significando con l'azione lo spazio tra lo spettatore e la superficie che generalmente nella fruizione risulta scomparire. Rivelando la tendenza istituzionalizzata al focalizzarsi esclusivamente su ciò che viene mostrato nello schermo senza valorizzare lo spazio in cui lo spettatore si trova in quel momento. Spazio che invece in



questa installazione da vuoto passa a riempirsi di significato e anzi ad essere decisivo ai fini dell'azione. Così facendo allo spettatore si rende evidente la rilevanza del luogo di fruizione di un mezzo. Ciò che rimane fuori dallo schermo è inteso non solo come rilevante poiché caratterizzante il media stesso ma anche in quanto spazio di azione dell'individuo.

Questo spazio esterno allo schermo, che per opposizione a quello virtuale oltre di esso possiamo definire reale, è nella maggior parte dei casi caratterizzato da una immobilità dello spettatore. Difatti perché si verifichi la perfetta fruizione dell'immagine, o l'immersione nel caso del cinema di cui abbiamo già parlato, lo spettatore deve necessariamente essere immobile di fronte alla superficie di rappresentazione. Anche se con il cinema emerge un nuovo paradigma della rappresentazione in cui viene rappresentato il movimento esso allo stesso tempo viene confinato allo schermo. È previsto per lo spettatore che egli rimanga immobile. Sebbene con l'avvento del cinema moderno lo sguardo dello spettatore grazie a particolari movimenti di camera diventi *sguardo virtuale mobilizzato*, il suo corpo deve necessariamente essere immobile e anzi è proprio tramite questa immobilità (o annullamento) che lo spettatore trae maggiore godimento durante la fruizione. Solo gli occhi, solo lo sguardo, si spostano assieme alla cinepresa che gli offre costantemente il punto di vista preferenziale.

Il monitor associato al regime di visione definito dalle immagini in tempo reale, pone le basi per quel nuovo spazio chiamato Realtà Virtuale in cui

Diversamente dal cinema, in cui la cinepresa mobile si sposta indipendentemente dallo spettatore (immobile), qui lo spettatore deve davvero muoversi nello spazio fisico per sperimentare il movimento nello spazio virtuale. [...] Per guardare lo spazio virtuale bisogna necessariamente guardare lo spazio fisico. Per avanzare "virtualmente" è necessario avanzare effettivamente. Lo spettatore non è più incatenato, immobilizzato,

anestetizzato dall'apparato che gli serve delle immagini belle e pronte; adesso deve agire. (Manovich 2002, p. 147)

Nonostante queste nuove forme di mobilità, di relazione con lo schermo e con ciò che vi è rappresentato che per la prima volta può essere *esperito*, in qualche modo agito se non modificato, il corpo dell'utente deve necessariamente restare collegato alla macchina, non si può allontanare da essa se non di pochi passi. L'interazione viene resa possibile dallo sviluppo di strumenti che però sono dipendenti dallo spazio dello schermo e questa necessaria vicinanza limita di molto la mobilità dell'utente. Infatti, anche se capace di impartire comandi ed immergersi nella RV, passando così da osservatore passivo a soggetto attivo che incide direttamente sulla realtà rappresentata, non è però possibile svincolarsi più di tanto dal luogo in cui è posizionato lo schermo degli strumenti che rendono possibile accedere al suo spazio virtuale – che si tratti di mouse o di casco per la RV-.

L'immagine, dal canto suo, non è più un'istanza da osservare ma diventa spazio in cui entrare e muoversi, uno spazio virtuale. Maggiore immersività si desidera e maggiormente la superficie schermica dovrà scomparire per lasciare che l'illusione dell'ingresso in un luogo si compia. Al tempo stesso, tuttavia, lo schermo si pone così come barriera, che appunto *scherma* dal mondo che mette in scena, ma anche dalle potenzialità del mondo reale distante dallo schermo.

as film spectators, as television viewers, as computer users, we are immobile in front of screens full of images and sounds. Facing a screen, the spectator/viewer/user is caught in a phenomenological tangle - twin paradoxes - of mobility and immobility (the mobility of images; the immobility of the spectator) and of materiality and immateriality (the material space of the theatre, domicile, or office and the immateriality of the cinematic, televisual, or computer image. (Friedberg 2006, p. 150)

Solo di recente, come vedremo, la condizione dello spettatore e dello schermo cambia radicalmente grazie all'introduzione del movimento, anche per quanto riguarda l'individuo che si disancora dalla necessità di avere un luogo deputato all'uso dello schermo e aumentano così gli spazi e le modalità con cui il virtuale schermico – con tutto ciò che ne consegue - viene attualizzato nel quotidiano.

### 1.3 Frammenti e schegge.

Descrivendo lo schermo come limite, come abbiamo visto, esso opera due tipi di frammentazioni: quella spaziale e quella temporale. Per quanto riguarda lo spazio, da un lato lo schermo - che lo si chiami finestra, che lo si chiami cornice - rappresenta un frammento di virtualità inserito nell'ambiente che abitiamo. Il quadro apre ad altro, il cinema crea le condizioni di immersione in altro, la televisione nelle nostre case ha cambiato la disposizione dell'arredo per rendere fruibile quello che appare come un flusso potenzialmente continuo, ininterrotto di contenuti, il computer non ha che amplificato tutto questo fino alle nuove forme di dispositivi mobile.

Abbiamo poi anche esaminato l'implicazione dello schermo nella percezione del tempo.

La frammentarietà spaziale e temporale data dal moltiplicarsi e sovrapporsi di finestre sullo schermo inaugura un nuovo regime visuale. La cornice segna una netta distinzione, traccia una distanza *ontologica* tra il luogo in cui lo schermo si inserisce e ciò che vi è rappresentato all'interno, lo sguardo è catturato entro i confini dello schermo. Non si tratta solo di una separazione in termini di spazio materiale e immateriale, ma anche in termini di tempo.

A “windowed” multiplicity of perspectives implies new laws of “presence” - not only here and there, but also then and now - a multiple view - sometimes enhanced, sometimes diminished - out the window. (Friedberg 2006, p. 4)

Con la cultura convergente lo schermo pervade la nostra esperienza quotidiana, diventa parte integrante di edifici, di oggetti, ci permette di ricevere immagini, che compaiono come altri schermi, in cornici di tempo e di spazio frammentate. Fenomeno che si acuisce con l’interfaccia a finestre multiple

The “graphical user interface” (GUI) transformed the computer screen from a surface with glowing symbols and text to one which displayed icons and, later, digital images. The GUI display introduced an entirely new visual system - a text or image in one “window” meeting other texts or images in other “windows” on the same screen. (Friedberg 2006, p. 193)

Abituarsi a questa molteplicità di frammenti che esistono quanto schegge di significato singolo, con proprio spazio e temporalità, ma che hanno anche senso nell’insieme unificato dallo schermo, ha portato a forme espressive nuove, forme organizzative del visibile da noi fruito ovvero diversa gestione dello sguardo

In the short span of the last two decades, the introduction of computer-generated images and digital display technologies has radically transformed the space of the screen [...] make it easier to conduct cut-ups and collages, to construct seamless substitutions and simulation effects, but also ease the use of inset framing devices, to facilitate multiple “windowed” screens. (Friedberg 2006, p. 193)

La percezione del molteplice che si ha grazie alla cifra della frammentarietà, per Anne Friedberg (2006) è post-prospettiva, poiché non rispetta più la regola dell'unica immagine fissa e centrata in una cornice; è post-cinematica dato che non viene più proiettata su uno schermo in un movimento fluido e continuo, ed è di certo post-televisiva perché non risponde più al modello unidirezionale di mittente-ricevente.

Possiamo osservare una declinazione di questa tendenza in produzioni televisive fiction come *24 di fox*, in programmi di approfondimento politico come *Ballarò* quando si incontrano politici di schieramenti diversi<sup>14</sup> oppure in numerosi film – tra cui *The Tracey fragments* (2007) che mostra la mente ciò che accade a una adolescente disturbata mostrando più punti di vista esterni, quello psicologico, quello del sogno tutti rappresentati da frammenti contemporaneamente sullo schermo<sup>15</sup>.

L'interfaccia a finestre multiple sottolinea ancor di più questa estetica del frammento: la molteplicità delle finestre sancisce la fine di un'esperienza unica limitata al bordo dello schermo, si muove invece in direzione di un'esperienza unificata dallo schermo, dentro il quale si appoggiano uno su l'altro o sparpagliano, luoghi e tempi differenti.

the computer “window” referred not to the full expanse of the computer screen, but rather to a subset of its screen surface [...] The computer “window” shifts its metaphorical hold from the singular frame of perspective to the multiplicity of windows, frames within frames, screens within screens. (Friedberg 2006, p. 2)

---

<sup>14</sup> E la doppia inquadratura sta a sottolineare l'opposto punto di vista e la tensione del confronto diretto (Bolter e Grusin, 2006)

<sup>15</sup> Essendo il frammento un componente chiave alla base della remix culture di Internet il regista e il produttore, in linea con lo Zeitgeist, hanno pubblicato in Creative Commons tutto il materiale girato rendendolo disponibile ai fan perché producessero un nuovo girato. Il nome del progetto è *Tracey Re:fragmented*.

Tutti questi schermi sono le tessere, o frammenti, che vanno a comporre l'esperienza del quotidiano e che popolano quotidianamente la nostra esperienza. La simultaneità di differenti tempi e differenti luoghi permette giornalmente di esperire la contingenza. Gli schermi in questo senso sono frammenti di possibilità che aprono al molteplice, indispensabili per la costruzione del senso nella cultura contemporanea dove il digitale sembra aver tradotto tutto in bit, che sono poi frammenti di lunghe catene di codice binario.

Se lo schermo rappresenta la nostra cultura e la nostra realtà, se è quindi specchio che riflette ciò che siamo è facile cadere nella tentazione di considerare questa frammentarietà come causa ed effetto di uno specchio che si è frantumato. La nostra immagine appare deformata come i ritratti cubisti, mostrandoci molti lati di sé ma tutti in piano senza approfondire. Per questo il frammento può diventare temibile se viene visto come scheggia: sintomo di rottura non voluta, potenzialmente affilato e pericoloso.

Per questo nella frammentarietà e moltiplicazione di finestre, Sherry Turkle nel suo *La vita sullo schermo* (1996) asserisce come la forma a finestre multiple del computer porti alla produzione di un'identità *distribuita* poiché le differenti finestre permettono di posizionarsi in spazi, contesti, momenti diversi nello stesso momento l'identità online si compone da tutti questi frammenti che potrebbero anche entrare in contrasto tra loro.

Il sé frammentato come pericolosa ridefinizione psicologica del sé viene rintracciata come causata dal moltiplicarsi degli schermi e dei luoghi in cui l'identità verrebbe agita. L'approccio determinista dell'autrice si discosta di molto da quanto in questa sede si vorrebbe affermare, per questo motivo in conclusione a questo capitolo si riporta una riflessione sul paradigma sotteso per esplicitare il modo in cui questo percorso è stato pensato e costruito.

## 1.4 Lo schermo nella deriva.

Nel quadro teorico delle scienze sociali che si sono occupate di comunicazione e media, lo schermo, come abbiamo visto, viene definito metaforicamente, spesso come *finestra* (Bolter e Gromala 2003; Friedberg 2009), come *porta* (Mondloch 2010), come *cornice* (Deleuze 1983, Riccio 2013) e utilizzato come *parte* per riferirsi a un *tutto* più ampio<sup>16</sup> - si pensi ad esempio, anche al linguaggio comune, quando con la formula “piccolo schermo” si intende la televisione -; come se l’oggetto sfuggisse a una descrizione puntuale, priva di allegorie. In questo modo esso viene significato come subordinato alle forme che lo ricordano o alla tecnologia che se ne serve.

Se da un lato è vero che gli schermi sono strumenti grazie a cui si fruiscono contenuti di determinati mezzi di comunicazione, è altrettanto vero che non sviluppare una riflessione cercando di scindere - per quanto possibile - lo schermo dal medium che accompagna lo relega gnoseologicamente ad un ruolo secondario - cioè quello di mero strumento accessorio. Per questo, sebbene il contributo di Lev Manovich nella ricostruzione di una genealogia degli schermi sia fondamentale per fare il punto su molte delle caratteristiche dello schermo, questa visione frammentata tra *schermo classico*, *schermo moderno* e *monitor* sembra essere manchevole del momento di sintesi, o meglio, ricomposizione di tutte le tessere che compongono ciò che lo schermo è in sé.

Un’alternativa a questa lettura, che però non si discosta da essa profondamente, è rappresentata dall’osservare lo schermo come macchina di rimediazione (Perna 2013) per dirla con Bolter e Grusin. Ma anche in questo caso, sebbene l’approccio della rimediazione offra molti spunti di

---

<sup>16</sup> Come nel caso del testo di Rebecca Coleman *Transforming Images: Screens, affect, futures* (2013) dove con “schermo” l’autrice intende in realtà il format che ha luogo all’interno dello schermo e le modalità con cui il avviene la sua rappresentazione.

riflessione, esso riguarda nello specifico il monitor nell'era della convergenza, nuovamente fornendoci una fotografia del momento in cui un particolare tipo di schermo, il monitor appunto, oggi si trovi. Ancora una volta l'idea di schermo si materializza in una sua forma e viene descritta come un meta-schermo in cui tutte le sue forme precedenti collassano grazie alla digitalizzazione. Ma è appunto osservandolo nella lente dei media digitali che si arriva a questa formulazione. Ai fini sopra elencati è necessario descrivere questo approccio ma non sufficiente per giungere alla formulazione di schermo a cui questo scritto ambisce, poiché la sua comprensione totale non può basarsi su una sua forma contingente. Ciò che è certo è che questa forma in particolare si avvicina di molto a quella che si vorrebbe spiegare, poiché vi si ritrovano all'interno molte delle caratteristiche emerse nel tempo, ma da sola non è sufficiente per descrivere gli schermi che vengono rimediati ma che continuano ad esistere, perturbati, fuori dal computer, né descrive con precisione cosa il monitor sia prendendo in considerazione nuovamente un processo che non è una proprietà caratteristica dello schermo, ma di tutti i media nel loro divenire, ed è appunto una delle forme che lo schermo avrebbe potuto assumere.

Per questi motivi, dopo aver esaminato la letteratura disponibile al riguardo, l'approccio che è sembrato più appropriato è stato quello legato all'osservazione dello strumento nella sua deriva tecnologica, che significa

affrontare il problema della tecnologia (ricomprendendo così come caso particolare quello della tecnologia della comunicazione - tecnomedia) secondo un approccio evolutivo capace di fare chiarezza circa il senso del progresso tecnologico e le sue implicazioni sulle dinamiche comunicative in un modo non disancorato dal sociale e dal suo contenuto cognitivo. (Boccia Artieri 1998, p. 85)



Lo schermo viene quindi preso in considerazione nel suo essere possibilità, e queste possibilità sono state attualizzate nel tempo secondo diverse forme, quella del cinema, della televisione e così via. Ma tutte queste forme non sono che attualizzazioni di possibili caratteristiche che lo schermo comprende, e che vengono rese visibili nel suo impiego in un mezzo piuttosto che in un altro. Per coglierlo nella sua totalità, invece, è necessario osservarlo con nuovi occhi, o meglio, attraverso un nuovo sguardo che comprenda la poliedricità del virtuale. Che contempra la molteplicità non separandola in singoli fenomeni, ma che la accetti come simultanea, cogliendo la doppia logica di attuale e virtuale. Adottare questo tipo di sguardo, significa comprendere la realtà in maniera differente, unificata ma non schiacciata. Lo *sguardo virtuale* (Boccia Artieri 1998) è quello sguardo che riesce a scorgere nel limite la possibilità, dove l'eccedenza viene ricompresa e significata, dove cioè che non si attualizza non viene escluso dalla vista ma reincorporato in essa come momento che potrebbe verificarsi. Uno sguardo che coglie il movimento dei piani che si sovrappongono e si concatenano, rimandano uno all'altro senza necessità ma attraverso la sfida del possibile.

Ciò che ci prende e ci turba di tutta questa serie di fenomeni connessi a tali tecnologie è come sia sempre più presente ai nostri occhi una realtà che eccede se stessa e che richiede un nuovo modo di guardarla e di comprenderla. Uno sguardo *virtuale* che la segua nella sua mutevolezza circostanziale piuttosto che fissarla in un'osservazione statica. Uno sguardo circolante e in movimento (Boccia Artieri 1998, p. 168)

Accettare di incorporare la possibilità significa osservare l'oggetto schermo come sì un *quadro* che limita, ma questo limite riconoscerlo come generativo, come apertura ad altro e non sono in termini di spazialità e temporalità che definiscono il virtuale al quale lo schermo ci fa accedere,

ma come forme che lo schermo può prendere. Dove per forme si intendono funzioni, caratteristiche, usi che di esso possono venir fatti e potranno venir fatti nell'evoluzione pensata attraverso un paradigma tecnosociale.

Il che implica osservare lo schermo nella sua deriva tecnologica, ovvero, intenderlo come un fattore che innesca delle possibilità tenendo in considerazione da un lato il sistema tecnomediale che ha influenzato il suo manifestarsi e che con la sua apparizione si ha innescato trasformazioni interne e dall'altro gli usi sociali che a loro volta hanno mostrato nuove possibilità per lo schermo da come era pensato originariamente e sono stati dalla sua presenza modificati per via della mediatizzazione.

Accettare la discontinuità vuol dire accettare che non ci sia nessun tipo di necessità tra la scienza innovatrice e la tecnologia che viene alla luce, né che i comportamenti umani possano venire plasmati dalla tecnologia in direzione unidirezionale come se l'individuo fosse fatto di una materia modellabile e perdesse di fronte alla tecnologia senso critico e specificità. Per questo motivo tra scheggia e frammento l'opinione di chi scrive predilige il secondo, che se da un lato ha la sua forma e da forma (quella frammentata, appunto) allo stesso tempo viene impiegato in maniera creativa per costituire mosaici su superfici di *mille piani* (Deleuze e Guattari, 1980).

Sottolineare le modalità creative di impiego e le interpretazioni d'uso che la componente umana realizza attraverso l'oggetto implica l'accettazione di un elevato grado di imprevedibilità insito nello stesso. Per questo tracciare un percorso lineare e deterministico non sembra sufficiente. Bisogna sempre tenere presente anche ciò che non si vede ma che potrebbe manifestarsi, se non altro perché il virtuale non è sinonimo di tecnologia digitale ma di rinvio di senso e con ciò ha una sua fondatezza ontologica. Il virtuale è in quanto possibile altrimenti, la sua essenza è nel continuo rinvio del senso.

Lo schermo appare come forma perturbativa e non determinativa sia per le relazioni sociali che dentro di esso e attraverso esso si strutturano, sia per

il sistema dei tecnomedia che si aggiustano di conseguenza in modalità coevolutiva.

Per approfondire con chi meglio ha espresso il concetto di deriva tecnologica in un'altra sede:

Deriva tecnomediale significa che c'è co-evoluzione tra tecnomedia e società: in un gioco di accoppiamenti i tecnomedia determinano (in modo non necessario ma contingente) le forme della relazione sociale, gli orientamenti (modi) comunicativi dei soggetti e la comunicazione nella sua forma *pura*; così come fattori economico-sociali, modificazioni comportamentali, usi e modalità di consumo determinano (anch'essi contingentemente) l'evolvere tecnomediale. (Boccia Artieri 1998, p. 113)

Si possono per questo rintracciare due livelli, o quadri per usare termini dell'autore, uno chiamato *quadro hardware* e uno *quadro software*. Il primo è relativo alla tecnologia in senso stretto, con le sue affordance e la sua posizione nel panorama tecnomediale, il secondo è connesso agli usi che il sistema sociale mette in pratica. Dall'intreccio di questi due livelli si creano perturbazioni che modificano l'uno e l'altro insieme al fine di raggiungere entrambi continuamente un nuovo equilibrio attraverso la vicendevole irritazione tramite le variazioni.

Si era accennato all'inizio di questo percorso che lo schermo funzionasse secondo le logiche del virtuale, e che anzi fosse del virtuale la più evidente materializzazione. Si è cercato quindi, attraverso i punti utili alla trattazione della pratica presa in esame in questo elaborato, di evidenziare come

- (a) lo schermo si componga di contrari quali: la visibilità e invisibilità, la contemporaneità di eterni presente, il piano e la profondità
- (b) lo schermo stesso sia paradossale in quanto è sia limite che generativo di possibilità, esattamente come il paradosso è per il pensiero umano un limite che genera uno scarto conoscitivo, una

tensione verso qualcosa di cui avvertiamo la presenza ma che con difficoltà riusciamo a cogliere<sup>17</sup>.

Per superare quelle che sembrano coppie dalla coesistenza impossibile, è necessario osservare lo schermo tramite appunto lo sguardo virtuale. Per il quale esso incorpora su di sé la virtualità che comporta

che le cose, i corpi, i fatti [...] incarnano l'arte di permutazione e ricombinazione, che si prelude a nuove attualizzazioni, che sono sempre possibili altrimenti e che tale stato è oggi più che mai visibile e percepibile grazie ai percorsi aperti nei media-mondo:

- in altri tempi: differimento/tempo reale
- in altri luoghi: delocalizzazione/rilocalizzazione
- in altri modi: dematerializzazione/sintetizzazione (Boccia Artieri 2004, p. 102)

Così lo schermo ne emerge come ente a sé stante, riunificante tutte le caratteristiche emerse senza che le dicotomie appaiano impossibili, ma anzi ne siano proprio la cifra caratteristica che sottolinea proprio il suo essere incubatore di virtualità. In questo modo si supera anche la tensione che diversi autori citati rintracciano attraverso la questione della trasparenza, poiché essere trasparente per lo schermo non è restituire al massimo grado di chiarezza ciò che vi è mostrato, semmai è l'adattarsi alla forma che in quel momento assume proprio perché incorpora il concetto di virtualità

incorporando la *virtualità*, cioè il modo di osservazione della scienza, sicuramente rende "trasparente" il mondo, ma non nel senso che ci si possa guardare attraverso, che tutto diventi chiaro e comprensibile. Non è la

---

<sup>17</sup> In particolare ci si riferisce al paradosso nel pensiero di Kirkegaard, che vede nella fede la sola via di accettazione del paradossale e in questo modo l'apertura verso il razionalmente incomprensibile.

trasparenza di un vaso di vetro ma piuttosto quella di una pellicola per alimenti che avvolge gli oggetti, esaltandone le forme e le asperità. La stessa superficie di pellicola può avvolgere oggetti diversi e quindi ogni volta assumere nuove forme, mostrarsi sempre in altro modo. (Boccia Artieri 1998, p. 169)

## 2. Mobilità

*Di magici istanti dilaniati dalle esplosioni delle suonerie personalizzate che  
annunciavano indiscrete lieti eventi altrui  
(Giorgio Canali e Rossofuoco, Tutti gli uomini, 2009)*

Nel precedente capitolo si sono definite le caratteristiche dello schermo, per cercare di ricomporre dando un senso a questa particolare tipologia di superficie. Si è cercato di slegare lo schermo, per quanto possibile, dalle sue declinazioni relative alle diverse tecnologie che di esso si servono. Si è però lasciata aperta una parentesi riguardante il concetto di schermo e mobilità.

La condizione dell'utente in relazione allo schermo cambia radicalmente grazie all'introduzione della mobilità, che per quanto riguarda l'individuo permette il disancorarsi dalla necessità di avere un luogo deputato all'uso dello schermo, aumentando così gli spazi e le modalità con cui il virtuale schermico – con tutto ciò che ne consegue - viene attualizzato nel quotidiano. Difatti, le diverse attualizzazioni dello schermo presentano le proprie peculiarità anche in relazione al contesto fisico in cui sono inserite. L'esempio del cinema è quello che, nel precedente capitolo, è stato in questo senso maggiormente esplorato proprio perché la sala in cui lo schermo si trova influisce sulla modalità di fruizione e sul meccanismo di immersione nello spazio-tempo virtuale rappresentato. Un ulteriore esempio è lo schermo che troviamo nell'ambiente domestico ovvero il televisore, che dagli anni Novanta trova compagnia con il progressivo ingresso all'interno delle abitazioni del computer.

Nel primo caso, dal momento in cui il televisore diventa un elettrodomestico di uso comune, trova la sua collocazione portando una riorganizzazione dello spazio: la sala da luogo di convivialità contempla

anche la funzione di fruizione del televisore che diventa nuovo focolare<sup>18</sup>. Anche il computer dal momento in cui fa la sua apparizione nello spazio domestico ha la stessa fortuna, sebbene in questo caso si tratti di un medium diverso il cui utilizzo è individuale<sup>19</sup> anche quando il fine ultimo è l'intrattenimento. In entrambi i casi vi è uno spazio fisico – da una parte il salotto con i mobili disposti in modo tale da rendere il televisore fruibile e centrale, dall'altra uno spazio con scrivania e sedia di qualche stanza della casa se non proprio un ufficio – organizzato per l'uso della tecnologia, che viene significata da esso e che a sua volta lo significa. Per fruire della tecnologia l'individuo deve necessariamente entrare nel luogo deputato che si connota anche attraverso questa esperienza di fruizione. La stessa cosa vale ovviamente per gli altri schermi *situati* nel luogo di lavoro ad esempio, nell'arredo urbano e in altri luoghi di passaggio, poiché vivono nello stesso rapporto dialettico con lo spazio circostante in cui sono siti.

Dal punto di vista dell'individuo ciò comporta che il ruolo di utente e fruitore avvenga entro i confini definiti del luogo fisico, circoscrivendo così in maniera spaziale l'esperienza.

Questa impostazione è valida e tutt'oggi presente per quanto riguarda le tecnologie menzionate. Tuttavia, come si era già annunciato, dall'evolversi della società, del sistema tecno-mediale e del rapporto che esiste tra questi due sistemi, emerge una dimensione chiave con cui descrivere il reale: la *mobilità*.

---

<sup>18</sup> Focolare la cui fiamma andrà mano a mano ad affievolirsi con la moltiplicazione dei televisori per abitazione, avvicinandolo dall'essere medium che in qualche modo favorisce la coesione, all'essere medium personale.

<sup>19</sup> Ci si riferisce ad esso come computer fisso o desktop, poiché utilizzare la formula *personal computer*, pone l'accento sul suo essere medium privato mentre invece l'adozione nel nucleo familiare era generalmente di un terminale usato da tutti i membri della famiglia. In questo senso l'uso individuale riguarda l'utilizzo contestualizzato al momento.

Riferirsi alla mobilità – o occuparsi di *mobile theorizing* (Kesselring e Vogl 2004) - comporta adottare uno sguardo che ne comprenda la multidimensionalità, sottolineandone le diverse sfaccettature. Difatti le radici del concetto di mobilità nel pensiero sociologico sono da rintracciarsi nella particolare accezione di *mobilità sociale*, ovvero la capacità di un qualsiasi individuo - o di un gruppo - facente parte di uno strato sociale di affrancarsi da esso ed entrare a far parte di un altro. Questa interpretazione della mobilità è di tipo *verticale*, ha cioè a che fare con la possibilità di un mutamento nell'organizzazione della struttura sociale.

Esiste poi una lettura della mobilità, nella sociologia contemporanea, che opera in senso *orizzontale*, ovvero riferendosi allo spostamento fisico relativamente a uno spazio-tempo (Urry 2000). Questa seconda lettura è per il seguente elaborato più pertinente poiché lo spostamento fisico si ritiene essere, per più ragioni, uno snodo particolarmente importante.

Nei paragrafi successivi, dunque, si cercherà di illustrare il concetto di mobilità in questa accezione, in quanto chiave per la comprensione dello scenario socio-mediale in cui questo elaborato è calato.

## 2.1 Il farsi mobile del sociale

Occuparsi di *mobilità orizzontale* (Urry 2000) significa trattare lo spostamento degli individui all'interno di un mondo in cui tale spostamento non solo è reso possibile ma anche sostenuto e significato da medium di vario genere. Un mondo che si descrive da una parte in termini di possibilità dello spostamento e dall'altra in termini di necessità di compiere lo stesso, in cui la mobilità è strettamente interallacciata alle modificazioni avvenute nella società, dalla modernità in poi.

Non importa che tali spostamenti rappresentino *migrazioni giornaliere* o *stagionali* (Maffesoli 1997, trad. it. 2002) in entrambi i casi questa lettura della mobilità ha a che fare con le innovazioni in termini di mezzi di



trasporto, mezzi di comunicazione e processi di urbanizzazione avvenuti a partire dalla fine del XIX secolo.

La separazione del pubblico dal privato, la distanza crescente tra il luogo di lavoro e quello domestico, nonché la dispersione dei propri contatti su un territorio geografico più ampio hanno fatto sì che lo spostamento quotidiano dell'individuo aumentasse esponenzialmente (Williams 1974; Townsend 2001).

Per quanto riguarda queste *migrazioni giornaliere* un esempio interessante lo fornisce Richard Ling (2012) quando descrive i cambiamenti avvenuti nell'organizzazione della vita degli individui e dello spazio cittadino in seguito all'avvento e alla progressiva domesticazione (Silverstone e Haddon 1996) dell'automobile - alla fine del 1800 – fino ad arrivare ad oggi. La complessa relazione tra automobile e società è ben descritta da Mimi Sheller e John Urry in queste parole

Multiple socialities, of family life, community, leisure, the pleasures of movement and so on, are interwoven through complex jugglings of time and space which car journeys both allow, but also necessitate (Sheller e Urry 2006, p. 59)

Gli autori sottolineano appunto il fatto che da un lato l'automobile permetta all'individuo di sentirsi padrone dello spazio e del suo tempo superando grandi distanze più velocemente che nel passato, ma dall'altro lato l'automobile ha bisogno che ci siano tali distanze e un'altra serie di condizioni affinché diventi centrale e svolga la sua funzione in questi termini. Essa difatti fa la sua comparsa in un mondo non organizzato per riceverla (Elliott e Urry 2010): non vi erano strade adatte, né luoghi per rifornirla o prendersene cura durante gli allora frequenti e costosi danni a cui andava incontro. Ciò significa anche che la vita veniva organizzata in maniera differente, poiché i luoghi in cui si svolgevano le attività quotidiane

erano per lo più vicini e non c'era la necessità di compiere gli spostamenti che si compiono giornalmente oggi, più volte al giorno. Lo scenario contemporaneo è in questo senso completamente cambiato. L'automobile, sebbene non abbia lo stesso grado di penetrazione in tutti i Paesi<sup>20</sup>, è talmente radicata non solo nel quotidiano ma anche nella nostra percezione del mondo da portare Rich Ling ad affermare che

[...] the logic of an automobile-based society has firmly established itself.  
(Ling 2012, p. 5)

Tra le caratteristiche che si possono osservare per avvalorare questa tesi citiamo (a) un visibile aumento delle strade e della loro dimensione, relegando il pedone ad avere un ruolo marginale ai bordi; (b) la creazione di spazi appositi in cui lasciare la vettura, proliferati al bordo della maggior parte delle strade o condensati in zone appositamente separate strutturate come costruzioni a più piani o piazzole; (c) l'emergere di luoghi in cui non solo rifornire il mezzo ma anche l'automobilista può "prendersi cura" di sé, trovando punti di ristoro e altre facilitazioni che alleggeriscano il tragitto da compiere<sup>21</sup>. Per quanto riguarda questo ultimo punto, chiaramente non tutti i possessori di un'autovettura sentono la necessità di fermarsi e di usufruire a pieno di queste aree di sosta, ma la sola loro esistenza sottolinea come la cultura dell'automobile, con ciò che ne consegue, si sia sedimentata. Oltre ai cambiamenti a livello di urbanistica, un altro elemento che esemplifica l'imporre della cultura dell'automobile è il suo essere data per scontata.

---

<sup>20</sup> Si pensi ai Paesi in cui il trasporto pubblico è funzionante e funzionale o dove è molto forte la cultura del ciclismo, o ancora i Paesi economicamente più sofferenti.

<sup>21</sup> A questo proposito si pensi anche alla nascita del "motor hotel" o più comunemente *motel*, che rispetto all'hotel hanno una posizione decentralizzata, situati ai margini delle strade maggiormente trafficate.

Che non significa solo che l'esistenza generica dell'automobile sia scontata, ma che anche il possesso altrui di questo mezzo personale di trasporto viene dato per scontato e ciò incide profondamente sull'organizzazione della socialità, poiché tutt'oggi in molte città non avere un mezzo rappresenta un ostacolo, anche solo banalmente per l'organizzazione logistica di appuntamenti. Cerchiamo di chiarire questo punto attraverso un esempio: Giovanni e Luca sono amici e vivono a diversi chilometri di distanza l'uno dall'altro. Il primo possiede un'automobile mentre il secondo si sposta con l'autobus. Giovanni invita Luca a una cena, in un buon ristorante nella zona. Luca, non avendo la macchina, difficilmente lo potrà raggiungere. In quel preciso momento ha luogo una dinamica descritta da James E. Katz - con quello che è stato poi chiamato "Katz principle" (Weiner 2007; Katz 2008), per cui quando un membro del gruppo di individui con cui siamo in relazione non possiede un mezzo, o esso non è sufficientemente efficiente, introduce una problematicità che nasce da sue "mancanze" ma che riteniamo corretto dover risolvere *noi* attraverso metodi più o meno articolati. Tornando all'esempio, allora, Giovanni dovrebbe fare un percorso alternativo con la sua automobile per passare a prendere Luca, oppure dovrebbe andare a prenderlo ad un qualche fermata dell'autobus per poi riaccompagnarlo a casa dopo cena - in quanto potrebbe non essere garantito il trasporto notturno -, oppure potrebbe decidere di cambiare ristorante e sceglierne uno vicino a casa di Luca. La scelta iniziale del ristorante più lontano non era dovuta a un'egoistica noncuranza dell'altro, ma dall'aver dato per scontato che l'altro potesse raggiungere il luogo autonomamente. Ciò avviene poiché nel momento in cui una tecnologia arriva a un profondo livello di penetrazione della società essa tende a venir notata di meno, a venir data per scontata diventando quasi invisibile, restando relegata in questa condizione fino a quando un problema di qualche natura non ci mette di fronte all'evidenza che bisogna trovare un

sistema alternativo per poter svolgere un'azione altrimenti svolta nella prassi tramite la tecnologia (Wurtzel e Turner 1977).

Data la proliferazione degli spazi urbani e la crescita delle metropoli, sebbene fare affidamento sul trasporto pubblico, la bicicletta o sull'andare a piedi sia comunque una scelta operata da molti, è altrettanto vero che per milioni di persone la soluzione più realistica è possedere un'automobile, soprattutto in vaste zone periferiche (Song et. Al. 2010), per facilitare la socialità e gestire l'organizzazione della vita quotidiana in maniera più efficiente. A questo punto bisogna precisare che l'automobile non è necessariamente da considerarsi come un facilitatore di socialità: i lunghi tragitti da percorrere sottolineano la distanza che si interpone tra il soggetto e la sfera sociale, inoltre si tratta spesso di tragitti percorsi in autonomia e quindi solitudine. Nonostante questo è possibile affermare che, specialmente per gli abitati di zone periferiche e non collegate in maniera appropriata, l'automobile rappresenti uno strumento per avvicinarsi ai luoghi di interesse e quindi è diventata uno dei modi in cui viene mediata l'interazione sociale (Ling 2012), ma ciò è dovuto essenzialmente al suo essere fortemente radicata nella vita quotidiana in un mondo che si organizza dando per scontato, e anzi spesso favorendo, il possesso di una vettura.

Un altro tipo di spostamento ampiamente studiato riguarda le *migrazioni stagionali*, ovverosia quelle legate al turismo. Come sostiene Laura Gemini, è grazie al

[...] percorso evolutivo che riguarda la struttura della società e il rapporto fra la società stessa e gli individui che è possibile osservare l'emergenza del turismo come quel fenomeno che, nonostante le sue origini antropo-sociali e arcaiche, assume nella modernità dei caratteri tali da renderlo specchio riflessivo delle società e dei suoi mutamenti. (Gemini 2008, p. 41)

Ciò significa che osservare questo tipo di mobilità vuol dire tenere in considerazione le trasformazioni che si sviluppano dal rapporto tra società e comunicazione, poiché il turismo nasce e si evolve in relazione ad esso.

Per questo è dalla sociologia del turismo che emerge una letteratura prolifica in relazione al *new mobilities paradigm* (Sheller e Urry 2006), sia perché da un lato il turismo si sviluppa esponenzialmente - divenendo turismo di massa - durante la modernità e sia perché della modernità esplicita delle caratteristiche: attraverso le pratiche di differenziazione dei gusti - in termini di mete e stili di viaggio - dei luoghi e dei tempi - inasprendo la distinzione tra tempo del lavoro e tempo dello svago (Urry 1990) -. Inoltre la mobilità espressa nel turismo non si limita al semplice spostamento di un individuo verso una meta lontana, ma si riferisce alle *touring cultures* (Rojek e Urry 1997) legate al consumo di segni, producenti pratiche e immaginari (Gemini 2008), nelle quali a compiere il viaggio non sono più semplicemente le persone ma anche immagini, marchi, oggetti, animali e discorsi che vanno a creare l'universo di senso della mobilità turistica.

Questo movimento *totale* tuttavia non riguarda esclusivamente le pratiche del turismo, ma è riconducibile, come dicevamo, all'esperienza contemporanea e alla relazione tra società e mezzi di comunicazione osservati all'interno di un paradigma tecnosociale

Si può quindi sostenere che la mobilità è un'esperienza sociale pervasiva nella vita quotidiana di milioni di persone e insieme un fenomeno che coinvolge la società e la struttura sociale nel suo complesso. (Mascheroni 2007, p. 19)

Si configura così una società in cui l'idea di spostamento - o circolazione - è all'ordine del giorno, e anzi ne è cifra distintiva (Castells 2007).

La spinta della globalizzazione da un lato e lo sviluppo delle tecnologie digitali dall'altro hanno contribuito alla progressiva ridefinizione dei confini in termini di territorio e materialità. La globalizzazione e il digitale sono i risultati di un capitalismo compiuto che si evolve in tensione metafisica: se il denaro ha ridotto tutto a merce, il digitale e la globalizzazione hanno reso questa merce libera da qualsiasi specifico legame con il *terreno*.

Ciò apre il sociale al moltiplicarsi delle possibilità, ovvero al virtuale - dove per virtuale si intende l'essere reale senza essere attualizzato (Deleuze e Guattari 1987) -, per cui ogni elemento è sempre possibile altrimenti, in altri tempi, in altri modi, in altri luoghi. Questa virtualizzazione è resa osservabile nell'evoluzione mediale che permette alla comunicazione - che è l'operazione caratterizzante il sistema sociale (Luhmann, De Giorgi 1992) - di emergere come *realtà in quanto tale* diventando *luogo* (Boccia Artieri 2004). Svincolata dalla specificità dei corpi che prendono parte alla comunicazione essa diventa il luogo, appunto, in cui l'informazione può venire pensata e trattata in modo separato dalla concretezza dei vissuti. In questo modo l'informazione rispecchia quel senso della mobilità che sembra essere una delle caratteristiche fondanti l'esperienza, ben radicata in molti aspetti della società. Ne consegue inoltre che i media, allora, vanno pensati a loro volta come luoghi in cui gli individui fanno esperienza dell'informazione allo stato puro, rendendo familiare la contingenza, il continuo rinvio alle possibilità non attualizzate e la mobilità dell'informazione che è messa in circolo.

Occuparsi delle tecnologie portatili significa quindi osservare un ambito di realtà capace di svelare i percorsi di senso della virtualizzazione dei luoghi (e della comunicazione luogo) che emergono attorno a forme contemporanee di nomadismo (Green 2002), ovvero sia accedere alla comprensione della relazione che intercorre tra il farsi mobile del sociale e la vita quotidiana.

## 2.2 Medium indossabili

Nel contesto che abbiamo descritto emergono medium che incorporano la dimensione della mobilità innanzitutto permettendo all'individuo di indossare la tecnologia mentre si sposta. Prendiamo ad esempio, banalmente, l'orologio da polso (Ling 2012) che permette di tenere sempre traccia del tempo, da una parte convincendoci di avere maggiore controllo sul suo scorrere e dall'altra costringendoci entro la definizione di orari, di programmi basati sulla diffusione del medium (Simmel 1900). Un altro esempio è rappresentato dal Walkman (du Gay et al. 1997; Goggin 2006) che ha permesso al *walking man* di ridefinire la sua esperienza del mondo portando sempre con sé un sottofondo differente a quello tipico della città, costituendo – una volta inserite le cuffie – un Uno che si muove nello spazio ma che è contemporaneamente richiamato in un'altra dimensione, quella della musica, colonna sonora personalizzata della sua esperienza metropolitana, che anestetizza l'individuo dal rumore del mondo esterno e gli permette di muoversi in una *bolla mobile e intima* (Bull 2003; Haddon 2004).

Ciò che più ci interessa in questo scritto, però, è investigare la mobilità, offerta dai media ad un livello più profondo: quello della comunicazione che si virtualizza. Innanzitutto, la modernità osservata come aumento di mobilità per via dell'aumento dello spazio urbano e conseguente distribuzione in un più ampio spazio di punti di interesse economico-sociali, ha visto la necessità di avere mezzi tecnologici per organizzare il tempo in relazione agli spostamenti da compiere. Le tecnologie della distanza (Green 2002) e della gestione della vita a distanza (Hay e Packer 2003) permettono di comprimere lo spazio-tempo e organizzare le relazioni sociali in maniera avulsa dai loro spazi e tempi tradizionali, ricontestualizzandoli in spazi e tempi differenti. Scrive a questo proposito Giovanni Boccia Artieri (2004, p.31)

Le telecomunicazioni – dal telefono al telefax sino alle nuove possibilità connesse al cellulare – consentono una permutazione e ricombinazione degli elementi della comunicazione: attraverso la possibilità di un’immediatezza temporale della relazione Ego/Alter, si risincronizzano evolutivamente “atto del comunicare” e “comprensione” [...] pur nella mediazione del mezzo, che garantisce alla comunicazione interpersonale nuovi gradi di libertà dovuti alla delocalizzazione spaziale.

Grazie ai media di telecomunicazione indossabili, quindi, molti dei confini tradizionalmente definiti diventano flessibili e il loro essere facilmente trasportabili li rende pervasivi in tutti gli aspetti della socialità che anche in base ad essi viene riorganizzata. Nel prossimo paragrafo illustreremo come in particolare il telefono mobile si sia radicato nel contemporaneo esplicitando mobilità e virtualizzazione.

### 2.2.1 Telefono mobile

Ci concentriamo sul telefono mobile<sup>22</sup> perché più di qualsiasi altra tecnologia esso ha raggiunto un alto grado di diffusione e penetrazione nel tessuto sociale in un tempo molto veloce, tanto che Manuel Castells asserisce che

---

<sup>22</sup> Ci sono differenti modi di riferirsi a questo artefatto tecnologico, comunemente esso è stato chiamato *cellulare* (Abruzzese 2004, Goggin 2006) oppure *telefonino*. Tuttavia si è scelto di riferirsi ad esso come *telefono mobile* per evitare da una parte di porre l’accento sulla tecnologia che rende possibile la telefonata senza fili – che avviene appunto attraverso delle *celle* – poiché non è quello l’aspetto che si ritiene centrale; d’altra parte non si voleva nemmeno porre l’oggetto in continuità con il telefono e utilizzando un diminutivo come a significarlo in quanto *fratello minore*. Inoltre, riferirsi ad esso come *telefono mobile* pone l’accento sulla mobilità che grazie a esso si esprime e che in esso è espressa (Cooper 2001, Poster 2005).



Mobile telephony is the fastest diffusing communication technology in human history [...] mobile communication has become the prevalent mode of communication in our world. (Castells 2008, p. 447)

Nella letteratura riguardante questa tecnologia mobile osservata da chi si occupa di Media Studies, che prende generalmente il nome di *Mobile Communication Studies* (Katz e Aakhus 2002; Katz 2008; Green e Haddon 2009), vediamo che l'approccio maggiormente utilizzato è quello della *domestication* (Douglas e Isherwood 1979; Silverstone 1994, Silverstone e Haddon 1996). Tale approccio, nato relativamente all'adozione dei media nell'ambiente domestico è stato poi ripensato anche nell'ottica mobile (Haddon 2001).

I tratti salienti attraverso cui illustrare la domestication sono:

- il porre l'accento sulla sfera del consumo, ovvero, in che modo l'oggetto di cui si è venuti in possesso viene poi utilizzato una volta comprato poiché non solo l'acquisizione dello stesso e tutta la serie di riflessioni e pressioni che hanno influito su di essa risultano essere centrali, ma anche poi la vita dell'oggetto una volta entrato a far parte del quotidiano e in relazione alla socialità che tramite esso si sviluppa;
- vedere l'adozione come un processo graduale che si sviluppa per fasi e vive di diverse negoziazioni sin dall'idea di acquisto – un esempio chiarificatore di questo punto per quanto riguarda il telefono mobile è quello legato agli adolescenti, poiché essi nonostante desiderino il telefono mobile per una serie di pressioni che vengono dal mondo extra-famigliare come dal gruppo di pari e dal marketing, devono però contrattare la possibilità di adottare la tecnologia e i modi in cui utilizzarla con i genitori che sono i detentori ultimi del potere di acquisto. Il che significa che ancora prima di acquistare l'oggetto, l'adolescente ha già vissuto due fasi

diverse riguardo alla possibile acquisizione del mezzo (Ling 2004) -;

- intendere i processi attraverso cui ci si appropria di un oggetto come reversibili, ovvero, tutti i discorsi attorno l'oggetto e le pratiche legate all'appropriazione possono venire in qualsiasi momento modificati anche in senso contrario;
- porre come centrali le relazioni tra gli individui, poiché non solo grazie alle relazioni con gli altri contestualizziamo la tecnologia ma sviluppiamo anche modalità di adozione e utilizzo.

Si è in definitiva interessati a capire in che modo il telefono mobile si sia radicato nella cultura, attraverso quali fasi e modalità di adozione, quali discorsi abbia sviluppato attorno a sé per giustificare la sua presenza nella vita quotidiana – o la sua assenza. Più precisamente, seguendo Silverstone e Haddon, esistono cinque fasi nel ciclo di adozione di uno strumento, che vengono chiamate *immaginazione*, *appropriazione*, *oggettivazione*, *incorporazione* e *conversione*. La prima fase, dell'immaginazione, riguarda il modo in cui l'immagine di un oggetto si sedimenta dentro di noi, l'idea che di questo oggetto siamo arrivati a farci; la seconda fase, dell'appropriazione, riguarda quel momento in cui l'oggetto passa dal diventare una possibilità di acquisto a prendere posto nella sfera della nostre possibilità private, prende posto tra i nostri oggetti domestici; la fase seguente riguarda tutte le attività attraverso cui cerchiamo di rendere l'oggetto utile a parlare in qualche modo di noi – riguardo il telefono mobile potrebbe essere la scelta di una particolare suoneria (Ling 2004); la fase dell'incorporazione osserva in che modo l'oggetto diventa funzionale e come si integra agli altri oggetti del sistema tecnologico domestico, oltre a come si intreccia alla nostra routine quotidiana e l'ultima fase riguarda il momento in cui gli altri con cui si è in relazione iniziano a contestualizzare l'oggetto nella loro interpretazione più generale dell'utilizzatore. Questo

tipo di approccio alla lettura dello strumento, focalizzato sugli aspetti micro del quotidiano, ci pare essere particolarmente utile per mostrare quali pratiche si siano cristallizzate – e magari in seguito disperse – attorno ad esso; per tale motivo cercheremo di descrivere il telefono mobile a partire da questa letteratura.

Il telefono mobile fa la sua comparsa nei primi anni Novanta, momento in cui il mercato lo pensava destinato alla sfera del lavoro e in particolare alla figura dell'uomo d'affari che necessita di organizzare appuntamenti e gestire il lavoro mentre a causa dello stesso si sposta<sup>23</sup>. Inaspettatamente però lo strumento ha registrato un veloce successo in termini di penetrazione, più di qualsiasi altra *Information and Communication Technology* (ICT) (Srivastava 2008). Da bene funzionale al lavoro, che denotava un certo status sociale, è diventata la tecnologia di comunicazione privata più diffusa al mondo<sup>24</sup> (Ling 2012), con un decisivo impatto anche nei paesi in via di sviluppo (Katz 2008; Castells et al. 2007) - nei quali rappresenta spesso l'esclusiva modalità di accesso alla telecomunicazione.

Nel corso del tempo si sono modificati di molto sia gli aspetti *hardware* che quelli *software*: le dimensioni, originariamente importanti, hanno prima vissuto un'epoca di miniaturizzazione e successivamente un'epoca di ingrandimento dello schermo; il design prima austero è poi via via diventato sempre più ricercato in termini di forme e colori<sup>25</sup> (Fortunati 2005; Goggin

---

<sup>23</sup> A questo proposito si sottolinea che le prime campagne stampa dedicate si concentravano sulla possibilità di usare il telefono fuori dalla propria macchina, riferendosi quindi a quella fascia alta della popolazione composta per lo più da individui di sesso maschile che dispone all'epoca di linea interna alla propria vettura.

<sup>24</sup> Con il volgere al termine del 2015 la percentuale di penetrazione del telefono mobile nel mondo è arrivata al 97%.

Fonte: ITU. 2015. Online Statistics. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics>

<sup>25</sup> Si pensi alle numerose collaborazioni che hanno avuto luogo tra designer di case di moda e produttori di telefonia mobile.

2006) anche per quanto riguarda il moltiplicarsi di gadget ad esso connessi e le diverse possibilità introdotte in termini di personalizzazione (Hjorth 2005; Hjorth e Kim 2005); infine si è di certo modificata l'idea legata all'utilizzo che di questo strumento andava fatto. Originariamente, infatti, l'attenzione era posta sulla possibilità di effettuare chiamate in mobilità e all'introduzione del Short Message Service (SMS) non si pensava a una così rapida e ben più ampia adozione (Fortunati 2002, Goggin 2006) che ha portato allo sviluppo di pratiche e linguaggi legati allo scambio di brevi messaggi di testo. Pensare quindi l'oggetto come versione mobile del telefono fisso è quantomeno riduttivo, poiché dalla seconda generazione di telefoni mobili in poi la dimensione dell'oralità sembra in realtà essere solo una possibilità e non la pratica principale. Questo sottolinea ancora una volta come la tecnologia vada osservata come momento di apertura alle possibilità, poiché gli usi che di essa verranno fatti e le culture che attorno ad essa si cristallizzeranno non sono prevedibili, così nemmeno il significato che ad una tecnologia può venire attribuito, rendendo evidente che i suoi volti cambieranno e si costituiranno anche in base all'adozione da parte degli utenti.

Osservare quindi in che modo il telefono mobile si sia radicato nella cultura contemporanea permette di far emergere delle caratteristiche utili a comprendere che cosa significa abitare e fare esperienza in una società mobile. Tanto che a questo proposito Anthony Elliott e John Urry descrivono l'assenza del telefono mobile come simile a

Walking blind, disconnected from just-in-time information on where and when you are in the social networks of time and space. (Elliott e Urry 2010, p. 61)

Gli autori pongono l'accento su due questioni principali: (a) l'assenza dello strumento può essere paragonata ad una disabilità in termini di orientamento

nel mondo; (b) la centralità dei *network*. Per quanto riguarda il primo aspetto è assai interessante sottolineare come il telefono mobile si possa associare a qualcosa di più che a una bussola che ci orienta nel mondo, poiché quando viene a mancare non siamo semplicemente disorientati o persi, ma *ciechi*. Che vuole dire, in altre parole, non che non si riescano a capire i segni che dal mondo provengono, ma che tali segni non riescono a raggiungerci. Siamo tagliati fuori dai flussi di informazione che indicano la nostra posizione, a noi e agli altri.

E proprio a questi *altri* bisogna rivolgere una particolare attenzione. Essi rappresentano i nodi delle reti che abbiamo costruito e che permettono il circolare delle informazioni. Inoltre è proprio la presenza delle cerchie sociali in cui siamo inseriti, e che abbiamo costruito nel tempo, a dare senso al possesso e all'uso di questo strumento di interazione personale. Il riferimento dei due autori alla dimensione dello spazio e del tempo è da intendersi come collegato a queste cerchie sociali per via della modalità di micro-organizzazione che attraverso il *device* prende forma. Portabilità, connettività e capillare diffusione hanno fatto sì che buona parte del mondo abbia organizzato in maniera differente il proprio quotidiano grazie ad esso, portando alla luce oltre a pratiche ed usi alternativi anche nuove definizioni di distanza spaziale e temporale, poiché esse si giocano all'interno di flussi di comunicazioni e relazioni che si snodano attraverso l'aumentata capacità di connessione.

Ciò comporta nuove modalità di attivazione e mantenimento di contatti tra aumento esponenziale delle possibilità di connessione e gestione esclusiva di queste possibilità. Si tratta infatti di una tecnologia che facilita l'interazione ma che allo stesso tempo problematizza la relazione, in quanto il contatto perpetuo che abilita è uno stato di connessione (Boccia Artieri 2010) in cui, fino al suo recente grado di adozione capillare, non si era abituati a vivere.

In questo senso il tempo del lavoro entra prepotentemente in quello tradizionalmente inteso come tempo libero, ma allo stesso modo il tempo libero si mescola e perturba il tradizionale tempo del lavoro; così come mentre la famiglia sembra allentare la sua presa e depotenziare la forza gerarchica al suo interno in realtà gioca il suo controllo forse in maniera ancora più decisiva. Ad esempio, lasciare maggiore libertà di contrattazione sull'orario del rientro a casa ai figli è possibile anche grazie alla micro-coordinazione continua e alla continua possibilità di contatto resa possibile dallo strumento.

In generale, quindi possiamo affermare che riferirsi al telefono mobile significa riferirsi a tre ambiti di interesse, uno riguardante la ridefinizione delle categorie dello spazio e del tempo in relazione alla connettività; uno riguardante la centralità delle reti di contatti che passano attraverso il mezzo e in fine le modalità in cui gli individui si relazionano con il mezzo e attraverso il mezzo con gli altri sviluppando pratiche peculiari. Andremo ora a descrivere questi tre ambiti in maniera più dettagliata.

#### *2.2.1.1 Ridefinizione dello spazio-tempo*

Possedere un telefono mobile, abbiamo detto, porta alla ridefinizione delle categorie dello spazio e del tempo. In che cosa consiste questa ridefinizione e che cosa comporta nella vita di tutti i giorni si può spiegare con il concetto di *collasso dei contesti* (Meyrowitz 1986; boyd e Marwick 2009), caratteristica del digitale che porta i contesti che in *Real Life* (RL) sono separati a collassare. In altre parole, si verifica il progressivo mescolarsi delle diverse sfere relazionali con cui l'individuo ha a che fare ogni giorno e che per diversi motivi verrebbero tenute separate. In ciascuno dei contesti di cui l'individuo si trova a far parte egli assume un ruolo ben definito e rispetto a questo ruolo orienta il suo comportamento, le modalità con cui interagisce con gli altri e con l'ambiente. Quando invece due ambiti sociali

differenti si trovano a coesistere ci si trova nella condizione di dover gestire in maniera differente la propria condotta. Questa dinamica risulta particolarmente visibile nei social network, in cui vita personale e lavorativa spesso si mescolano e si sovrappongono, potendo anche causare risultati spiacevoli, poiché i differenti ruoli e le relative narrazioni che si mettiamo in pratica possono cortocircuitare.

Cercando di spiegare questo concetto attraverso la teoria delle reti, ci viene in aiuto David Krackhardt (1999) che attraverso la critica alla teoria di Burt (1992) sui nodi strutturali, dimostra come in realtà la posizione di *bridging* assunta da un nodo che collega altri due nodi - o reti - non connessi tra loro, abbia un forte potere condizionante la libertà di azione di tale nodo: invece di acquisire potere dal suo ruolo di ponte, godendo del vantaggio che gli estremi che collega non siano in contatto – e quindi non condividano informazioni se non attraverso esso – viene bloccato dalla copresenza di queste due diverse relazioni, quindi di due ruoli differenti da dovere ottemperare, che potrebbero essere in contrasto tra loro.

Così nei social network, quando la gestione delle cerchie di contatti non è operata con oculatezza, accade che informazioni che non vorremmo passassero da noi a particolari nodi della nostra rete, invece vengono rese visibili, esponendoci in un modo che potrebbe non essere opportuno. Grande peso ha qui la simultaneità, la co-presenza in un luogo di reti differenti, che danno senso alla nostra posizione e la possono di conseguenza screditare.

Quello che accade con il telefono mobile è una situazione simile, poiché allo stesso modo contesti differenti si possono trovare a vivere simultaneamente nello stesso spazio e tempo, grazie a quella che Sherry Turkle definisce *continual co-presence* (1995). Con questo concetto l'autrice intende la possibilità di prolungare la copresenza di diverse reti sociali insita nel mezzo, che semplicemente esistendo e venendo portato con sé dagli individui li espone al contatto continuo, modificando quindi la

condizione dello stare al mondo. Sempre la stessa autrice riporta un esempio tratto dalla sua vita privata in un testo del 2008

I did not usually perform my role as mother in the presence of my professional colleagues. Now a call from my sixteen-year-old daughter brings me forth in this role. The presence of the cell phone, which has a special ring if my daughter calls, keeps me on the alert all day. (Turkle 2008, p. 122)

Questo estratto restituisce i concetti fino a qui espressi in maniera lapalissiana: Il ruolo di madre si estende in tempi e ambiti in cui non si sarebbe altrimenti esteso, afferma la Turkle. L'appunto che ci si permette di fare in questa sede è che, prima della comparsa di questa tecnologia, il ruolo di madre – così come qualsiasi altro – non era come un mantello che ci si toglie di dosso una volta che si entra in un altro ambito. Quello che avviene è che con il telefono mobile questo mantello aumenta le possibilità di diventare visibile agli altri, poiché nello stesso spazio hanno luogo due momenti differenti, o nello stesso momento hanno luogo due ambiti – legati a una scansione temporale – differenti. Inoltre, essendo un mezzo di comunicazione privato non solo rende il suo utilizzatore raggiungibile sempre e ovunque, ma porta con sé - tra virtualità e attualizzazione - tutte le possibilità relazionali costantemente che di conseguenza implicano un continuo richiamo all'*altro*, inteso come altri ruoli, altre situazioni, altri tempi che in esso – o attraverso esso - accadono. Ciò comporta nuove modalità di gestione del privato in pubblico e vice versa, con conseguente necessità di stabilire quali comportamenti possano definirsi accettabili e quali no. Lo squillo del telefono mobile è senza dubbio un fattore che può in più di una circostanza essere disturbante. Al lavoro, a scuola, al cinema, durante incontri d'affari o romantici, o in situazioni ufficiali come lauree, matrimoni e funerali, sono solo alcune delle occasioni in cui sentire squillare l'apparecchio risulta non solo un disturbo inteso come interruzione



inaspettata, ma può essere anche considerato disdicevole. Questo accade proprio perché, nel tempo, con l'insinuarsi del telefono mobile in quasi ogni tasca, si sono create delle regole non scritte ma comunemente accettate sull'etichetta da seguire in relazione all'uso del mezzo. Queste regole si modellano sulla cultura del paese che si prende in considerazione, quindi non sono le diverse modalità attraverso cui viene considerato legittimo utilizzare lo strumento ad essere interessanti, quanto il fatto che gradualmente vi sia stata la necessità di regolamentarsi e che essa seppure non in forma istituzionalizzata, sia emersa e sedimentata, comunemente accettata. Tanto che nel *device* stesso vengono inserite funzioni ad hoc per gestire il disturbo – non solo per sé stessi ma anche per gli altri (Licoppe 2008) – del suono che ci aspettiamo da esso provenga. Si può abbassare la suoneria fino ad azzerarla (Baron 2008), si può aggiungere la funzione di vibrazione così da recare meno disturbo possibile agli altri ma renderci comunque disponibili alla perturbazione. Queste modalità hanno a che fare, come dicevamo, con la presunzione che qualcuno ci perturbi e che quando ciò dovesse avvenire potrebbe in determinati contesti rappresentare un fastidio, ma soprattutto sottolineano la sempre minore disponibilità a spegnere il *device*, elemento assai significativo dal punto di vista di chi scrive. In una società *networked* rendersi disponibili alla connessione (Boccia Artieri 2004) e al dialogo è un atto *politicizzato*, poiché rendersi disponibili al sempiterno collegamento significa contribuire al bene collettivo (Boltanski e Chiapello 1999). Quello che accade successivamente, dopo il segnale del telefono, è altrettanto problematico. Nel tempo si sono strutturate delle pratiche per gestire questa complessità e distinguere cosa sia accettabile da cosa no. Ad esempio, non essendo rispettoso parlare al telefono nei luoghi pubblici o nei mezzi di trasporto, si preferisce mandare messaggi (Miyata; Boase, Wellman 2008) così da fare meno rumore possibile e non disturbare gli altri. Allo stesso modo allontanarsi da un luogo per parlare in disparte e con un tono di voce relativamente basso è da

considerarsi un'altra "buona pratica"<sup>26</sup>. Nuovamente abbiamo da un lato bisogni che vengono incorporati dalla tecnologia modellandola, dall'altro l'emergere di nuovi comportamenti o pratiche relative all'adozione della tecnologia.

Tornando alla questione della ridefinizione spazio-temporale, per quel che riguarda lo spazio, sottolineando come caratteristica del medium mobile la portabilità, viene a mancare il suo essere definito in base al luogo in cui è situato: non vi è più alcun legame di necessità tra lo spazio fisico e il medium. Il che non significa che il luogo, o il senso del luogo, debba venire depotenziato o annullato, ma che nessun luogo è strettamente necessario perché si fruisca del mezzo. Come fa notare Manuel Castells (2008) del resto, del telefono mobile non bisogna solo considerare la possibilità di venire usato in *mobilità* ma il grado di *autonomia* che esso consente, dove per autonomia si intende la possibilità di entrare in comunicazione in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo<sup>27</sup>, ed è per questo osservabile come lo strumento venga utilizzato *anche* nel contesto domestico sostituendo la linea fissa sebbene essa sia presente.

Ciò sottolinea il crescente grado di indipendenza e *privatizzazione* del mezzo (Scifo 2005), che risponde alle necessità della società contemporanea, in cui l'individuo vive in uno stato di tensione tra il desiderio di autonomia e la necessità di connessione. Per questo motivo il concetto luogo va reinterpretato come *spazio dei flussi* (Castells 2000) ovvero come luogo della possibilità, in cui portare avanti interazioni simultanee con altri senza la necessità di una prossimità fisica. Ad esempio nel caso dei viaggiatori si nota come grazie al telefono mobile si trovino contemporaneamente sia nel luogo visitato che nei luoghi in cui sono situate

---

<sup>26</sup> Ovviamente ciò non nega la presenza di "cattive pratiche", ovvero, nonostante la presenza di un modello di condotta ritenuto maggiormente accettabile, nella prassi quotidiana si sviluppano pratiche che si discostano da esso.

<sup>27</sup> A partire ovviamente dai vincoli strutturali della connessione, cioè della linea.

le reti familiari e amicali (Johnsen 2003), sottolineando così il valore della co-presenza, del luogo e della comunicazione a distanza (White e Rosh White 2008). Da un lato il viaggiatore è tale in quanto si sposta lontano da casa per cui la sua posizione lo definisce ed influisce anche sullo scambio comunicativo con le altre reti; dall'altro queste ultime e le comunicazioni che avvengono con esse creano una nuova spazialità che è quella della co-presenza nell'interazione. In questo modo si va ad espandere lo spazio a livello simbolico e l'individuo si trova sia nella spazialità definita dalla sua posizione fisica, sia nelle numerose spazialità dei suoi network, in una dimensione data dalla co-presenza e plurispazialità – o spazialità complesse (Mascheroni 2007) - che definiscono lo stato di connessione.

Da un lato abbiamo quindi il rendersi autonoma dal luogo dell'interazione con l'emergenza dello spazio dei flussi, dall'altro lato però questo spazio viene descritto anche in base alle rispettive posizioni geografiche poiché esse danno senso a questo tipo di comunicazione. Si osservi, a tal proposito, come il significato dello spazio venga reincorporato nella comunicazione a partire dal fatto che una delle prime domande che vengono fatte all'interlocutore sia “Dove sei?”<sup>28</sup> (Ling 2008), fino alla pratica di inviare foto dei luoghi in cui ci si trova mentre si chiacchiera con qualcuno via telefono mobile. La geo-localizzazione serve quindi da sfondo per contestualizzare lo spazio dell'interazione co-creato.

Per quanto riguarda la dimensione temporale, o della gestione del tempo, si assiste alla progressiva compressione dei tempi e al mescolarsi dei confini di sequenze temporali prima scandite in maniera chiara, dinamica evidente dagli usi strumentali della tecnologia. Il tempo del lavoro, il tempo libero, il

---

<sup>28</sup> Riguardo a questa formula in particolare, sottolinea Richard Ling, che sembra emergere in maniera evidente come strettamente collegata all'uso del telefono mobile, poiché solo grazie a questo tipo di apparecchio è possibile stabilire un contatto con qualcuno senza sapere dove si trovi. Per questo motivo l'autore propone che di riferirsi a questa forma di interazione come *mediated ritual*, poiché peculiare del mezzo e ricorrente nel suo utilizzo.

tempo dello *spostamento* tra i due – e così via - non sono più considerabili in maniera segmentata, distinta. Ad esempio i “tempi morti” del viaggio nei mezzi pubblici vengono riconfigurati come attivi e sfruttati per attuare diverse pratiche - magari per controllare la posta elettronica per lavoro o per chiacchierare con qualcuno tramite SMS -, e in questo modo vengono ri-significati da attività che sarebbero state altrimenti contestualizzate in altri luoghi e tempi, alimentando le connessioni nel movimento (Mascheroni 2005). Ciò non vuole dimostrare che viviamo in uno stato di dipendenza dalla tecnologia, ma piuttosto che essa aumenta le possibilità tra cui attuare una selezione.

In questo senso aumenta anche il grado di flessibilità, oltre che nella gestione, anche nell'organizzazione del tempo. In particolar modo si nota uno stretto legame tra il dispositivo mobile e la micro-coordinazione (Ling e Yttri 2002) quotidiana. Sempre più spesso, infatti, quando si prendono degli impegni con qualcuno, come darsi un appuntamento, questi vengono stabiliti in fieri durante la giornata. Ciò porta a non definire in maniera stabile né luogo, né tempo, perché grazie alla connessione permanente si inviano aggiornamenti su posizione e impegni di ciascuno fino all'incontro effettivo (Ling 2002). Questo cambiamento ha in un certo senso dato maggior potere ai più giovani, che non devono esclusivamente basarsi su un orario ben definito di rientro ma possono avere più strumenti per continuare a contrattarlo tramite la connessione perpetua con i genitori. In qualche modo, quindi, l'organizzazione del tempo viene negoziata nell'interazione con l'altro piuttosto che in relazione alla canonica misurazione del tempo. Tutto viene definito secondo la modalità della riprogrammazione continua.

In definitiva il telefono mobile dà la possibilità all'individuo di autonomizzarsi dalle costrizioni dello spazio e del tempo (Kopoma 2000) canonicamente definite, per ridefinire però queste due categorie secondo nuove modalità. Il luogo resta centrale per l'interpretazione reciproca dell'interazione che avviene attraverso il telefono mobile, ma allo stesso

tempo emerge una nuova dimensione interattiva che non necessita di prossimità fisica ma che si poggia sulle rispettive posizioni degli individui che interagiscono. La possibilità di connessione perpetua e la consapevolezza di questa connessione modificano anche il senso del tempo della – e nella – comunicazione (Campbell e Kwak 2010). Vi è da un lato una temporalità legata al contesto in cui si trovano fisicamente gli individui e un'altra legata alla dimensione conversazionale, che resta sullo sfondo anche quando la conversazione non viene attualizzata. Quando la conversazione ha luogo queste due dimensioni temporali possono interferire l'una con l'altra – la conversazione viene posticipata perché si è impegnati ad ascoltare una lezione, oppure, la conversazione riguarda la puntata di uno show televisivo visto e commentato a distanza – o venire attualizzate simultaneamente in maniera separata – mentre si è a una riunione e via SMS si commenta un episodio avvenuto la sera prima. Si assiste così ad un presente vissuto nel contesto fuori dalla conversazione, che si relaziona ad altre temporalità in cui passato e futuro vengono riportate alla dimensione presente. La temporalità esperita nella conversazione, così, nonostante rappresenti un eterno presente, non necessariamente coincide con lo stesso presente che sta avvenendo fuori da essa.

La moltiplicazione dei tempi che è possibile esperire simultaneamente non è di certo una caratteristica che emerge con la telefonia mobile, quello che invece la telefonia rende possibile è una organizzazione degli eventi *in progress* che apre all'interpretazione del tempo come possibile altrimenti, grazie alla consapevolezza di un tempo riprogrammabile, gestibile costantemente nel contatto perpetuo. Il tempo non definito che emerge dalla conversazione influisce sulla percezione del tempo fuori dalla conversazione, assicurando una flessibilità nella gestione e l'essere padroni dello stesso, ma dall'altro abituando al costante cambiamento che è però indice della difficoltà di afferrare davvero qualcosa di tanto volatile.

Questa riconfigurazione dello spazio e del tempo ha quindi a che fare con la centralità che assumono le reti di relazioni che si snodano attraverso il telefono mobile. Ciò che Castells chiama *space of flows* e *timeless time* (2000) sono le modalità attraverso cui lo spazio e il tempo vengono riconfigurati e che caratterizzano la società *networked* contemporanea

La società della comunicazione mobile intensifica e diffonde la *network society* [...] le tecnologie *wireless* diffondono la logica di *networking* dell'organizzazione e della pratica sociale in tutti i contesti [...] che definisce l'esperienza umana nel tempo che stiamo vivendo. (Castells 2008, p. 274)

Capire in che modo lo stato di connessione passi attraverso la dimensione mobile promuovendola e venendo attraverso essa promosso, è un punto centrale su cui bisogna soffermare l'attenzione. Per questo motivo passiamo all'analisi del telefono mobile in relazione alla dimensione *networked*, cercando di mostrare cosa significhi possedere questo strumento dal punto di vista delle reti sociali.

#### 2.2.1.2 Reti in mobilità, tra sicurezza e empowerment.

Come già detto il telefono mobile è un mezzo di telecomunicazione indossabile che abilita al contatto perpetuo, alla co-presenza continua e alla partecipazione allo spazio dei flussi, permettendoci di posizionare noi stessi e le nostre relazioni al suo interno.

In un primo momento gli studi sulla telefonia mobile hanno preso in considerazione il suo essere indossabile e quindi il suo collegamento con l'espressione identitaria, con il posizionarsi e il comprendere gli altri sulla base delle proprie scelte di gusto. Studi riguardanti specialmente i soggetti più giovani hanno rintracciato un forte collegamento tra moda, senso dello

stile e telefono mobile (Alexander 2000; Green 2003), come ad esempio dimostra una ricerca effettuata da Green (2003) dalla quale è emerso come specialmente i teenager avessero una conoscenza diffusa e specifica su modelli e caratteristiche, con un particolare interesse verso il design dei *device*. Un modello di telefono mobile in particolare, infatti, può rappresentare un simbolo di demarcazione per l'appartenenza ad un gruppo, o ad una generazione<sup>29</sup>. Il collegamento tra l'affermazione identitaria e lo strumento è tanto potente che molti giovani hanno dichiarato di vergognarsi di mostrare in pubblico, nel gruppo di pari, un modello troppo vecchio e non abbastanza sofisticato (Portus 2008). Sempre in relazione al proprio intorno sociale e alla comunicazione di sé, un altro elemento di demarcazione identitaria è rappresentato dalle suonerie. La scelta della suoneria è già di per sé una pratica che ha a che fare la rappresentazione identitaria rivolta agli altri: dallo squillo del telefono sapranno qualcosa di noi, perché il *device* in quel momento *parla* di noi suonando. Si può altrettanto sostenere che trattandosi di uno strumento che si ha sempre addosso, scegliere una suoneria che si trova gradevole è anche un'attività che gratifica l'utente disposto a rendersi sempre disponibile alla connessione<sup>30</sup>. Un'altra pratica legata alla personalizzazione ma che è anche legata al personale senso del mondo, che riafferma il posizionamento delle relazioni con i nostri contatti, è quella delle suonerie scelte per determinati numeri di telefono (Licoppe 2008) grazie alle quali si opera una significazione personale sulla base della relazione con l'altro.

Ciò che però rende centrale questa tecnologia oggi nella significazione di sé e del mondo è soprattutto il suo costante abilitare all'altro tramite la

---

<sup>29</sup> Basti osservare ad esempio le numerose pagine o gruppi in Facebook in cui l'appartenenza generazionale viene espressa, tra i diversi demarcatori, anche dal possesso di un particolare modello di Nokia, il 3310.

<sup>30</sup> Per questo motivo Christian Licoppe (2008) parla della suoneria personalizzata come un *treat* che l'individuo si concede come risposta allo sforzo di rendersi sempre contattabile.

connettività, poiché questo “altro” è dato dalla rete di contatti che abbiamo costruito nel tempo nella quale siamo contestualizzati e che così ci orienta.

Emergono allora da un lato l’individualità data dalla costruzione dei propri network personali che si strutturano come ego-net che si basano sulla centralità dell’individuo – immagine rafforzata dall’altro grado di privatizzazione del telefono mobile –, ma dall’altro il bisogno di un senso di appartenenza, di ri-radicalamento all’interno della rete, che non rappresenta allora solo più nodi ma punti di ancoraggio ai quali fare appello. Non a caso uno degli usi principali associati dagli individui al telefono mobile è l’uso per motivi di sicurezza (Ling 2004), riferendosi a tutte quelle situazioni in cui avere il mezzo fa sentire i suoi possessori al sicuro, dalle situazioni di emergenza vere e proprie – come ad esempio un incidente stradale – fino ad arrivare a un senso più generale di sicurezza, che ha a che fare con la *prevenzione*, quando cioè avere il telefono mobile con sé è utile perché potrebbe servire, eventualmente. Ciò sottintende la consapevolezza che attraverso il telefono mobile si possa accedere a reti di contatti in grado di fornire supporto di vario genere.

Alcuni studi sulla telefonia mobile hanno rilevato come questa non venga impiegata nell’aumentare il numero di nodi della propria rete, ma come invece rinforzi cerchie più piccole, come rinsaldi i legami (Green 2002), la coesione all’interno di un gruppo di pari (Scifo 2005) o della famiglia; che sono di fatti quei particolari network basati sulla fiducia e sul sostegno reciproco, su cui fare affidamento. Da ciò discende una prima spiegazione sul perché avere un dispositivo di questo genere aumenti il senso di sicurezza nel suo possessore. Il telefono mobile viene portato con sé dagli individui anche come strumento che risponde alla necessità di mantenersi al sicuro, come ulteriore strumento che garantisca sicurezza, e tali motivazioni fanno parte ormai dell’immagine sociale della tecnologia (Katz 2006; Ling 2004).



Dalla ricerca svolta da Pui-Iam Law e Yinni Peng (2008) sui lavoratori migranti nel sud della Cina, ad esempio, il telefono mobile è risultato essere essenziale per mantenere il contatto con la famiglia rimasta nei villaggi di provenienza, poiché i telefoni fissi messi a disposizione dei lavoratori nelle fabbriche o nei dormitori presentavano notevoli criticità - come ad esempio la poca privacy e le lunghe code di attesa per accedere all'apparecchio. Il contatto con la famiglia, reso certo dal possesso di un telefono mobile, ha portato gli intervistati a dichiarare di provare maggiore sicurezza poiché in qualsiasi momento libero potevano rinsaldare il legame. L'*absent presence* (Green 2002) permessa dal telefono, inoltre, garantisce a entrambe le parti maggiore stabilità emotiva pur nella distanza. Specialmente in contesti meno agiati il telefono mobile viene acquistato da chi è spesso lontano da casa per lavoro – in genere il capofamiglia<sup>31</sup> -, in modo tale da poter essere avvertito in caso di emergenza (Portus 2008).

Per quanto riguarda nello specifico la sicurezza e la relazione tra genitori e figli, Sherry Turkle (2008) sottolinea come la mediazione avvenuta grazie al telefono mobile in termini di negoziazione della libertà dei ragazzi abbia anche delle conseguenze sul loro grado di indipendenza. Se infatti da un lato gli è consentito di spostarsi in autonomia e avere maggiore libertà, è altrettanto vero che ciò che prima rappresentava un rito di passaggio, ovvero il momento in cui da soli si esce con gli amici e per la prima volta si fa esperienza del mondo in autonomia dai genitori, rischia di venire depotenziato. L'indipendenza che sembra aumentare in realtà, secondo l'autrice, non si verifica davvero poiché è possibile in qualsiasi momento far affidamento sulla famiglia, che i ragazzi si portano in tasca grazie al telefono mobile. Sostiene la Turkle che le responsabilità e le capacità che i

---

<sup>31</sup> Se da un lato questo sembra rinforzare l'idea di un'organizzazione patriarcale della famiglia, tuttavia, è stato anche riscontrato che le comunicazioni legate all'organizzazione e al controllo di tutti i giorni passano esclusivamente tramite la connessione con la madre (Portus 2008).

ragazzi dovrebbero sviluppare – intese come abilità a cavarsela da soli in situazioni nuove – non vengono attivate, restando potenziali. Quel senso di *abbandono* che si poteva esperire nel mondo fuori dalle mura domestiche non viene percepito perché si ha la certezza che gli *on-tap parent* siano costantemente presenti.

Probabilmente questo punto di vista, però, è più vicino alla logica adottata da un genitore piuttosto che a quella di un adolescente. La sicurezza di poter sapere dove si trovi il figlio e poterlo contattare legata alla presenza del mezzo è una caratteristica sottolineata molto più spesso da chi è genitore e vede nello strumento un mezzo di controllo che può essere effettuato anche oltre le mura domestiche. Dal canto loro gli adolescenti interpretano la tecnologia come possibilità di negoziazione di maggiore libertà (Scifo 2005) nonostante ciò implichi l'essere sempre accessibili ai genitori e di conseguenza sottoporsi ad altre forme di sorveglianza (Green 2001).

Sullo stesso tema Manuel Castells (2007) rintraccia nella complessità del contemporaneo le radici di questo rapporto tra autonomia e indipendenza. L'autore infatti sottolinea come da una parte l'indebolimento della famiglia tradizionale come forma organizzativa porti i giovani a sentire spinte di indipendenza precocemente, ma dall'altra l'invecchiamento della popolazione e la crisi economica portano gli stessi a dipendere se non altro economicamente dal proprio nucleo familiare. Quindi

La popolazione più giovane [...] avverte con grande precocità la propria autonomia individuale, ma è dipendente dalla sicurezza derivante dalla propria famiglia fino a uno stadio molto avanzato dello sviluppo. Per questo motivo, per le giovani generazioni la gestione del bilanciamento tra autonomia e sicurezza nelle relazioni familiari è una condizione essenziale dell'esistenza. (Castells 2007, p. 161)

Il che significa, ancora una volta, che non si può guardare al telefono mobile come motivo scatenante di questo o quell'effetto ma bisogna considerare un quadro ben più ampio, ovvero adottare un paradigma di tipo tecno-sociale.

Come affermato da principio, nel possedere un telefono mobile il punto centrale non risulta essere il suo aumentare le comunicazioni ma il suo proporre una *possibile comunicazione* (Campbell 2008). Questa possibilità in esso sottesa, risulta avere grandissimo valore anche quando non viene attualizzata. Anzi, il solo fatto di sapere che grazie allo strumento potremmo potenzialmente essere in contatto con qualcuno sembra avere un grande richiamo per gli individui.

Se ciò che interessa maggiormente non sono le conversazioni effettuate ma quelle che potrebbero verificarsi, il telefono mobile è da intendere come strumento che pulsa di contingenza. Da questo punto di vista si pone come macchina di pura virtualità che porta la profondità della contingenza alla superficie della nostra pelle.

Tuttavia questa possibilità perenne di essere in contatto e raggiungibili, risulta essere problematica, anche per quei soggetti che ritengono questo contatto piacevole e questa possibilità essenziale. Nell'esempio della figura del turista di Peter B. White e Naomi Rosh White (2008) si sottolinea come, sebbene da un lato il contatto con la famiglia e gli amici faccia parte dell'esperienza del turista contemporaneo, allo stesso tempo emerga il desiderio di vivere un'esperienza *autentica* (Gemini 2008) legata alla solitudine e al raccoglimento del viaggio, che verrebbe inficiata dal continuo collegamento socio-emotivo dovuto alla possibilità del contatto perpetuo (Katz e Aakhus 2002) con le proprie reti.

Nonostante il telefono mobile sia ampiamente usato per rinforzare questi legami tradizionali, è altrettanto vero che - soprattutto nella sua ultima evoluzione in cui converge con la Rete - come dicevamo, esso permette di accedere a dei flussi di informazioni che si articolano attraverso nodi che potrebbero non far parte delle nostre cerchie più ristrette. Anzi, come

sottolineato da Mark Granovetter (1983), per quanto riguarda le possibilità di ottenere informazioni e migliorare la propria condizione, sono proprio le connessioni meno forti ad acquisire maggior interesse. Ad esempio, per quanto riguarda i lavoratori migranti, il telefono mobile rappresenta una svolta nel costruire e mantenere nuovi network tra lavoratori non autoctoni, che cercano di collaborare affinché la propria situazione migliori attraverso lo scambio di informazioni (White e Rosh White 2008). Mantenere contatti con altri lavoratori che sono costretti a spostarsi significa ottenere informazioni su possibilità lavorative che altrimenti difficilmente si avrebbero. Per questo motivo anche il potere contrattuale del lavoratore è aumentato: sapendo di avere una possibilità di scelta non è più allo scacco del datore di lavoro, ciò significa che può manifestare un dissenso, può anche decidere di abbandonare il posto di lavoro se gli vengono fornite informazioni su condizioni lavorative migliori; cosa che prima della massiva penetrazione del telefono era impensabile<sup>32</sup>.

Ciò significa che grazie al possesso del telefono mobile l'empowerment aumenta esponenzialmente, poiché si costituiscono comunità che attivano un flusso di informazioni che permettono ai singoli individui di porsi in maniera critica nei confronti del loro ambiente, aumentando le loro possibilità e modificando la loro condizione esistenziale.

Da questo discende che l'uso del telefono mobile per dare il via ad azioni collettive con implicazioni socio-politiche – come mobilitazioni, organizzazioni di movimenti e manifestazioni – sia altrettanto comune. Secondo Howard Rheingold (2008) le forme di azione collettiva assistita dalla tecnologia mobile hanno permesso agli individui di attuare decisivi cambiamenti influenzando sulla politica attraverso l'organizzazione di attività dimostrative e insurrezioni, anche tramite il richiamo a persone che non

---

<sup>32</sup> I lavoratori che osavano rivoltarsi contro i datori di lavoro anche esprimendo una critica venivano comunemente aggrediti dalle guardie e magari licenziati (Chan 2001)

sarebbero state raggiungibili in precedenza, in modalità non pensabili in precedenza e con una velocità non attuabile in precedenza.

I cittadini, consci del loro potere, del potere delle loro vite connesse, si organizzano e operano in maniera coordinata portando a termine attività collettive di decisiva rilevanza (Castells 2009). Un esempio è rappresentato dal *citizen journalism* fenomeno grazie al quale notizie e contenuti spesso non mostrati dai media mainstream cominciano a circolare e influenzare la sfera pubblica (Koskinen 2008). Questo tipo di produzione grassroot trova network in cui venire distribuita sancendo il passaggio del telefono mobile da mezzo di comunicazione privato a mezzo di comunicazione di massa per le masse (Gillmor 2004; Koskinen 2004). Foto e video catturati dai mezzi dei primi testimoni di eventi di crisi vengono messi in circolazione e in seguito condivisi dai media mainstream (Dunleavy 2005)<sup>33</sup>.

La contestualizzazione dello spazio-tempo viene quindi, come dicevamo, modificata emergendo come risultato di una scelta di individui che entrano in comunicazione; tali comunicazioni inoltre costituiscono network indispensabili all'individuo per dare senso alla sua posizione nel mondo e al mondo stesso.

L'indistinzione di tempo, spazio e attività all'interno di un nuovo *frame* spaziale e temporale, correlato alla comunicazione multiuso, contribuisce alla dematerializzazione della struttura sociale che viene ricomposta intorno a network di interazione fondati sul singolo individuo. (Castells 2008, p. 267)

---

<sup>33</sup> Più in generale per quanto riguarda la comunicazione in emergenza è possibile affermare che, nonostante il sistema dei media tradizionali in alcuni casi abbia un tempo di reazione abbastanza tempestivo, le prime informazioni che permettono agli individui di organizzarsi, coordinarsi e rispondere alla crisi, vengono in genere fornite dal basso attraverso modalità alternative ai canali ufficiali (Ibahrine 2008; Bruns e Liang 2012).

Tali interazioni si confrontano con il contesto sancito dallo spazio dei flussi e dal tempo senza tempo, facendo emergere pratiche di comunicazione che ridefiniscono, ad esempio, le norme tradizionali legate alle buone maniere – e quindi si sedimentano norme legate alla *m-etiquette* -, alla gestione del privato in pubblico e del pubblico nel privato. Queste pratiche si basano quindi non sull'esistenza di un luogo e di un tempo tradizionalmente deputati all'avvenire della comunicazione ma alla selezione di un luogo e di un tempo in cui attivare la comunicazione da parte dell'individuo, secondo i suoi bisogni e priorità. Ovviamente, affinché diminuisca lo scarto di asincronia si troveranno nuovi tempi e nuovi spazi *condivisi* in cui dare luogo alla relazione, tramite nuovi canali e forme di comunicazione, che riprodurranno al loro interno usi e costumi legati a quella determinata connessione - come accade ad esempio agli adolescenti che reintroducono nel loro uso della telefonia mobile una ritualità temporalizzata (Scifo 2005) -, scandita dagli impegni quotidiani di ciascuno dei membri del network e che quindi trova dei tempi stabiliti in base al grado di probabilità di interazione.

Andiamo allora ad esaminare più da vicino la dimensione delle pratiche di comunicazione emergenti dal contesto descritto.

### *2.2.1.3 La dimensione testuale della comunicazione mobile: tra comunicazione faticata e memoria.*

Diverse pratiche di interazione si snodano attraverso il telefono mobile, alcune hanno a che fare con la dimensione relazionale ed emergono dalla conversazione; altre hanno a che fare invece con la comunicazione identitaria, che passa dal telefono mobile in quanto tecnologia indossabile *always on you* (Turkle 2008) – come ad esempio la scelta di un particolare modello, una particolare suoneria, gadget, sfondi e tutte le altre pratiche di

personalizzazione. Data però la centralità della connettività e del *network* che abbiamo sottolineato nella contestualizzazione del telefono mobile, la pratica su cui ci concentreremo riguarda l'interazione abilitata dallo strumento. Nonostante al suo debutto fosse pensato per traffico di chiamate, la dimensione testuale si è imposta come dimensione preferenziale per mantenere i rapporti e comunicare con gli altri, inoltre nel tempo si è stigmatizzata come forma culturale legata allo strumento rendendosi ancor più affascinante da esaminare in seguito al collasso nella forma mobile della Comunicazione Mediata da Computer (CMC).

Appena lo sviluppo della tecnologia lo ha reso possibile, la centralità della dimensione testuale rispetto all'uso vocale del telefono mobile si è subito resa evidente (Ling 2004). Gli SMS si sono rivelati tanto centrali che Gerard Goggin (2008) li descrive come *sineddoche* del mezzo stesso: il loro uso diffuso e il loro imporsi all'interno della cultura del telefono mobile (Trosby 2004) fanno sì che la pratica di mandare messaggi di testo diventi tanto rappresentativa da poter riassumere l'universo culturale<sup>34</sup> legato al senso della telefonia mobile. Con l'evolversi poi della tecnologia la pratica dello scambiarsi messaggi è andata ad espandere il suo dominio, comprendendo non più esclusivamente testi ma anche contenuti multimediali di diverso tipo.

La prima motivazione per il diffuso impiego dei messaggi di testo è di certo stato il loro costo, percepito come inferiore rispetto a una telefonata (Skog e Jamtøy 2002; Taylor e Harper 2001; Ito 2003; Ling 2004) il cui costo è difficile da calcolare poiché basato sulla durata della stessa, al contrario di un SMS il cui costo è sempre invariato e legato al suo essere un evento ben delimitato, percepito come più veloce e in questo senso meno

---

<sup>34</sup> A rinforzare l'idea di questa centralità nell'impiego dei messaggi e il diffondersi della pratica si pensi all'impiego degli SMS dai primi esperimenti di *social television*, per cui si poteva comparire in sovraimpressioni, votare o interagire in altri modi con la trasmissione tramite l'invio di un messaggio di testo (Kasesniemi 2003, Steinbock 2005).

dispendioso di una telefonata (Grinter e Eldridge 2001). Dato il basso costo di adozione mandare SMS è subito diventata l'attività più popolare nelle fasce meno abbienti della popolazione, tuttavia la comunicazione telefonica vocale in certe circostanze evita uno scambio prolungato di messaggi riducendo di netto i costi<sup>35</sup>.

Un'altra caratteristica che sembra aver portato gli utenti a preferire il messaggio alla telefonata è il suo essere meno intrusivo (Taylor e Harper 2001): sebbene possa dare il via ad una interazione, questa può avvenire in un secondo momento e può essere gestita in contemporanea ad altre con meno difficoltà della chiamata per la quale si necessitano determinate condizioni – essere in un luogo poco affollato, essere sicuri che la copertura della rete sia sufficientemente buona, non essere impegnati in altre conversazioni.

Data la brevità del messaggio è stato necessario per gli utilizzatori del servizio sviluppare un linguaggio legato alla pratica, formato da abbreviazioni ed emoticon adottato e sviluppato dagli adolescenti in particolar modo (Kasesniemi e Rautianen, 2002; Scifo 2005) che sottolinea in alcuni casi l'appartenenza a un gruppo, la costruzione di un'identità generazionale e, per gli adolescenti, la fuga dalla sorveglianza dei genitori proprio per la natura clandestina della pratica (Elwood-Clayton 2003) che permette loro di mettere in atto strategie di relazione e comunicazione differenti da quelle tradizionalmente normate dal mondo degli adulti. Ad ogni modo si è di fronte all'adattamento della lingua al formato e ai limiti della tecnologia, complice l'attenzione ai costi (Castells 2007).

---

<sup>35</sup> Sempre per quanto riguarda il fattore spesa, un'altra pratica da prendere in considerazione è quella dello *squillo* – usato dai più giovani come pura comunicazione fatica, che segnala all'altro che si sta pensando a lui - viene utilizzato per comunicare che non si ha credito sufficiente, sottintendendo che si necessita di venire richiamati per attivare una comunicazione voce (Portus 2008).



L'interazione che si sviluppa tramite messaggi di testo può interessare sia la sfera delle relazioni romantiche (Ling e Yttri 2002; Grinter e Eldridge 2001) così come tutta la sfera della socialità, con particolare attenzione alla micro-coordinazione e il rinsaldare il legame e mantenere una *background awareness* riguardo a ciò che accade nei propri network (Ito 2003)<sup>36</sup>. Richard Ling (2008) intende la pratica come peculiare del mezzo e per questo motivo la chiama *mediated ritual*. Tale tipo di rituale avviene contestualmente allo strumento e sembra rinsaldare da una parte il rapporto con esso e dall'altra le relazioni, che attraverso l'uso fatico della comunicazione si riconsolidano nell'interazione. Ad esempio per molte coppie giovani l'uso del telefono per darsi la "buonanotte" o il "buongiorno" via messaggio è una tappa obbligatoria della giornata, che se viene saltata può mettere a rischio la relazione (Taylor e Harper 2001) o è segno che la relazione sia già a rischio (Ling 2008).

The exchanges in themselves are specific event that summarize, in miniature, the relationship between sender and receiver – that is, the giver and the receiver of the gift. In this way they contribute to the broader relationship, in that they enmesh the sender and the receiver in a situation of reciprocity. (Ling 2004, p. 153)

Inviare messaggi è utile al fine di mantenere una relazione intensa e simulare la copresenza, per questo il messaggio può essere letto come una forma di dono (Mauss 1923), nel quale l'atto di mettersi in contatto vale molto di più del contenuto<sup>37</sup> della comunicazione (Johnsen 2003; White e Rosh White 2008).

---

<sup>36</sup> Consapevolezza che aumenta esponenzialmente con l'invio di foto scattate sul momento per rendere gli altri ancora più partecipi della situazione corrente (Ling 2004).

<sup>37</sup> Nonostante il contenuto possa non essere in alcuni casi centrale, va sottolineato come specie per i più giovani, quando il telefono mobile non era dotato di una grande capacità di

Ovviamente tutto ciò aumenta il grado di aspettativa basata sull'accessibilità all'altro – che è data per scontata –, incrementando così il desiderio di controllo e sorveglianza reciproca che si manifesta sotto diverse forme di *violenza simbolica* (Elwood-Clayton 2005)

Anche il calibrare attentamente i tempi di risposta – come accadeva già con altri tipi di comunicazione mediata – è un altro elemento chiave, poiché se da un lato la tecnologia sembra spingere verso tempi di risposta sempre più veloci (Turkle 2008) e non rispondere celermente potrebbe venir interpretato come disinteresse, anche rispondere troppo velocemente potrebbe far immaginare delle intenzionalità non consone (Ling 2004). L'asincronia sottesa all'utilizzo di mezzo di comunicazione trova invece - dal SMS in poi - nelle pratiche di scambio testuale una nuova dimensione temporale dello scambio, simile a quanto accade poi nelle *chat* e nei diversi sistemi di Instant Messaging (IM).

In seguito alla convergenza tra telefono mobile e fotocamere, che diventano integrate nel mezzo, emergono nuove pratiche di invio di messaggi che passano dalla dimensione puramente testuale a quella visuale. L'invio di file multimediali, che avveniva prima della comune adozione dei telefoni mobili di terza generazione via MMS, è stato quasi esclusivamente radicato all'interno di strette cerchie amicali, come rinforzo del legame (Scifo 2005). Tramite la condivisione di immagini private relative a luoghi si contestualizza la comunicazione inviata in base al luogo o alla situazione in cui il mittente si trova, inoltre le immagini raffiguranti la quotidianità o la sfera delle emozioni (Okabe e Ito 2004) contribuiscono a rinsaldare il legame comunitario di piccole cerchie amicali (Koskinen 2007) grazie alla *visual co-presence* (Ito 2004), che permette alle persone con cui siamo in

---

memoria, il messaggio o lo scambio di messaggi era tanto significativo da venire trascritto in quaderni e diari per tenere una traccia della relazione che via SMS si stava articolando (Ling 2004; Scifo 2005).

contatto ma che non sono presenti fisicamente di osservare con i nostri occhi ciò che stiamo osservando.

La fusione di testo e audiovisivo si è ora infatti diffusa in tutto il contesto della comunicazione attraverso la capacità comunicativa distribuita consentita dalla tecnologia wireless. Dal momento che la lingua è strettamente connessa alla formazione di cultura (produzione sistemica e comunicazione di senso) , siamo chiaramente all'interno di un processo di trasformazione culturale associato alla diffusione della comunicazione wireless. (Castells 2006, p. 271)

Il telefono mobile dotato di fotocamera è risultato essere uno strumento in questo senso molto potente anche quando le immagini non vengono inviate. Infatti la possibilità di avere sempre con sé un apparecchio che permette di registrare dei momenti visivamente (Gillmor 2004) e che rende anche possibile conservarli e mostrarli in un tempo successivo, permette una condivisione posticipata, senza inviarli al momento (Kindberg et al. 2004)<sup>38</sup>.

People capture ordinary things in immediate life and share them with their friend and acquaintances in monadic clusters that become even emotionally and relationally more self-reliant than before. It ties friends, acquaintances, and couples closer together by giving them means to share sensations as well as trivial and entertaining observation rather than information needed in solving problems in life. (Koskinen 2008, p. 251)

---

<sup>38</sup> Ciò è sostenuto anche dal lavoro di Barbara Scifo (2005) in cui gli intervistati specificarono come la qualità della fotografia in sé non fosse rilevante, al telefono con fotocamera integrata si perdonava il non produrre fotografie in alta definizione proprio per la possibilità di catturare un ricordo in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo, avendo sempre lo strumento a disposizione.

Attraverso un veloce sguardo alla galleria fotografica o anche solo ai messaggi, che riletti nel presente ricordano a chi li ha scritti o ricevuti gli stati emotivi e i pensieri del passato (Turkle 2008). Il telefono mobile rappresenta così anche un archivio mobile di memoria (Daisuke e Ito 2003), che in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo, con estrema facilità risulta consultabile. Ricordi di momenti possono venire vissuti per nostalgia o semplicemente per riempire tempi morti mentre si svolgono azioni routinarie (Scifo 2005).

### 2.3 Il virtuale schermico sul corpo

Il telefono mobile oggi è un *multipurpose device* (Katz 2008) i cui usi vanno molto oltre la possibilità di effettuare chiamate e mandare messaggi. Esso è diventato uno strumento attraverso cui ascoltare musica, controllare e gestire la propria agenda, la sveglia, piattaforma attraverso cui giocare e soprattutto accedere ad Internet. Da quando la rete si è incarnata nella tecnologia di comunicazione mobile le sue potenzialità virtuali si sono moltiplicate, fino a far diventare l'oggetto un oggetto *smart*, aumentandone quindi il carattere di immaterialità (Caronia 2003).

Da mille colori e forme possibili, che in qualche modo attiravano l'attenzione sull'oggetto tramite un asset di combinazioni materiali e rendendolo come abbiamo visto anche rispondente a un bisogno di personalizzazione come segno di riconoscimento in quanto facente parte di un gruppo o meno, oggi la forma più comune è quella del monolito nero di Kubrickiana memoria. Il potere differenziante sta nell'alone di significato che uno o l'altro brand possono ancora comunicare, per indirizzare la scelta. L'assorbimento della tastiera all'interno dello schermo e la conseguente espansione dello stesso fino al limite ultimo della superficie racchiudibile in un palmo hanno trasformato il telefono mobile in un oggetto evoluto assai

diverso e di una potenza difficilmente comparabile a qualsiasi altra tecnologia di telecomunicazione privata.

Lo *smartphone* così diventa tutto schermo, o più precisamente è lo schermo a cannibalizzare il telefono. La necessità di avere più spazio per i messaggi, le funzioni che si moltiplicano e i menù che aumentano, l'evoluzione della tecnologia *touchscreen* e il progressivo passaggio da atomi a bit del mondo (Negroponte 1995) hanno portato a questa forma congeniale all'essere umano in termini di usabilità e intuitività ma altrettanto avulsa da qualsiasi condizione egli avesse mai potuto esperire.

Ciò che lo schermo fa, si era detto nel primo capitolo, è comportarsi come il virtuale, incorporando il virtuale. Diventa trasparente ma è opaco, attualizza temporalità diverse, è profondità di superfici. Alle volte è una soglia, alle volte è una finestra, ma rimanda in ogni caso ad altro. Costantemente è frammento di virtualità nello spazio fisico.

Con il farsi mobile dello schermo la questione diventa più complessa. Fino a questo momento quando si parlava di Realtà Virtuale si presupponeva la presenza di tutte quelle tecnologie abilitanti il corpo all'accesso e alla navigazione del cyberspazio, portandolo a diventare un corpo telematico (Boccia Artieri 1998). Questa nuova dimensione corporale vive nella tensione tra l'annullamento della carne in quanto specificità e il suo potenziamento in termini di possibilità. Il corpo gode del moltiplicarsi delle sue possibili attualizzazioni non ancora verificate. Ecco, nella deriva tecnomediale, perde quindi dal punto di vista della centralità fisica per guadagnarne in termini di virtualità, superandosi nella sua nuova condizione tendente al post-organico.

Nel regime dell'umano lo strumento tecnologico si configura sostanzialmente come prosecuzione funzionale dell'organismo, lasciando impregiudicata l'originarietà cronologica e ontologica del corpo umano, Nel postumano [...] la tecnologia si impianta invece direttamente all'interno

del corpo, producendo un ibrido biotecnologico che [...] rende improprio distinguere tra organico e inorganico, umano e macchinico, naturale e culturale, femminile e maschile. (Borrelli 2003, p. 450)

Questo processo trova nella formulazione del concetto di *cyborg* la sua stigmatizzazione più efficace. Il termine, che nasce negli anni Sessanta e che viene successivamente ripreso e nutrito dagli immaginari sottoculturali legati al cyberpunk (Scelsi 1990), indica un accoppiamento strutturale tra il comparto organico – cioè l'uomo – e il comparto macchinico – le protesi, le tecnologie di vario genere. Da questo accoppiamento emerge una nuova forma di vita che va oltre qualsiasi possibile tensione dicotomica e qualsiasi definizione tradizionale (Haraway 1985), dove corpo e tecnologie si incontrano (Boccia Artieri 1998). Come ricorda Sherry Turkle (2008), nella metà degli anni Novanta, un gruppo di ricercatori del MIT Media Lab portava con sé zainetti con radio trasmettitori e computer, tastiere in tasca, occhiali su cui erano montati dei display, che si faceva chiamare *the cyborgs*. Il loro tentativo andava contemporaneamente nella direzione del *re-embodiment* e del *disembodiment*: da una parte la tecnologia era una protesi che aumentava le facoltà del corpo, dall'altra il corpo andava a scomparire in una realtà diversa ovvero quella dello spazio virtuale.

The self, attached to its devices, occupies a liminal space between the physical real and its digital lives on multiple screens. (Turkle 2008, p. 122)

Il cyborg è la forma che assume la virtualizzazione del corpo, o la virtualizzazione nel corpo, facendo perdere il primato alla materialità – cioè la carne – di qualsivoglia specificità definitoria considerata come sacra in quanto fondante l'individuo (Braidotti 2013). Mentre invece celebra il molteplice, la possibilità di rinvio, l'esistere non come essere definito ma come processo in una dimensione di continua sperimentazione cognitiva.

Questo accoppiamento con la tecnologia può avvenire a diversi livelli, dalla dimensione intrusiva della tecnologia – ovvero il sostituirsi della macchina a parti del corpo, il suo invadere fisicamente il corpo – a quella

superficiale, per cui la tecnologia si posizionerebbe sulla superficie del corpo aumentandone le possibilità.

Il corpo virtualizzato si ricontestualizza così nelle reti telematiche sotto forma di avatar, doppi “altri” di un’identità risemantizzata nei percorsi digitali. (Boccia Artieri 2004, p. 110)

Questi *percorsi digitali* avvengono, anzi compongono, il cyberspazio che è quello spazio dei flussi di comunicazione, accessibile dallo smartphone, che si configura a rete tramite le connessioni uomo-macchina.

Quindi da un lato abbiamo un corpo organico situato nel mondo fisico, in una realtà che si caratterizza per l’elevato grado di mobilità che comporta, dall’altro abbiamo lo schermo che si disancora dal luogo fisico di fruizione, facendo diventare il corpo tale luogo. Radicandosi non tanto nella mobilità, ma nel corpo poiché, come abbiamo visto, non è la mobilità la condizione di utilizzo del telefono mobile.

L’unione che si genera però non annulla la fisicità della corporeità, anzi essa viene messa in gioco dal *touch screen* e dalle modalità di interazione con il *touch screen*, né la fisicità del luogo in favore dell’accesso al cyberspazio, poiché il luogo come abbiamo visto si problematizza moltiplicando i piani.

Si viene così a creare un individuo che vive nel suo corpo e grazie ad esso interagisce con il mondo fisico e con la fisicità del virtuale espressa dalla superficie del *touch screen*. Egli si muove nel mondo che gli richiede tale movimento ma l’esperienza dello spazio che percorre, anche in termini di temporalità, è del tutto modificata. Vive costantemente nella condizione del possibile altrimenti poiché abituato ad avere sulla pelle uno strumento che gli mostra la contingenza in quanto di essa si compone. Esperisce la solitudine solo come scelta perché è naturalmente connesso, in compagnia di relazioni presenti sullo sfondo. Tutto ciò che accade passa dal virtuale

schermico: vi accade dentro o vi viene immagazzinato come ricordo. Tutto ciò che accade, accade *in progress* che è poi la cifra distintiva dell'essere cyborg.

Il cyborg elettromeccanico metaforizza, estremizzandola, una condizione di artificializzazione del corpo che si avvia a essere condizione comune dell'essere umano mano a mano che il secolo XX si avvicina al suo termine, ma sembra reticente a esprimerne il carattere davvero pervasivo nel quotidiano. (Caronia 2003, p. 140)

Lo schermo non è più una soglia, non è più un quadro, né una finestra. Il virtuale schermico mobile è la virtualità che si rende trasportabile, per poter radicarsi nella carne e assottigliare il passaggio. Incorporato, lo schermo mobile, non diventa che un'ulteriore facoltà dell'individuo che a partire dalla sua corporeità e dalla sua posizione nel mondo quotidianamente esperisce la contingenza, in una dimensione che in cui *online* e *offline* si fondono. La Realtà Virtuale è la realtà.



### 3. Digital storytelling: la narrazione digitale del sé nella (mobile) network society.

*Siamo le storie che ci raccontiamo. In quest'universo, e in questa esistenza, dove viviamo con questa dualità: esistiamo o non esistiamo? e chi siamo? Le storie che raccontiamo a noi stessi sono le storie che definiscono le potenzialità della nostra esistenza.*

*Siamo le storie che ci raccontiamo. E questa è l'ampiezza con cui vediamo le storie. Una storia è la relazione che si sviluppa tra chi siete, o chi siete potenzialmente, e il mondo infinito: questa è la nostra mitologia.*  
(Shekhar Kapur, *Siamo le storie che ci raccontiamo*, TED Talks 2010)

*Tu credi che un fatto sia qualcosa di reale, di oggettivo e indiscutibile, vero? Che le cose accadano e quando accadono noi ci sbattiamo contro il muso, e reagiamo. Be', non è così, non nel mio mestiere, e neanche in questo schifo di mondo, per quel che ne so io. Un fatto è reale solo se e quando riesci a ricostruirlo.*  
(Girolamo De Michele, *Tre uomini paradossali*)

Nei precedenti capitoli si sono poste le basi per descrivere la condizione contemporanea dell'individuo nel suo fare esperienza del mondo, evidenziando la centralità della presenza di schermi e come questi nella loro evoluzione rispondono alla dimensione della mobilità, rappresentando il supporto che meglio di altri sintetizza e contiene in sé le chiavi di accesso alla comprensione della complessità del reale.

Come si è visto, infatti, lo schermo è una superficie di virtualità che nella sua declinazione mobile non solo permette in qualsiasi momento di pensare a possibili selezioni da attivare, ma è il fondamento di una nuova condizione

esistenziale: quel perenne stato di connessione in cui la distinzione on-line e off-line perde di significato<sup>39</sup>. Il *mobile networking* comporta quindi

Soprattutto una radicale ridefinizione delle pratiche sociali, del senso di appartenenza a specifiche comunità, in presenza e in remoto, e un continuo attraversamento, senza soluzione di continuità, della soglia che un volta distingueva – e separava rigidamente – il mondo fisico dal mondo virtuale (Marinelli 2004, p. 35)

Per cui non si può più guardare allo schermo come una mera soglia che sancisce un confine e permette di accedere ad *altro*, esso è quello strumento che abilita l'individuo ad abitare un mondo in cui questo *altro* viene ricompreso.

Bisogna a questo punto specificare che, nella sua cosiddetta *terza fase* (Carlini 2002, Rainie e Wellman 2012), Internet diventa un ambiente digitale integrato all'ambiente naturale tramite il dispositivo mobile connesso, che si può descrivere come *personal medium* e cioè

Uno strumento di comunicazione pienamente multimediale, interattivo e personale interconnesso ad altri in tempo reale [...] ovvero in grado di veicolare testo, immagini, suoni [...] dotato di un alto grado di simmetria comunicativa, personalizzabile a piacere da parte dell'utente (Chiarvesio e Lemmi 1996 p. 149)

Questo tipo di artefatto rende possibile acquisire e scambiare informazioni, ampliando quindi la propria conoscenza del mondo (fisico)

---

<sup>39</sup> Ovviamente ciò non significa che non sia più possibile pensarsi “scollegati” o che questa connessione sia perenne o che non ci renda conto di accedere a degli spazi on-line, piuttosto si intende dire che le tecnologie in nostro possesso, in particolar modo gli smartphone, abilitino in maniera costante la possibilità di venire perturbati dalla connessione e di perturbare le proprie connessioni stimolando la comunicazione.

attorno e indirizzando le proprie azioni di conseguenza. Per questo motivo, ciò che veniva nei primi studi legati alla Rete, identificato come *cyberspazio*<sup>40</sup> (Gibson 1984, Benedikt 1991) e inteso come derivante

Da una specie di credenza magica del profano (ma anche dell'utente smaliziato, se non forse dello stesso specialista) nell'esistenza di un mondo dietro allo schermo del monitor. (Caronia 2010, p. 29)

in questo elaborato risulta essere un concetto limitante, legato a una distinzione che difatti, nell'esperienza quotidiana non esiste. Lo schermo mobile, indossabile, in cui confluisce la tecnologia della connessione Internet, mostra in maniera evidente che ciò che veniva descritto come "mondo on-line", in realtà non è un luogo a cui collegarsi scollegandosi dal resto; ma che anzi il senso della propria posizione nel mondo e il senso del mondo stesso vengono attribuiti grazie alla coalescenza di quelli che - per pura necessità esplicativa - dobbiamo definire come i due lati dello schermo<sup>41</sup>.

Questa terminologia tuttavia rischia di essere fuorviante e figlia di un pensiero che, come abbiamo detto, si cerca di superare in quanto legato a una distinzione che va ripensata. Secondo questo ragionamento una

---

<sup>40</sup> Per una disamina del concetto di cyberspazio si rimanda a Briggs e Burke 2010, pp. 411-418.

<sup>41</sup> Di fronte a questo limite linguistico, si è trovato anche Luciano Paccagnella (2000) che, riferendosi alla comunicazione via computer, illustra brevemente come ci si trovi in effetti di fronte ad un dilemma terminologico, dal quale si cerca di uscire tramite espedienti retorici. Partendo dal presupposto che usare l'acronimo IRL (In Real Life) porterebbe ad indicare l'altra dimensione come "non reale" ed è altrettanto vero che riferirsi al mondo "fuori dallo schermo" come "vita quotidiana" è assai limitante poiché un numero crescente di individui - in Occidente - fruisce quotidianamente di Internet, che va appunto a far parte dell'esperienza di ogni giorno. Per uscire da questa empasse l'autore, ammettendo i limiti di questa scelta, opta per la classica distinzione on-line/off-line.

definizione più corretta sarebbe allora che lo stato di connessione, non più legato a un luogo e a un tempo, si virtualizza e facendo ciò supera la distinzione dentro/fuori la superficie schermica. Lo stato di connessione è, in questo senso, lo stato naturale in cui l'individuo si trova a muoversi nel mondo, al di là che i passi siano all'interno di una festa tra amici o tramite un *poke* su *Facebook*.

Chiaramente ciò non significa che le azioni siano osservate tramite equivalenza o vi siano necessariamente da rintracciare delle congruenze. Questa necessità non si pone, proprio perché non ha importanza quale delle dimensioni venga prima in ordine di valore. Anzi, proprio come per qualsiasi ambito e contesto in cui l'individuo è calato, esistono peculiarità date da legami sociali, norme sociali e caratteristiche dello spazio o degli strumenti. Andare in treno o andare in bicicletta rispondono alla stessa necessità di spostamento e assolvono al medesimo compito ma attraverso modalità e pratiche differenti. In questa stessa maniera le chiacchiere attorno alla macchina del caffè in un ufficio, le catene di *mention* su *Twitter* e le conversazioni attorno ad un hashtag rispondono alla medesima volontà (o necessità) comunicativa, ma ciascuna arriva a risolversi nella modalità che è adatta al mezzo, alle connessioni che attiva e alle pratiche che lo descrivono. Tuttavia, per meri fini esplicativi, dovremo nostro malgrado in qualche modo riferirci ai “due lati dello schermo” per riuscire ad orientarci nella descrizione.

Il seguente capitolo prende in considerazione, dunque, la dimensione *oltre lo schermo* in cui le reti che costruiamo e i contenuti in cui ci imbattiamo producono la contemporanea esperienza della connessione, data dal relazionarsi dei *due lati dello schermo*. Per entrare nel vivo della questione si procederà nella descrizione di quello che viene chiamato Web Sociale - o, comunemente, Web 2.0<sup>42</sup>(O'Reilly 2005) poiché luogo

---

<sup>42</sup> Per la definizione di Web 2.0 si rimanda a

privilegiato di osservazione del rapporto quotidiano tra queste due dimensioni.

### 3.1 La terza fase di Internet e il Web Sociale: mobile social networking.

Quella che stiamo attualmente sperimentando è la cosiddetta terza fase di Internet, che si mostra come

Una molteplicità di reti, con e senza fili, specializzate in diversi servizi e contenuti e tutte comunque accessibili con terminali ed apparati diversi: TV, console da videogiochi, cellulari, palmari, e tra gli altri anche il vecchio PC. Ovviamente sono tutte reti digitali e in comune hanno la modalità di trasporto dati, l'Internet Protocol che ha dato così buon prova di sé. Da un lato c'è la convergenza spinta tra le diverse reti, ma dall'altro esse divergono vistosamente perché si specializzano nei contenuti e nelle modalità di accesso e uso. (Carlini 2002, p. 55)

Si è anche già detto come questa sia diventata *embedded* nelle nostre pratiche quotidiane legate all'informazione e alla comunicazione. Reti di relazioni e di contenuti, e di relazioni tramite i contenuti, si snodano attraverso diversi spazi online e tramite diversi *device*, proponendo ai propri utenti

Un potere di disposizione, in tempo reale, attraverso i dispositivi mobili, sul mondo fisico, sulle informazioni che riguardano il mondo e che finora sono rimaste nascoste nel cyberspazio (nonostante i motori di ricerca), lontane e difficili da raggiungere (solo attraverso il PC collegato in rete). (Marinelli 2004, p. 34).

Il telefono mobile, in questa fase – come molti altri oggetti nell’ottica dell’Ubiquitous Computing (UbiComp) e dell’Internet of Things (IoT) <sup>43</sup> – diventa *smart*, configurandosi secondo una nuova funzione: quella di *telecomando per il mondo fisico* (Rheingold 2003).

Per meglio comprendere questa definizione riportiamo di seguito i dati riguardanti la diffusione dello strumento e il suo uso sempre più orientato alla dimensione connettiva della Rete.

### 3.1.1 Dati relativi all’accesso di Internet da dispositivi mobili in Italia

La penetrazione del dispositivo mobile e la centralità che questo sta assumendo nel mondo è ben spiegata dai seguenti dati:

By the end 2015, there are more than 7 billion mobile cellular subscriptions, corresponding to a penetration rate of 97%, up from 738 million in 2000 [...] globally, mobile-broadband penetration reaches 47% in 2015, a value that increased 12 times since 2007 [...] the proportion of the population covered by a 2G mobile-cellular network grew from 58% in 2001 to 95% in 2015 (ITU 2015)

Per quanto concerne in particolare l’Italia e l’accesso a Internet da mobile, dall’International Communications Market Report del 2015 di

---

<sup>43</sup> Nel 1988 il Computer Science Laboratory della Xerox Palo Alto Research Center avvia un programma di ricerca legato alla progettazione di artefatti, pensati per l’uso quotidiano, che integrassero dei mini-computer. Con l’avanzare della tecnologia della rete, l’interesse si è spostato sulle wearable technologies nella direzione dell’Internet of Things, fino all’Internet of Everything in cui oggetti, corpi, servizi sono collegati e possono dialogare tra loro.

Ofcom<sup>44</sup>, risulta che questa modalità di accesso alla rete stia progressivamente soppiantando le forme di connessione più tradizionali, in confronto agli altri paesi europei. Ad esempio nell'Ottobre 2015 il 68% degli utenti della Rete si è connesso tramite linea fissa, contro il 79% del Regno Unito e l'84% della Francia. Ancora più interessante è il dato relativo all'accesso a internet settimanale da smartphone, che registra un 89% di utenti che si collega abitualmente da mobile; dato battuto solo dalla Spagna che ha raggiunto una percentuale di accesso del 91%. Tuttavia l'Italia si è rivelata essere la sola nazione in cui più della metà degli adulti online (51%) si connette via smartphone almeno una volta a settimana mentre in paesi come la Francia, la Germania o la Svezia la percentuale non va oltre il 33%.

Questo risultato ha di certo a che fare con la penetrazione dei device mobili in Italia<sup>45</sup>, secondo lo studio CISCO "Connected Life market watch"<sup>46</sup> infatti gli italiani

oggi possiedono in media più di tre dispositivi mobili ciascuno (3,3); oltre l'80% degli intervistati ha dichiarato di avere un computer portatile ed il 73,5% usa lo smartphone; il 35,6% possiede un tablet e una percentuale significativa di intervistati ha dichiarato di utilizzare un po' di tutto: dai computer portatili agli smartphone ai tablet, oltre a eReader e dispositivi di mobile gaming. (CISCO 2014)

---

<sup>44</sup> Dati consultabili all'indirizzo:

[http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/cmr15/icmr15/icmr\\_2015.pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/cmr15/icmr15/icmr_2015.pdf)

<sup>45</sup> Altro dato interessante relativo alla connessione da device mobili è quello relativo ai luoghi di connessione, poiché dalla ricerca emerge chiaramente la preferenza degli italiani al collegarsi da casa e non in mobilità come invece suggerirebbero i mezzi utilizzati. Sottolineando ancora una volta non tanto la necessità della fruizione durante gli spostamenti giornalieri, quanto la centralità dei device.

<sup>46</sup> Dati consultabili all'indirizzo: <http://www.cisco.com/web/IT/press/cs14/20140204.html>

Da questi dati emerge quindi come in Italia il device mobile risulti essere centrale nell'esperienza quotidiana legata alla connessione alla Rete, anche non in mobilità.

Inoltre nonostante il tasso di penetrazione di Internet sia uno dei più bassi in Europa (58% contro il 68% della media europea), le ore spese giornalmente online tramite mobile sono 2,2 mentre in paesi dove la penetrazione di Internet è assai più rilevante come Francia (84%) e Inghilterra (87%) le ore passate connessi da device mobili sono rispettivamente 1,4 e 1,6. Altro dato sopra la media risulta essere quello relativo all'accesso ai Social Media, ai quali accede il 42% della popolazione contro un 40% relativo allo scenario europeo<sup>47</sup>.

Andiamo quindi a descrivere le principali caratteristiche di questi particolari luoghi della Rete in cui ci si trova a fare esperienza e che contribuiscono alla costruzione del senso della vita connessa nella mobile network society (Castells 2004).

### 3.1.2 I Social Media

Internet nella sua evoluzione ha visto lo svilupparsi di diversi luoghi online legati a precise pratiche comunicative che hanno al loro centro i contenuti condivisi e prodotti dagli utenti. Grazie a questi contenuti si strutturano delle relazioni rese visibili dalla tecnologia della rete. Dalle community di fan nei forum ufficiali e le Usenet, dai link reciproci tra blogger, si arriva alla definizione di spazi strutturati e strutturanti la socialità online. Tuttavia per Web Sociale non intendiamo la mera evoluzione tecnologica legata all'apparizione di piattaforme ad hoc che stimolano e rendono possibile, secondo le proprie peculiari grammatiche, le relazioni e

---

<sup>47</sup> Dati consultabili all'indirizzo:

<http://www.slideshare.net/wearesocialit/social-digital-mobile-in-europa-2014>



lo scambio di contenuti, ma tutto quell'insieme di pratiche di aggregazione alla base delle relazioni sociali che fondano le varie cerchie di utenti della Rete.

Nonostante questo, nel senso comune, vi è una quasi totale sovrapposizione tra Social Media e Social Networking Sites, che sono quella parte per il tutto che va a descrivere un universo ben più ampio che è quello del Web Sociale, situato in un contesto ancor più vasto che è quello di Internet. Nella pletora di spazi che vanno a comporre quelli che sono definibili come Social Media, abbiamo infatti ambienti molto diversi tra loro come le piattaforme di blogging, i forum, gli wiki, gli spazi del gaming online ma che in comune hanno l'abilitare l'utente a

Un accesso generalizzato allo stato di contingenza del mondo, cioè a quell'orizzonte di possibilità in sé né necessarie né impossibili che attraverso queste tecnologie di comunicazione diventano appunto accessibili e concretamente gestibili. Possiamo infatti pensarci in una perenne connessione potenziale tra persone, cose e fatti, una connessione da poter attivare e gestire in tempo reale e a distanza attraverso gli strumenti del comunicare che pervadono la nostra vita quotidiana. (Boccia Artieri 2009, pp. 24-25)

L'ambiente comunicativo creato da tutti questi spazi di possibilità, a cui comunemente ci si riferisce come Web 2.0, a cui aggiungiamo anche il numero crescente di applicazioni per dispositivi mobili, ha da un lato risposto all'esigenza comunicativa tipica dell'essere umano e che già era emersa in modo differente nel primo Web, e dall'altro ha abilitato nuove modalità di relazione, modificato o creato ex-novo delle pratiche comunicative.

Poiché l'essere umano dalla comparsa del linguaggio, prima, e poi della scrittura è abituato a usufruire di una comunicazione mediata che si è

progressivamente disancorata dalla co-presenza di Ego e Alter tramite le innovazioni tecniche e tecnologiche – tramite la corrispondenza scritta e il telefono - il vero stravolgimento introdotto dal Web nella sua dimensione sociale ha a che fare con la possibilità proposta dalla Rete di appropriarsi di strumenti di comunicazione di massa per le masse (Boccia Artieri 2009, Giglietto 2009). Quello che sembra un gioco di parole segna un passaggio decisivo, mai avvenuto in passato: per la prima volta nella storia ampi strati di popolazione hanno avuto accesso a mezzi di comunicazione per raggiungere un numero potenziale di contatti a cui solo i media broadcast tradizionali potevano fare riferimento. Questa condizione rivoluzionaria produce quindi un cambiamento nel paradigma comunicativo a cui si era abituati essendo stati pubblico dei media di massa. Da pubblico, e quindi oggetto di comunicazione, bersaglio da colpire, si è passati ad essere soggetti agenti, produttori di comunicazione per le masse; andando quindi a esperire come ribaltato il proprio senso della posizione nella comunicazione (Boccia Artieri 2009, Boccia Artieri 2012, Colombo 2013).

Il passaggio descritto, inoltre, sottintende non solo un *empowerment* comunicativo per lo spettatore/cittadino/consumatore ma anche l'esporsi a un nuovo tipo di pubblico che abita l'ambiente della rete. Infatti

L'essenza della novità proposta da internet in questo contesto è riassumibile nella considerazione che oggi l'accesso alla comunicazione verso un pubblico indistinto non è più ristretto a un'élite di professionisti. (Giglietto 2009)

Il che significa che i destinatari della comunicazione prodotta nel Web Sociale costituiscono una *audience invisibile* (boyd 2010), cioè un pubblico immaginato che non si può conoscere per intero, e aver sviluppato questa consapevolezza è uno dei punti fondamentali della *new media literacy* (Jenkins 2006). Questo pubblico presenta però anche un'altra caratteristica,

quella di essere *networked publics* (Ito 2008), ovvero la collettività che emerge dall'incontro di individui, tecnologie e pratiche (boyd 2010). Una collettività connessa e reattiva, sempre più portata a uno scambio comunicativo di tipo orizzontale, secondo cui i contenuti prodotti rappresentano uno stimolo a cui rispondere, un oggetto da modificare o semplicemente diffondere nello spazio dei flussi della network society (Castells 1996).

Ciò presuppone la progressiva interiorizzazione delle grammatiche e della logiche dei mezzi attraverso cui gli individui possono produrre - User Generated Content - e condividere - User Distributed Content - i contenuti (Jenkins 2006). Questo processo, chiamato *farsi media* (Boccia Artieri 2012), prevede da un lato il possesso e la *domestication* dei dispositivi mediali, che si realizza non solo possedendo uno strumento a soprattutto forzandone i limiti ed esplorandone le potenzialità fino a sperimentarne le possibilità attraverso personali percorsi di attribuzione di senso che si allacciano a quelli collettivi generando nuove modalità di utilizzo. Dall'altro lato c'è la dimensione del *become the media* ovvero la produzione grassroot di contenuti che ibridano linguaggi dal basso e mediali, diventando produttori di contenuti personali che rispondono anche alle logiche del broadcasting, ovvero, i contenuti vengono trattati, proposti, selezionati secondo il codice notiziabilità/non notiziabilità del sistema dei media (Luhmann 1996). Ciò che prima magari viveva in un ruolo di marginalità – il privato della vita quotidiana, non per questo di certo meno importante – risponde alle logiche della Rete. Per cui i tutti contenuti prodotti e pubblicati online, e quindi espressi in bit secondo la logica del digitale, godono – o meglio assumo – quattro caratteristiche<sup>48</sup> enucleate da danah boyd (2010):

---

<sup>48</sup> A queste si dovrebbe aggiungere *audience invisibili* per sottolineare la possibilità di questi contenuti di venire fruiti da un bacino di utenza che non è possibile conoscere o controllare, ma avendo già toccato questo punto non verrà ripetuto.

- Persistenza
- Replicabilità
- Scalabilità
- Ricercabilità

Questi quattro elementi rappresentano al contempo la valenza positiva di pubblicare in Rete, sia i limiti o i rischi che questo comporti. Ciò che viene reso pubblico tende infatti ad essere *persistente* e sebbene la persistenza di oggetti volatili sia stata con la scrittura – che rende la memoria “tangibile” – sia con la fotografia – che strappa un momento volatile allo scorrere del tempo – gli individui si siano abituati a questa possibilità, essa si rivela essere problematica quando *di default* i contenuti prodotti, che siano essi fotografie o commenti e conversazioni, vengono salvati da qualche parte e sono potenzialmente riattualizzabili fuori contesto anche da altri. Ciò che prima era relegato al mondo della chiacchiera, del volatile, diventa adesso persistente, potenzialmente richiamabile ad essere presente producendo degli effetti imprevisti se attualizzato fuori dal contesto spazio-temporale – e relazionale – in cui era stato attuato originariamente. Per questo motivo, vediamo il moltiplicarsi di App che giocano invece sull'impermanenza del contenuto, come ad esempio l'applicazione di Messaggistica Istantanea (IM) *Telegram*<sup>49</sup> che permette di temporizzare (a piacimento) il messaggio prima di farlo dissolvere, oppure l'applicazione IM multimediale che incorpora testo, video o immagine *Snapchat*<sup>50</sup> che prevede l'automatica scomparsa del messaggio dopo 10 secondi dalla sua apertura. Questi rappresentano solo due esempi della *istituzionalizzazione* di un evidente bisogno da parte

---

<sup>49</sup> Creata nel 2013.

<sup>50</sup> Creata nel 2010.

dell'utenza<sup>51</sup> di sfuggire dal ricordo forzato, che non solo rende permanente ciò che magari sarebbe per sua natura volatile e non importante da conservare, ma depotenzia anche il valore di ciò che andrebbe ricordato proprio perché il sistema della memoria funziona attraverso la distinzione ricordo/oblio che quindi basa il suo valore sulla selezione operata (Luhmann 1992; Bartoletti 2011). Ciò che diviene memoria lo diventa grazie a quel che viene dimenticato. Annullando questa possibilità nel flusso di contenuti prodotti vi è il rischio che venga a mancare questa significazione che è poi un modo di ordinare e comprendere l'esperienza.

Altra caratteristica è la replicabilità ed essa si basa proprio sulla natura digitale dei contenuti. Essendo prodotti in bit ed essendo questi ultimi facilmente duplicabili favoriscono da un lato la facile moltiplicazione di un file e quindi la sua diffusione, ma è altrettanto vero che ne rendono relativamente facile anche la modificabilità. Con ciò si è ben oltre il problema dell'*aura* di un prodotto nell'epoca della sua riproducibilità (Benjamin 1936), poiché ci si confronta con la problematicità del risalire alla fonte di produzione iniziale – come nel caso dei *meme*<sup>52</sup> di cui è spesso impossibile risalire alla genia originaria<sup>53</sup> – e ciò ha poi conseguenze specialmente sul mercato che sui diritti di proprietà basa il suo successo. Quando il mercato si inserisce nella logica del digitale assistiamo a due tipi di economie differenti che si scontrano – quella di mercato appunto e quella morale, del dono - e a due culture che entrano in collisione. Internet, che

---

<sup>51</sup> Bisogno che si esprime attraverso tattiche di resistenza a diversi livelli, come ad esempio la pratica di cancellare i *log* delle conversazioni private, o la revisione dei contenuti pubblicati sui propri profili pubblici selezionando cosa tenere e cosa cancellare.

<sup>52</sup> Per *meme* nei *cultural studies* si intende un frammento che permette ad una cultura, a un sapere, di replicarsi e diffondersi (Blackmore 1999), come teorizzato per la genetica da Dawkins ne “Il gene egoista” (1976). <http://knowyourmeme.com/>

<sup>53</sup> Un tentativo di tracciare la genealogia delle forme memetiche che si incontrano nel Web è rappresentato dal sito web con afflato enciclopedico <http://knowyourmeme.com/>

nasce come luogo della libera circolazione di informazioni e contenuti sviluppa delle pratiche di ri-significazione e modellamento dei contenuti provenienti spesso dalla cultura mainstream, giocando con il senso, sovvertendolo alle volte<sup>54</sup>. Come risposta alla *peer production*, tipica delle culture legate a Internet, ci si trova di fronte a soluzioni quali le *creative commons* che sono una modalità attraverso cui si esprime l'accettazione delle logiche di modificabilità e modulabilità dei contenuti<sup>55</sup>. Poiché

Ci troviamo di fronte a una riarticolazione, come detto, fra forme della comunicazione interpersonale e forme della comunicazione di massa che modificano il contesto produttivo de contenuti introducendo motivazioni di senso differenti [...] che non possono essere letti secondo i principi economicistici classici del mercato o in base alle differenze di valore del mercato della cultura ma vanno ricondotte dentro le pratiche effettive e al tipo di differenze di valore contingenti. (Boccia Artieri 2012, p. 92)

La terza caratteristica è rappresentata dalla scalabilità, che appunto perché i contenuti sono tendenzialmente permanenti e replicabili quindi diffondibili, è possibile anche che questi raggiungano una tale distribuzione da diventare iper-visibili. Da un lato per le nicchie di *attention seekers* come quelle rappresentate dalle *micro-celebrity* (Senft 2008) o per il fenomeno del giornalismo dal basso (Gillmor 2004) questa potrebbe essere una caratteristica desiderabile. Tuttavia, proprio per la mancanza di controllo sul contenuto pubblicato in Rete soggetti provenienti dal mercato dei media di massa o semplici utenti della rete, potrebbero subire delle spiacevoli conseguenze. I primi venendo sottoposti a azioni di pirateria (Walker 2004)

---

<sup>54</sup> È questa la logica del *remix*, del *mash-up*, del *culture jamming* e in fine del *subvertising* (Cfr. Aufderheide e Jaszi 2008)

<sup>55</sup> Cfr. Aufderheide 2011

e i secondi vedendo diffuso massivamente un contenuto che sarebbe dovuto rimanere semi-privato (Knobel e Lankshear 2007).

Come ultima caratteristica c'è la ricercabilità, che se da un lato rende possibile l'entrare in possesso di informazioni facilmente, organizzate tramite sistemi di *tagging*, grazie agli *hashtag* e ovviamente grazie all'indicizzazione dei contenuti tramite i motori di ricerca, d'altro canto rendono tracciabili contenuti a produttori. Per questo motivo, ora che quella online è una dimensione esperita quotidianamente e attraverso sempre più modalità affidiamo dati a provider online (Keen 2012) e il processo di digitalizzazione del mondo rende ricercabili documenti, atti pubblici che nell'era pre-Web sarebbero stati comunque pubblici ma difficilmente ottenibili con la sola digitazione di un nome in un motore di ricerca, si parla sempre di più di *diritto all'Oblio* nella Rete che permetterebbe in sostanza di "eliminare" i contenuti non più coerenti con la propria persona – come ad esempio pene scontate, reati caduti in prescrizione, etc. Ovviamente questa è l'ennesima dimostrazione di come la dimensione digitale, online, abbia molta "fisicità", un peso poiché l'esistenza si snoda e passa attraverso entrambi questi lati dello schermo.

Le caratteristiche fino a qui elencate, l'ibridazione dei linguaggi e il processo di rimediazione (Bolter e Grusin 2003) che avviene nei new media, il moltiplicarsi dei mezzi di comunicazione di massa per le masse sono alla base di quella che viene chiamata da Henry Jenkins *cultura convergente*<sup>56</sup> (2006), ovvero un modello culturale secondo il quale le culture partecipative (Jenkins 2009) sono il soggetto a cui riferirsi

Anziché continuare a parlare dei produttori e consumatori come se occupassero ruoli diversi, oggi potremmo considerarli come interagenti [...] la convergenza non avviene tra le attrezzature dei media [...] ma nei cervelli

---

<sup>56</sup> Per un'analisi storico-sociale del concetto cfr. Briggs e Burke, 2010, pp. 353-409.

dei singoli consumatori nonché nelle loro relazioni sociali. Ognuno di noi si crea una sua personale mitologia dalle unità e dai frammenti di informazione estratti dal flusso mediatico e trasformati in risorse da cui trovare il senso della propria vita quotidiana (Jenkins 2007, p. xxvi)

Bisogna osservare in maniera diversa quindi la relazione tra produzione e consumo, anche tramite il moltiplicarsi degli spazi di disintermediazione per la produzione e diffusione degli UGC considerando il valore relazionale che risultano avere tra i *producers* sia a livello individuale che collettivo che si esprime tramite il desiderio di collaborare e mettere in circolo conoscenza. Queste forme partecipative – come le comunità di pratica e le comunità interpretative – trovano poi nei Siti di Social Networking (SNs) nuove possibilità di incontro, produzione e condivisione che rafforzano e rendono visibile il capitale sociale (Giglietto 2009).

### 3.1.3 Elementi distintivi dei Siti di Social Networking

Abbiamo già chiarito come in seguito all'evoluzione del Web 2.0 gli utenti si siano gradualmente abituati all'essere diventati produttori e diffusori di contenuti propri e altrui in diversi spazi online e attraverso varie modalità. Vediamo ora di descrivere in particolare i Social Network - luogo privilegiato d'osservazione per via della loro diffusione in termini di iscritti attivi giornalmente - che attraverso le loro affordance e caratteristiche abilitano da un lato, e limitano dall'altro, le pratiche comunicative degli utenti.

Questa duplice valenza abilitante/limitante è bene tenerla presente poiché è entro essa che si esprimono gli utenti: da un lato l'organizzazione e le grammatiche di un mezzo mostrano delle possibilità d'utilizzo e in qualche modo tendono a strutturare l'azione, dall'altro gli utilizzi effettivi che gli



utenti mettono in pratica sono imprevedibili e vanno spesso proprio a forzare questi limiti<sup>57</sup>. Illustriamo quindi come prima cosa in base a quali elementi uno luogo del Web Sociale viene definito SNS.

A far parte della letteratura classica e maggiormente utilizzata sull'argomento troviamo le tre caratteristiche evidenziate da danah boyd e Nicole Ellison (2007):

- la costruzione di un profilo pubblico o semi-pubblico;
- la costruzione di una rete di contatti con cui si è in connessione;
- la consultabilità e navigabilità di queste liste.

Altra definizione utilizzabile è quella ricavata a partire dall'osservazione delle pratiche di Comunicazione Mediata da Computer (CMC) abilitate dai SNS (Donath e boyd 2004; boyd 2007; Livingstone 2008; Boccia Artieri 2009):

- la costruzione di un profilo;
- la costruzione di una rete di contatti esplorabile;
- la possibilità di entrare in conversazione.

La natura sociale messa in evidenza nei SNS si può affermare venga espressa dunque dagli spazi di possibilità comunicativa abilitati da un lato attraverso l'auto-descrizione e dall'altro dalla possibilità di entrare in relazione con altri. La relazionalità viene sostenuta da apposite modalità di comunicazione – peculiari al SNS in cui ci si iscrive – uno a uno, uno a molti o molti a molti. Il tutto in un contesto ad alta riflessività connessa

---

<sup>57</sup> Questa dinamica è spiegata dal paradigma tecno-sociale e dal concetto di deriva tecnologica che abbiamo già affrontato nel primo capitolo di questo elaborato, tuttavia bisognerebbe riflettere – in altre sedi – se il riconoscimento del limite come qualcosa di “arbitrario”, da superare, che porta all'illimitatezza non sia, come afferma Serge Latouche (2012) un caratteristica delle società Occidentali.

(Boccia Artieri 2012), evidenziata dalla possibilità di visualizzare le reti di contatti che si sono costruite e le reti dei propri contatti.

### 3.2 La costruzione del profilo online

Dal punto di vista funzionale il profilo online che si esplicita tramite un qualsiasi SNS rappresenta una sorta di evoluzione di quelli che erano i siti web o i blog personali, intesi come spazio in cui veicolare informazioni su di sé.

Una delle prime informazioni da fornire è il proprio nome e mentre nelle due forme di spazi il nome proprio si poteva sostituire con un nickname, uno pseudonimo che rappresentava già una elaborazione del sé<sup>58</sup>, nelle piattaforme di SN da *Facebook*<sup>59</sup> in poi, la tendenza – e poi l’istituzionalizzazione tramite controlli periodici operati dalla piattaforma che chiede l’inserimento dei dati *veri* – è quella di immettere le reali generalità anagrafiche. Come mostrato dalle ricerche riguardanti i profili su *Myspace* (Goodings, Lock e Brown 2007) e *Facebook* (Zhao, Grasmuck e Martin 2008) le caratteristiche peculiari del Social Network in confronto a quelle degli spazi online personali precedenti, porterebbero gli utenti a costruire dei profili che rispecchino la vita “fuori dallo schermo”, poiché maggiormente radicati all’interno delle reti di contatti legate al luogo fisico

---

<sup>58</sup> La scelta del nickname è intesa in questo senso poiché già dalla selezione tra riferimenti culturali di ogni genere si effettuava una prima auto-descrizione del sé attraverso cui far trasparire lati della propria identità tramite un richiamo nel proprio pseudonimo (Roversi 2001).

<sup>59</sup> A questo proposito, come esempio, si veda la policy di Facebook relativa all’uso di generalità “autentiche”. <https://www.facebook.com/help/112146705538576>

di provenienza<sup>60</sup>. Inoltre, poiché buona parte dei servizi e delle applicazioni web based a cui ci sia abbona richiedono l'immissione dei propri dati o facilitano l'accesso da *Facebook*, gli spazi di pseudonimato - o semi-anonimato - vanno ritagliati ad hoc dall'utente, tramite tattiche di gestione della privacy o evitando il collegamento dei profili, che tuttavia è l'opzione di default che nella maggior parte dei casi sembra definire l'esperienza legata ai SNs della maggior parte degli utenti.

Questa condizione sempre più concentrata sull'autenticità delle informazioni fornite e il fatto che le reti di contatti vengano costruite a partire da legami noti<sup>61</sup> tra pari (boyd e Ellison 2007, Lenhart e Madden 2007, Mayer e Puller 2008, Livingstone 2008), che vengono trasportati nel SN<sup>62</sup> e costituiscono una parte di quella che sarà la rete di contatti più estesa. Solo in un secondo momento, infatti, si passa a socializzare anche all'interno della rete, poiché per prima cosa, come ricorda la descrizione auto-fornita di *Facebook*, il Social Network:

*ti aiuta a connetterti e rimanere in contatto con le persone della tua vita.*

Ciò significa che ci si è ancora più allontanati dall'ipotesi che online si assista alla costruzione di identità multiple, completamente sconnesse dalla vita fuori dagli spazi online in cui il fingere di essere chi non si è

---

<sup>60</sup> Sostengono boyd e Heer che queste connessioni con gli utenti funzionano da “public displays of connections” (2006) che avvalorano la performance del sé messa in atto dall'utente. Anche nel lavoro di boyd e Donath (2004) viene inoltre esplicitato che la rete di connessioni “is displayed as an integral piece of their self-presentation”.

<sup>61</sup> Bisogna specificare che con “legami noti” non intendiamo la stretta cerchia di persone più vicine, ma tutti quei contatti che un individuo vede come facenti parti del suo universo di relazioni (Cfr. boyd 2011).

<sup>62</sup> La definizione “siti di Social Network” sottolinea come, soprattutto in una prima fase, questi spazi venivano utilizzati prevalentemente per rendere visibili reti sociali preesistenti piuttosto che per fare networking (Cfr. Lampe, Ellison e Steinfeild 2006).

costruendosi vite alternative (Turkle 1995, 2008). che potrebbero portare a disturbi legati all'equilibrio psichico della persona. Da un lato sono cambiati strutturalmente gli spazi online, dall'altro come dicevamo, è cambiata l'esperienza dello stato di connessione da parte degli utenti che sempre meno si trovano a pensare di "entrare" o "uscire" dalla rete o da questo o quel luogo online, perché si tratta di attualizzazioni momentanee, contingenti. Con questo non vogliamo assolutamente affermare che non esistano più spazi per il semi-anonimato o che questa non sia una tattica attraverso cui si fruiscono i SNS, ciò che si voleva sottolineare è, piuttosto, che invece di intendere il sé come frammentato, molteplice e spesso "alternativo" alla VR, bisognerebbe adottare un approccio che comprenda la complessità di quella che nel Capitolo 1 abbiamo definito come *profondità del piano*. Le molte finestre impilate una sull'altra, le diverse reti sociali costruite tra i due lati dello schermo, e il moltiplicarsi degli spazi di espressione del Web Sociale, indicano che il fenomeno del lasciare le proprie tracce su internet, o la costruzione di profili, non è da investigare cercando di distinguere la molteplicità - profili on line, espressioni del sé off line, ecc. - dall'unità - l'identità, la coerenza, l'equilibrio psichico...-, per cui quando si notano delle fratture nella trama, se ne deduce che ci siano incongruenze e che queste quindi vadano osservate come *devianze*. Né che, quindi, l'unità sia da intendere come nella filosofia classica, gerarchicamente - e moralmente - superiore alla molteplicità. Bisognerebbe invece accettare che l'individuo, abitante in uno stato di contingenza abilitata dalle tecnologie, tracci percorsi di senso diffusi, sparsi, ma non per questo devianti, non per questo si dovrebbe definire allora l'individuo fluido poiché non si adatta alla molteplicità ma la vive come condizione esistenziale tra potenza e atto. Tuttavia se ci sia continuità o discontinuità tra gli ambienti, se oltre lo schermo si possa sperimentare la propria identità stravolgendola o se ci si sia abituati all'essere cittadini di una Rete in cui sempre di più si cerca di produrre un racconto congruente di noi stessi, ai

fini dell'elaborato non interessa. Indagare questa direzione significa addentrarsi nel campo degli studi sull'identità online (Wallace 1999, Tosoni 2004), riferendosi a strategie di sperimentazione della propria identità<sup>63</sup> in riflessioni che spesso sfiorano la dimensione psicoanalitica del termine e che si basano su una netta separazione tra la dimensione offline ed online.

Un approccio più vicino all'impianto teorico che si è descritto fino a questo punto è rappresentato dalle riflessioni di danah boyd (2011, p. 43), l'autrice sostiene che la costruzione di un profilo online sia un esplicito e consapevole:

Act of writing oneself into being in a digital environment, and participants must determine how they want to present themselves to those who may view their self-representation or those who they wish might.

Si osserva questo atto comunicativo inquadrandolo nelle dinamiche della rappresentazione del sé, ovvero come il frutto di una ponderata messa in descrizione della propria personalità indirizzata a quel pubblico (indistinto) di cui si parlava in precedenza, che è formato dalla rete di contatti. Questa attività riflessiva non prevede la costruzione di un profilo che rispecchi l'immagine che si vuol dare di sé al pubblico, che si vorrebbe leggesse, o si pensa legga o che tale immagine sia conforme a quanto il soggetto vuol comunicare di sé. Da questo punto di vista il concetto goffmaniano di *ribalta* (1959) andrebbe a descrivere in che modo guardare ai profili online: delle performance del sé attraverso cui mostrare una vetrina ben costruita

---

<sup>63</sup> La costruzione dell'identità può essere osservata come un processo di attribuzione di senso per il quale gli individui organizzano le loro esperienze attorno alla costruzione di un sé coerente (Cfr. Fisher 1987, Giddens 1991, Ricoeur 1985, Somers 1994), altrimenti l'attribuzione di senso è data nel tempo attraverso un processo di negoziazione e performance che avviene tramite le interazioni con gli altri (Cfr. Wiley 1994, Polillo 2004).

per mostrarsi al proprio pubblico. Gli individui sarebbero già abituati a questo tipo di attività di costruzione del sé indirizzata al proporre una determinata immagine di sé agli altri anche attraverso l'aspetto esteriore, il modo di porsi, il modo di interagire attraverso cui enfatizzerebbero o modererebbero certe proprie caratteristiche in base al contesto e questa prospettiva è stata poi applicata per interpretare le azioni online degli utenti, attraverso le interazioni (Meyrowitz 1985, Mendelson 2007), secondo l'idea che l'identità online sia un tipo di performance (Butler 1990, Dominick 1999, Walker 2000, Papacharissi 2002, Buckingham 2008).

Fanno parte di questa rappresentazione anche tutti i possibili commenti o post sul profilo da parte dei contatti che, secondo l'autrice renderebbero difficile la gestione dell'immagine che si vuol dare data l'imprevedibilità dei contenuti prodotti da altri ma che vanno a co-creare insieme all'utente proprietario il profilo (Levy 2007). La possibilità di controllo è comunque facilitata da opzioni nel settaggio della privacy o delle limitazioni per quanto riguarda i contributi degli altri contatti. Questa funzione mostra come il confine tra pubblico e privato diventi un confine labile e rappresenti necessariamente una distinzione funzionante a causa di quella condizione che abbiamo in precedenza descritto come collasso dei contesti<sup>64</sup> (Capitolo 2). Ciò non significa che la privacy non esista più (Garfinkel 2001) ma che gli utenti debbano trovare personali forme di negoziazione del privato in pubblico a causa della struttura, del funzionamento, di questi spazi online. Il fatto che la distinzione pubblico/privato vada ripensata<sup>65</sup> non significa che gli utenti siano disposti ad abbracciare una totale trasparenza (Brin 1999)

---

<sup>64</sup> Per illustrare meglio questo punto si veda danah boyd (2011) "Unexpected collisions, like running into one's boss while out with friends, can create awkwardness, but since both parties are typically aware of the collision, it can often be easy to make quick adjustments [...] in networked publics, context often collide such that the performer is unaware of audiences from different contexts [...] making adjustments impossible" (p. 51)

<sup>65</sup> Cfr. Sennet 1977

ma piuttosto che troveranno dei modi di esercitare controllo sui contenuti (boyd 2007, boyd 2011).

Il profilo, da questo punto di vista, appare come una modalità di autorappresentazione in pubblico che implica a diversi livelli le attività di gestione dei contenuti e delle relazioni, il tutto orientato al controllo sulla propria immagine pubblica. Il che si complica online con la convergenza di diverse cerchie sociali che altrimenti sarebbero state gestite separatamente e la ridefinizione della distinzione pubblico/privato. L'individuo si trova allora di fronte ad una moltiplicazione di luoghi che prevede una performance del sé

Crafted in fragments of polysemic pertinence, which are interconnected by the SNs member profile. (Papacharissi 2011, p. 308)

Il sé *networked* (Papacharissi 2011, Rainie e Wellman 2012) quindi implica che la rappresentazione sia performata in relazione a un pubblico moltiplicato e convergente, sapendo come muoversi nella geografia del mezzo (Castells 2001), modificando la propria rappresentazione di volta in volta. Le pratiche legate a tale gestione sono abilitate secondo varie modalità dalla piattaforma e strutturate sulla base del peer-learning (boyd 2007), ovvero, a partire dall'osservazione di quanto facciano i contatti della propria rete<sup>66</sup> si attivano meccanismi di socializzazione alle pratiche, sia per riconoscimento che per distanziamento (Boccia Artieri 2009).

---

<sup>66</sup> Da questo punto di vista è interessante la ricerca di Walther, Van Der Heide, Kim, Westerman e Tong (2008) in cui gli autori evidenziano che siano i contenuti che si trovano sui profili dei Friend di Facebook di un utente ad influenzare maggiormente la percezione che gli altri avranno di lui, piuttosto che quelli che si trovano sulla sua pagina.

### 3.2.1 La selezione dei contenuti e la riflessività connessa

Il sé nelle società post-moderne viene descritto come fluido (Bauman 2000, 2005), in relazione a un'organizzazione sociale che gli impone di essere flessibile per adattarsi ad essa (Bauman 1992, 1997). Questa *liquidità*, conseguente alla caduta delle Grandi Narrazioni o *metanarrazioni* (Lyotard 1979), viene interpretata dai suoi teorizzatori come potenzialmente positiva nell'ottica in cui l'individuo risulta "liberatosi" dalle illusioni con cui affrontava la modernità: il senso che prima poteva essere rintracciato in *metanarrazioni* come la famiglia, la religione, la fede nel progresso, si è ora affrancato da esse e può venir costruito da ciascuno, diventando il prodotto di una mescolanza di elementi opportunamente selezionati dall'orizzonte di possibili scelte in un processo continuativo (Jenkins 2004) che tiene in considerazione contesti e relazioni.

Nei SNs gli utenti pubblicano contenuti multimediali che in qualche modo veicolino informazioni su loro stessi, magari attraverso l'espressione dei propri gusti mediali (Liu 2007), il tutto in relazione alla propria rete di contatti, poiché si è interiorizzato lo sguardo dell'altro: avendo provato l'esperienza dell'essere spettatori, ci si è abituati ad osservare non solo le vite degli altri, ma anche la propria.

Si osservano le proprie conversazioni online, le proprie immagini in rete, i video nei quali siamo protagonisti, le parole che scriviamo in un post secondo un meccanismo di immedesimazione/distacco: in pratica ci si legge e guarda con gli occhi del lettore/spettatore, si pensa alla propria comunicazione (al modo di fare la propria comunicazione) nei termini di un pubblico. (Boccia Artieri 2009, p. 28)

Tutto questo influisce sulla selezione sia per quanto riguarda la distribuzione dei contenuti che, ovviamente, per la loro produzione. Essendo



stati fruitori di prodotti mediali ci si è abituati progressivamente al disaccoppiamento tra il vissuto e la sua rappresentazione, che significa aver imparato a fruire di rappresentazioni del vissuto riconoscendole come tali e imparando a trarne un senso individualizzato attraverso una ri-definizione di questo tipo di contenuti per adattarli al proprio vissuto. Il processo di socializzazione ai linguaggi dei media di massa e ai loro prodotti mediali si è compiuto non solo attraverso queste pratiche di riflessività (Beck, Giddens e Lash 1999) ma anche attraverso l'interiorizzazione delle grammatiche dei media che sono entrate a far parte delle pratiche comunicative del quotidiano.

Ciò che poi accade nel web sociale non è semplicemente la trasposizione di questa attività riflessiva di riconoscimento e distanziamento dai testi mediali, poiché il tutto avviene in un ambiente che rende visibile le relazioni introducendo gli altri non solo come spettatori ma come agenti attivi nel proprio momento riflessivo.

Per questo motivo i contenuti che vengono selezionati – o rielaborati e poi pubblicati – devono prevedere, o sono pensati per prevedere, una carica “irritativa” verso i propri contatti che si dovrebbe esprimere in azioni di risposta come like, commenti, condivisioni. Il singolo utente, attiva una rielaborazione del senso che cerca un contatto, un riflesso in quella degli altri poiché l'ambiente abilita la connessione e rendendola visibile permette di interiorizzarla, e operare in modalità auto ed etero dirette. In questo senso, riguardo alla *riflessività connessa* che si sviluppa nel web sociale, Giovanni Boccia Artieri (2012, p. 59) sostiene

La Rete, che, a partire da mutate condizioni di possibilità di produzione/circolazione/consumo delle forme simboliche e nelle forme comunicative corrispondenti, fornisce nuove possibilità di sedimentazione di una semantica della società a partire da una riflessività sulla/nella connessione e da nuovi modi di articolare l'elaborazione di senso.

La riflessività connessa dunque si esprime attraverso due forme quella relativa alla dimensione di *riflessività sulla connessione*, che prevede la riflessione sulla natura relazionale che emerge nello spazio comunicativo online, e quella di *riflessività nella connessione* che riguarda il rendere operativo nella propria selezione e cura di contenuti l'osservazione degli altri nei nostri confronti.

Per questo motivo è possibile sostenere che qualsiasi attività di comunicazione prodotta all'interno di questi spazi online risponda da un lato al bisogno di descriversi, di parlare di sé raccontandosi ma allo stesso tempo di perturbare il proprio pubblico attraverso questo racconto. La selezione dei contenuti quindi passa attraverso un'attribuzione di senso personale, ha radici nel vissuto del singolo che attraverso quel contenuto sta parlando di sé mettendo ordine sulla sua esperienza, ma viene trattato – e quindi viene operata una seconda selezione – pensandosi in connessione.

Online social networks have made visible what was always true: the self is endlessly constructed with a constant stream of bits of culture that people use both to shape experience and relationships. People communicate with each other travelling along lines of taste and affection for shared and shereable culture. (Aufderheide 2011, p. 274)

Attraverso questa selezione che parte da esperienze personali e contenuti dei media di massa si costruiscono dunque percorsi di senso espressi attraverso il proprio profilo personale. A partire dalla constatazione che di base vi è un'attività riflessiva sul proprio vissuto e sul mondo circostante, il profilo online risulta a questo punto lievemente divergere dalla sua interpretazione come “messa in scena”, come se fosse un palcoscenico in cui mostrarsi. Da un lato è vero che esiste un pubblico dato dalle relazioni che si sono costruite, tuttavia l'attività della costruzione e del mantenimento dei

propri profili online proprio perché basata sulla riflessività presuppone una stretta connessione con la pratica del sense-making. Il ruolo dell'utente, secondo questo punto di vista, ha meno a che fare con la figura dell'attore mostrandosi più compatibile a quella del *narratore*.

### 3.3 La narrazione come strumento operativo

Negli spazi descritti, quindi, si attivano delle pratiche comunicative orientate alla condivisione con altri in cui vissuti individuali, collettivi, linguaggi mediali e quotidiani si intrecciano per dare forma a dei testi multimediali che chiameremo narrazioni del sé. Come prima cosa bisogna spiegare come mai, dopo aver così a lungo discusso di presentazione del sé, utenti e social network, si è deciso di utilizzare il concetto della narrazione per descrivere quanto è stato già puntualmente sottolineato e spiegato da altri, come self-presentation o rappresentazione del sé online.

Andando in ordine, definiamo prima cosa sia una narrazione, per poi illustrare le motivazioni che hanno spinto a credere che “narrazione del sé” possa essere una buona concettualizzazione dei fenomeni legati alla costruzione e al mantenimento dei profili personali online e in ultima analisi uno strumento operativo attraverso cui osservare tali spazi.

Gli studi sulla narrazione, intesi come narratologia, hanno una affermata storia dalla loro definizione ad opera di Tzvetan Todorov nel 1969 in poi e si concentrano sulla analisi di convenzioni letterarie legate alla struttura del testo, sullo sviluppo di nuovi generi narrativi, sull'analisi delle produzioni letterarie di un dato autore. Tuttavia, dagli anni Novanta in poi in particolare, il concetto di narrazione ha suscitato interesse ed è stato applicato come strumento operativo nelle scienze sociali (Abbott 1990, Finnegan 1992, Riessman 1993, Somers 1994, Hinchman e Hinchman 1997). I campi di applicazione del concetto di narrazione nelle scienze

sociali orientate alla ricerca con metodologie di stampo qualitativo, sono molteplici<sup>67</sup>. Dalla sociologia della salute per investigare la percezione dell'essere malati da parte di individui che soffrono di malattie croniche e l'impatto di queste sulla percezione del sé dei soggetti (Kleinman 1988, Charmaz 1991, Kelly e Dickinson 1997, Williams 1997, Faircloth 1999, Crossley 1999); fino alla sociologia della famiglia legata in particolar modo all'interpretazione del divorzio da parte degli individui (Riessman 1990, Day-Sclater 1998), o alla sessuologia per investigare i cambiamenti relativi all'interpretazione della sessualità nella società moderna (Plummer 1995).

Da questi diversi ambiti di ricerca è tuttavia possibile rintracciare dei punti essenziali che spiegano come mai questo concetto sia stato utilizzato nella ricerca sociale. Innanzitutto la narrazione è legata all'interesse riguardo (1) le esperienze vissute dagli individui e la loro interpretazione in maniera temporizzata e quindi legata allo studio dei processi e dei cambiamenti; il desiderio di (2) porre in un ruolo centrale nella definizione dell'ambito di ricerca i partecipanti, che con le loro narrazioni sottolineano dei tratti salienti riguardo alle tematiche prese in esame; la volontà di investigare (3) il sé e la rappresentazione del sé.

Per cercare di riassumere una definizione di narrazione in questo ambito di interesse, si potrebbe affermare che essa sia quell'operazione secondo la quale vengono organizzate delle sequenze di *eventi* che vanno a formare un tutto all'interno del quale ogni parte, ogni sequenza può essere compresa in relazione al tutto (Elliott 2005) di modo tale da trasformare l'esperienza, la conoscenza, in racconto (White 1987, Stahl 1989, Meadows 2003) per altri. Quando questa definizione viene calata nel contesto delle scienze umane e riferita alla costruzione di narrazioni da parte, ad esempio di un individuo

---

<sup>67</sup> Per un compendio sulle principali aree di ricerca che utilizzano lo strumento della narrazione si veda Elliott 2005.

intervistato, si sottolinea un legame importante tra la narrazione e la comprensione del mondo, secondo cui

Narratives (stories) in the human science should be defined provisionally as discourse with a clear sequential order that connect events in a meaningful way for a definite audience and thus offer insights about the world and/or people's experiences of it. (Hinchman e Hinchman 1997, p. xvi)

Da questa definizione è possibile rintracciare i tre elementi costitutivi delle narrazioni, ovvero, (a) hanno una loro distribuzione cronologica; (b) sono *meaningful* cioè significative, dotate di senso per il creatore; (c) sono pensate per un pubblico.

Questi tre elementi sono concatenati l'uno all'altro nella creazione di una narrazione poiché ad esempio essendo pensate per essere raccontate ad un pubblico – c -, non si può prescindere il significato – b – dal contesto sociale in cui la narrazione avviene. Inoltre, la distribuzione delle sequenze narrative – a – è legata al processo di significazione – b – poiché il senso emerge dalla costruzione narrativa<sup>68</sup>.

La narrazione ha dunque una funzione esplicativa, senza il riconoscimento del significato<sup>69</sup>, infatti, essa sarebbe una mera elencazione di eventi più simile alla cronaca (Polkinghore 1988). Il narratore quindi

---

<sup>68</sup> A questo proposito diversi autori sottolineano che un punto fondamentale nella costruzione di un racconto sia rappresentato dalla sua fine (Chatman 1978, Ricoeur 1984), poiché, il senso della disposizione delle sequenze e della selezione di certe sequenze e non altre è dato dalla conclusione del racconto.

<sup>69</sup> Sulla narrazione intesa in questo senso si fondano le società orali, nelle quali l'atto del narrare e quello del ricevere la narrazione avvengono nello stesso tempo, condividendo lo stesso spazio e attivando un processo di mitopoiesi per cui ciò che viene narrato diventa un modello condiviso di interpretazione del mondo. Dalla stampa in poi, il narratore – che diventa quindi scrittore – e il ricevente non si trovano più in una situazione di copresenza grazie alla diffusione di mezzi che si basano su una comunicazione asincrona.

Prende ciò che narra dall'esperienza – dalla propria o da quella che gli è stata riferita -; e lo trasforma in esperienza di quelli che ascoltano la sua storia. (Benjamin 2011, p 19)

Questo fa sì l'atto di narrare implichi da un lato l'organizzare l'esperienza in modo sensato per sé, per poterla poi raccontare ad altri donando loro dei significati attorno a cui costruire un senso. Questo processo è alla base della mitopoiesi, per cui

Le storie, al pari della manualità, hanno plasmato il nostro organo pensante, così come lo conosciamo, e lo stesso dovrebbe potersi dire per le grandi aggregazioni di individui. Centinaia di antichissimi miti di popolazioni diverse e lontane hanno raccontato, a modo loro, questa verità, descrivendo la creazione del mondo come atto narrativo di un dio poeta che attraverso il racconto ha dato vita all'intero universo. (Wu Ming 2 e Wu Ming 4 2002, p. 25<sup>70</sup>)

Le narrazioni, quindi, possono essere viste come uno strumento culturale attraverso cui si produce e riproduce il senso (Bruner 1996, Wertsch 1998), creano cioè una cornice mitologica condivisa (Berardi 2004) all'interno della quale svolgere pratiche sociali dotate di senso. A partire da queste considerazioni, quindi, cerchiamo di osservare il racconto del sé che avviene nei profili online.

---

Virtualizzandosi, la comunicazione, porta alla formulazione di messaggi che possano essere capiti da ciascuno in qualsiasi contesto, quindi la narrazione diventa informativa. (Cfr. Boccia Artieri, Benjamin 2011)

<sup>70</sup> Disponibile online all'indirizzo:

<http://cerca.unita.it/ARCHIVE/xml/60000/57378.xml?key=Wu+Ming&first=1&orderby=0&f=fir>

### 3.3.1 La narrazione digitale del sé

Nel 2008 Knut Lundby cura un'opera chiamata "Digital storytelling, mediatized stories" in cui attraverso la formula *digital storytelling* si riferisce a tutte quelle narrazioni personali, focalizzate sulla presentazione del sé e sulla propria esperienza, che sono rese fruibili nei profili online. La narrazione del sé quindi, in questa accezione intesa come pratica comunicativa resa possibile dalle tecnologie legate al Web Sociale (Lüders 2007), comprende diverse forme: dalla scrittura di post per i blog, alla composizione di video, fino al microblogging inteso come l'attività di postare contenuti sui propri profili senza la necessaria composizione di un *testo* che preveda un inizio, uno svolgimento e una fine.

Si tratta perciò di tutte quei contenuti generati dal basso, dagli utenti, che non necessariamente dispongono di conoscenze professionali ma che hanno interiorizzato questa pratica come quotidiana, imparando a raccontare *la propria storia* all'interno delle logiche dei media digitali.

Queste presuppongono l'avere come pubblico, appunto, un pubblico connesso, abituato alle possibilità di co-creazione e partecipazione che, de facto, riporta in qualche modo questo tipo di narrazione ad uno stadio più vicino all'oralità, poiché vi è la consapevolezza che il narratore e il fruitore abitino lo stesso ambiente – quello della piattaforma, che è secondo le caratteristiche del flusso della network society un medium di comunicazione sincrona<sup>71</sup> – e per questo è possibile sostenere che la narrazione avvenga in presenza. La partecipazione, inoltre, è alla base della solidarietà che aiuta a sviluppare una dimensione comunitaria (Bruner 1996) dell'esperienza<sup>72</sup>.

La capacità rappresentativa di questi contenuti ha una natura qualitativamente diversa dalle produzioni mainstream (come film, fiction e romanzi) perché si tratta di stimoli alla riflessività spesso con una maggiore capacità di ancorarsi alla quotidianità delle nostre vite. Sono narrazioni

---

<sup>71</sup> Per chiarire questo passaggio "l'evoluzione delle tecnologie comunicative sembra andare verso la creazione e l'articolazione di una nuova facoltà umana, quella dell'ubiquità: la possibilità di essere presenti a livello sensoriale e cognitivo in molteplici luoghi allo stesso tempo" (Berardi 2004).

<sup>72</sup> Questo tipo di narrazione collettiva è osservabile ad esempio nei giochi online multiplayer, dove, nonostante vi siano già delle strutture narrative pre-costruite, i giocatori creano narrazioni secondarie collaborando e comunicando in chat (Erstad e Wertsch 2008).

contemporaneamente “finzionalizzate”, perché pensate per essere lette (viste, sentite) da un pubblico, e intimamente coinvolgenti, perché raccontate dalla voce dei protagonisti con cui possiamo entrare in conversazione [...] Le narrazioni delle vite degli altri sono le narrazioni anche delle nostre vite, alle quali possiamo partecipare comunicativamente leggendole e diffondendole, commentandole e integrandole. (Boccia Artieri 2009, p. 29)

Quella che viene chiamata *intelligenza collettiva* (Levy 1995) o più tardi *connettiva* (De Kerckhove 1997) si mostra attraverso questi mezzi di comunicazione come capacità degli individui in rete di comunicare e cooperare sottolineando la dimensione comunitaria dell'essere online. Per questo motivo ci si allontana dall'idea di abitare in una *società dello spettacolo* (Debord) con le sue logiche mass mediali, in cui vissuto e rappresentazione sono disarticolati e la seconda predomina sul primo. Anzi

Con i media interattivi, la rappresentazione è vissuta da ogni singolo internauta, da ogni singolo abitante, e questo grazie alle diverse forme di narrazione che essi permettono [...] nuove forme di narrazione sociale e nuove forme di espressione. Si assiste anche così a ciò che Michel Maffesoli (1998) definisce “tribalismo”, e cioè alla creazione di gruppi sociali basati sull'empatia e sulla condivisione di emozioni. (Casalegno 2004, p. 133)

In sostanza, grazie ai media digitali e al Web Sociale, ogni individuo è un possibile narratore della propria mitologia che viene condivisa con gli altri, i quali possono partecipare alla sua costruzione e interpretazione, facendola propria poiché

Is not only shared by a community, but conserved, elaborated, and passed on to succeeding generations who, by virtue of this transmission, continue to maintain the culture's identity and way of life. On this view, knowing and communicating are in their nature highly interdependent, indeed virtually inseparable. (Bruner 1996, p. 3)

Ciò significa non solo che grazie a questi ambienti ciascuno è possibilitato a creare la propria narrazione e condividerla, ma anche che grazie alle proprietà dei contenuti online, vi è una maggiore possibilità di essere fruitori di queste narrazioni (Lambert 2006) che non sono pensate per essere dei prodotti da media mainstream e verrebbero quindi marginalizzate, rimanendo inascoltate. In un ambiente conversazionale come il Web, invece, possono rappresentare materiale utile sia alla costruzione del senso



individuale che comunitario, avendo un peso anche a livello di civic engagement e democratizzazione (Couldry 2008, Lambert 2006, Thumin 2008).

### 3.3.2 Le 5 caratteristiche chiave della narrazione digitale del sé come progetto riflessivo

Come anticipato, venendo realizzate tramite media digitali e essendo radicate nel Web Sociale, le narrazioni digitali del sé rispondono a una serie di fattori abilitanti/strutturanti relativi ai media digitali<sup>73</sup> e al Web 2.0, che possono essere riassunti, attraverso degli assunti generali, come segue<sup>74</sup>:

- Il web 2.0 opera attraverso oggetti che vengono tradotti, ma il più delle volte “nascono” in forma digitale
- Il web 2.0 sviluppa logiche ed estetiche legate al remix e reinterpretazione di contenuti preesistenti, poiché i bit hanno una natura combinatoria
- Il Web 2.0 rende possibile far convivere in un unico flusso digitale domini della comunicazione molti diversi
- Il web 2.0 abilita alla partecipazione e alla coproduzione, poiché facilita una immediata e diffusa interazione
- Il web 2.0 favorisce processi di riflessività (connessa) poiché rende visibili, esplorabili e “curabili” le proprie reti

Da ciò possiamo trarre alcune caratteristiche relative alle narrazioni digitali del sé, prima di procedere però è bene precisare che quest’ultime dal nostro punto di vista si discostano da ciò che intende Knut Lundby con digital storytelling (2008). L’autore difatti prende in considerazione i singoli testi prodotti (post, video, ecc.) e li considera singolarmente esaminandoli negli spazi in cui sono situati<sup>75</sup>. Sebbene l’operazione di contestualizzazione

---

<sup>73</sup> Che si caratterizzano per la loro ipertestualità, multimedialità, interattività e personalizzazione (Marinelli 2004, p. 91).

<sup>74</sup> Cfr. Drotner 2008, Marinelli 2004.

<sup>75</sup> Per una definizione puntuale: “The term ‘digital storytelling’ (DST) can be used generically to describe any computer-based narrative expression, including ‘hypertext fiction’ and game narrative as well as YouTube and the like” (Hartley 2008, p.197)

sia corretta, l'approccio nella definizione di narrazione del sé che in questa sede si vuole adottare punta ad una visione d'insieme. Tenendo infatti conto del moltiplicarsi degli spazi online e della natura embedded di questi spazi, la narrazione del sé per chi scrive è rappresentata da l'insieme di tutti i profili e le pratiche ad essi connesse. Cerchiamo allora, attraverso l'enunciazione delle caratteristiche della narrazione del sé di spiegare anche questo aspetto.

Come prima cosa le narrazioni digitali del sé possono definirsi (a) autobiografiche (Thumin 2006, 2008)<sup>76</sup>, in quanto riguardanti il narratore. Questo racconto può essere creato direttamente dall'utente (attraverso la produzione di nuovo materiale, o remixando materiale esistente ottenendo un prodotto nuovo) o attraverso la condivisione di contenuti senza agire su di essi per modificarli (come ad esempio la condivisione di video di *YouTube* su *Facebook*). Inoltre sono (b) pensate per un pubblico, (che può essere rappresentato da tutta la rete di contatti, alcune cerchie selezionate, una persona in particolare) poiché innanzitutto l'atto di raccontare prevede che qualcuno fruisca del racconto ma anche perché vengono pubblicate in ambienti networked. Possono di conseguenza essere (b.1) multilivello, il che significa che venendo pubblicate in luoghi in cui più cerchie sociali, pubblici, si incontrano funzionano a diversi livelli di significazione (es.: una canzone pubblicata sul proprio profilo può riferirsi a una persona, una circostanza in particolare, senza che questo venga esplicitato poiché quel determinato mittente ne capirà il senso, e allo stesso tempo gli altri potranno commentarlo ed entrare in conversazione su un aspetto del contenuto, attraverso cui per loro si starà esprimendo un momento della narrazione del sé dell'utente). Per le caratteristiche dei media digitali, come abbiamo detto, esse possono essere (c) multimediali o multimodali (Leeuwen 2005, Kaare e Lundby 2008), ovvero incorporare diversi linguaggi e contenuti. In fine, come anticipato, in questa sede si sostiene che la narrazione del sé sia (d) transmediale.

Con narrazione transmediale si intende

Una storia raccontata su diversi media, per la quale ogni singolo testo offre un contributo distinto e importante all'intero complesso narrativo [...] ciascun medium coinvolto è chiamato in causa per quello che sa fare meglio. (Jenkins 2006, p. 84)

---

<sup>76</sup> E di conseguenza percepite come *autentiche* (Scannel 2001, Tolson 2001, Deuze 2007, Kaare e Lundby 2008).

Henry Jenkins come esempi di narrazioni transmediali utilizza prodotti come *Matrix* - film dei fratelli Wachowski - ma questa definizione è applicabile anche alla narrazione del sé, che si sviluppa su varie piattaforme, attraverso vari profili, attraverso varie modalità tra online e offline, avendo sempre come oggetto l'espressione del sé rivolta ad un pubblico.

In fine, per quanto detto fino adesso sulla narrazione, (e) essa è alla base della produzione di senso. Attraverso l'attività riflessiva di organizzare l'esperienza, dove l'organizzazione è la selezione tra le possibilità<sup>77</sup> - es.: i possibili sensi, i possibili ricordi, ecc.- e implica il "darsi senso", inteso come fornirsi un senso individuale, interpretare il mondo per trarne segni che possano raccontare qualcosa del sé (Brake 2008); ma anche attraverso il racconto all'altro, operazione che nel contesto della connessione fornisce narrazioni fruibili, interessanti e con cui interagire in una sorta di processo mitopoietico che parte dai vissuti quotidiani che si connettono.

Il senso di una narrazione transmediale andrà quindi ricercato attraverso modalità differenti da quelle della struttura lineare imposta da altri prodotti mediali come la forma libro, il film, ecc. Una narrazione multilineare e linkata, come quella che abbiamo descritto implica l'esistenza di un repertorio vasto di dati da consultare per *scriverla* e la possibilità di percorsi di senso personalizzabili al suo interno, che dipendono dalle selezioni

---

<sup>77</sup> Questo passaggio lo spieghiamo in maniera più precisa attraverso le parole di Alberto Marinelli (2004), che parafrasando Niklas Luhmann, afferma: "Si tratta della modalità mediante la quale *la comunicazione concorre al processo autopoietico della coscienza*; intendendo per *coscienza* non una entità strutturata e identificabile, ma la modalità operativa specifica dei sistemi psichici. La riflessività e la chiusura autopoietica della coscienza si fondano sulla gestione operativa delle "rappresentazioni" [...] Nella forma dell'autodescrizione si genera un processo capace di articolare e modificare se stesso, dando modo al sistema psichico di esporsi alla "contingenza ambientale" e di incorporare *incertezza* (come forma propria), pur mantenendo inalterata l'autopoiesi della coscienza." (p. 205)

effettuate dai fruitori, come accade per negli ipertesti (Nelson 1981), avendo la possibilità di produrre altre narrazioni<sup>78</sup> (Levy 1997).

### 3.3.3 La selezione dei contenuti digitali

Si è sottolineato che la linearità della narrazione sia solo una delle modalità attraverso cui fruirla, poiché la sua struttura è simile a quella dell'ipertesto o, come direbbe Lev Manovich (2002), all'interno della cultura dello schermo si è sviluppata una logica del database, legata alle interfacce culturali che strutturano l'esperienza schermica per cui la narrazione si complessifica ed emergono nuove strutture narrative che non presentano un percorso con un inizio, un centro e una fine (Jenkins 2007).

Queste nuove strutture narrative dipendono dunque dal contesto mediale in cui si sono formate e dalle possibilità che questo contesto abilita. Abbiamo già illustrato le caratteristiche dei contenuti e dei media digitali, manca solo di definirli in base al concetto di narrazione.

Rispetto alla narrazione del sé, quindi, cosa rappresentano quegli elementi che abbiamo fino adesso genericamente chiamato “contenuti digitali” o “UGC”?

Bisogna tenere a mente che la narrazione del sé può svolgersi secondo due modalità che abbiamo identificato: la creazione dei contenuti ex-novo e la condivisione/remix di contenuti pre-esistenti. Queste due modalità avvengono secondo le logiche del digitale che si basano, oltre che sulla traduzione in bit degli oggetti, anche sull'estetica della composizione digitale (Manovich 2002) che prevede l'accostamento, l'assemblaggio di elementi lontani tra loro che vengono ricomposti all'interno dello schermo.

---

<sup>78</sup> Riguardo al concetto di “narrazione connettiva” cfr. Berardi 2004

Tali elementi, come in un collage, rappresentano dei pezzi che possono essere di varia natura. Nella narrazione digitale del sé avviene la stessa cosa: quella che nella narrazione tradizionale verrebbe identificata come sequenza è identificabile come un post singolo, di tipo multimediale e multimodale.

Quando un contenuto viene selezionato, esso viene strappato dal flusso collettivo e reintrodotto nel proprio. Esso diventa brandello di senso, qualcosa da poter usare selezionandolo dai continui repertori digitalizzati inseriti nel flusso di dati.

Questa forma del *dataspace* rappresenta l'espressione di un desiderio o, piuttosto, di una condizione propria dell'era post-moderna: La necessità di muoversi incessantemente attraverso una moltitudine infinita di dati (di possibilità selettive), visualizzandoli e manipolandoli. (Marinelli 2004, p. 72)

Quando avviene la selezione momentaneamente si interrompe il movimento all'interno del *dataspace* e il contenuto selezionato diventa sequenza della narrazione del sé, significato. Attraverso quel processo riflessivo di selezione che è alla base dell'organizzazione della coscienza, dell'interpretazione del mondo, secondo le modalità che abbiamo illustrato come

Il progetto riflessivo del sé: tanti piccoli frammenti che vengono costituiti come episodi significativi nell'ininterrotto processo di autodescrizione e autoformazione della propria individualità. (Marinelli 2004, p. 207)

Questi bit di narrazione, sviluppano inoltre estetiche e pratiche legate ai luoghi in cui si manifestano e che vanno a comporre la narrazione transmediale del sé.

### 3.4 Domanda di ricerca

La narrazione del sé ha quindi caratteristiche e implicazioni sociologiche

ben precise. Essa ha a che fare con le capacità autoriflessive dell'individuo che

ha acquisito una biografia e che quindi è in grado di raccontare la sua storia [...] è dunque una persona definibile come un organismo auto-narrante. (Maines 1993, p. 23)

Questo racconto presuppone l'aver interiorizzato il senso del tempo, aver sviluppato una temporalità nel Sé (Ezzy 1998), ovvero l'aver ordinato delle sequenze di eventi nel tempo. Su questo tema si è espresso in particolare Paul Ricoeur (1988, 1992) formando una teoria in cui il Sé, il tempo e la narrazione vengono trattati congiuntamente. Secondo tale teoria, infatti, le narrazioni si servono di eventi storici e elementi immaginati per costruire la propria struttura narrativa che servirà all'interpretazione del senso del racconto.

Il senso si costruisce quindi tramite un intreccio di trame narrative tra il reale e il fittizio secondo cui gli eventi che una persona ricorda diventano parti della storia del suo vissuto tramite un processo di interpretazioni secondo cui gli eventi *oggettivi* vengono riconfigurati come *narrazioni* e quindi assumono il carattere della *soggettività* e che indirizzeranno le future azioni del soggetto nel mondo per poi ritornare ad essere comprese in una narrazione<sup>79</sup>. Il senso quindi si rintraccia nella costituzione narrativa operata dal soggetto e che ha luogo tramite l'interpretazione continua degli accadimenti e attraverso l'interazione con gli altri che avviene durante il

---

<sup>79</sup> Questo approccio ermeneutico rimanda inevitabilmente a Martin Heidegger, secondo cui l'individualità è ontologicamente distinta dall'identità ma queste due istanze sono in relazione tra secondo questa modalità: il puro essere (il Dasein) espresso dall'individualità è capace di attivare un processo di riflessività e riflettendo su se stesso produce quella costruzione narrativa che è rappresentata dall'identità. Tuttavia Ricoeur non definisce l'identità come basata sulla personalità, ma come risultato di una relazione con l'alterità, dotata di identità coerente (Pucci 1992).

dialogo, l'esposizione della narrazione.

Data l'importanza dell'interazione con gli altri sarà quindi necessario includere in la rilevanza dei simboli culturali sulla narrazione del sé, poiché essa come dicevano si sviluppa tramite un processo riflessivo anche attraverso prodotti come romanzi, film, conversazioni passate e così via (Ricoeur 1991). Da questo punto di vista

Noi diventiamo chi siamo (sebbene effimeri, mutevoli e cangianti) venendo localizzati, o localizzandoci noi stessi (di solito inconsciamente), all'interno di narrative sociali di cui raramente siamo gli autori. (Somers 1994, p. 606)

Il che significa che si costruiscono tali narrazioni a partire da repertori culturali (Somers, Gibson 1994) socialmente disponibili e condivisi che hanno la funzione di veri e propri modelli narrativi (Frye 1957; Gergen, Gergen 1988). Tuttavia si è notato anche come la narrazione del sé online non è solo orientata al ricalcare modelli già proposti, ma anche a sviluppare proprie modalità osservabili attraverso le pratiche online degli utenti.

In fine, come già illustrato, la narrazione trova il senso nell'organizzazione dei contenuti ma anche nella sua fine (Chatman 1978, Ricoeur 1984), poiché essa mostra nella completezza, nella sua risoluzione, il senso delle sequenze di cui essa si compone. Getta una luce su oggetti di cui fino a quel momento non si vedevano che le sagome.

Tuttavia nella network society

lo spazio dei flussi dissolve il tempo mettendo in disordine la sequenza di eventi e rendendoli simultanei, inserendo così la società in una eterna dimensione effimera (Castells 2002 p. 474)

e tenendo anche in considerazione la sua deriva mobile, secondo cui la moltiplicazione degli schermi, dei luoghi online e la convergenza sono

caratteristiche fondanti l'esperienza quotidiana dello stato di connessione, si è anche detto che la narrazione digitale del sé sia un progetto, e come tale, anche per il ruolo attivo del suo fruitore connesso, implica l'essere un progetto aperto, ipoteticamente senza conclusione e con continui rimandi a possibilità ricombinatorie.

Quindi, la domanda di ricerca alla quale questo elaborato spera di riuscire a rispondere è in che modo la narrazione del sé come mappa interpretativa del reale si relaziona alla logica del flusso della network society? È possibile per una narrazione aperta, non necessariamente organizzata per sequenze cronologiche e passibile di modifiche sul momento, produrre senso?



## 4. Principi metodologici della ricerca

L'impianto metodologico di questo lavoro di tesi è prettamente di stampo qualitativo, fondato quindi sul paradigma interpretativo (Denzin, Lincoln 1994; Corbetta 1999; Cardano 2003). Ciò significa che si è orientati alla comprensione dei fenomeni sociali (Weber 1958), ovvero ad

intendere il senso, interpretare il significato che un'azione o un evento ha agli occhi di chi la compie o di chi la vive (Corbetta 1999, p. 54).

Poiché l'oggetto d'analisi riguarda una pratica che è resa visibile online dagli utenti, la metodologia poggia su una letteratura di riferimento che riguarda nello specifico i metodi qualitativi digitali (Rogers 2010; Kozinets 2010; Berry 2011a; Manovich 2001, 2012). Secondo questi approcci la Rete non va considerata come mero oggetto di analisi, ma anche come risorsa metodologica, che consente di raccogliere dati prodotti al suo interno (Rogers 2008). Questo assunto si basa sulla consapevolezza che una distinzione online/offline non è più praticabile<sup>80</sup> e di conseguenza non è possibile basare su di essa un'analisi legata alle *cyberculture* – o culture di Internet. Per tale motivo l'analisi si baserà su evidenze prodotte e reperibili online, tramite un approccio legato all'online *groundedness* (Rogers 2008) che vede la Rete come produttrice di metodi di raccolta e organizzazione di contenuti – basati su algoritmi -, che gli utenti poi applicano nella pratica quotidiana – basandosi su interpretazioni. In che modo le *affordance* degli ambienti digitali vengano interpretate dagli utenti è possibile comprenderlo osservando appunto le loro pratiche online (Couldry 2004). In questo lavoro di ricerca, quindi, si è adottata nello specifico come metodologia

---

<sup>80</sup> Si pensi alla capillarità dimostrata tramite i sistemi di geolocalizzazione.

l'etnografia digitale (Kozinets 2010, Boellstorff, Nardi, Pearce e Taylor 2012, Hine 2015).

## 4.1 Etnografia digitale

Il numero crescente di dati disponibili online ha portato negli ultimi anni a sviluppare metodologie orientate ai cosiddetti Big Data, attraverso la raccolta e l'elaborazione su base quantitativa di un numero gargantuesco di dati, mentre invece l'approccio etnografico si basa su un numero ben più ristretto di dati ma cerca di entrare in maggiore profondità all'interno del fenomeno per spiegarne i significati attribuiti dai soggetti presi in esame. Ciò è reso possibile da una prolungata immersione nel campo (Hine 2015), la cui definizione contestualizzata a Internet può variare a seconda dell'interesse di ricerca.

Poiché dichiarare di fare etnografia *di* Internet non è possibile a causa dell'importante numero di tecnologie e pratiche che la compongono (Wellman e Haythornthwaite 2002), si è spesso fatto ricorso al concetto di *mondi virtuali* per cercare di focalizzare degli elementi descrittivi di quello che può essere il campo di osservazione. Le caratteristiche di questi mondi virtuali sono sostanzialmente quattro (Boellstorff 2008, Boellstorff, Nardi, Pearce e Taylor 2012):

1. essi sono degli spazi, dei luoghi della rete che forniscono all'utente il senso di muoversi in un *mondo*. Ovvero offrono un ambiente ricco di oggetti interattivi all'interno del quale gli utenti possono muoversi e interagire;
2. sono spazi *multi-utente*, che esistono in quanto condivisi e sebbene gli utenti possano svolgere anche attività in autonomia dagli altri, i mondi virtuali hanno senso in quanto co-abitazione;
3. sono *persistenti*, ovvero continuano ad esistere anche dopo che l'utente ha fatto log out;

4. permettono all'utente di *rappresentarsi* al loro interno.

Per quanto riguarda la rappresentazione del sé, questa può avvenire attraverso avatar di vario tipo da quelli in 3 dimensioni sino a rappresentazioni di tipo testuale.

Tuttavia il concetto di mondi virtuali può essere fuorviante, poiché basato su una distinzione che, de *facto*, non sussiste più nella pratica quotidiana dell'utente di Internet, che spesso non varca mai una soglia oltre la quale c'è la dimensione online ma si trova nella condizione di perpetua connessione. Ciò è dovuto al ruolo che Internet assume nella società contemporanea, descritto secondo tre forme che sono quelle del *embedded*, *embodied* e *everyday* (Hine 2015).

Nonostante ciò, affinché sia possibile svolgere una ricerca di tipo etnografico è necessario stabilire un campo, poiché caratteristica principale di questa metodologia è il suo prevedere una prolungata immersione del ricercatore all'interno di esso (Geertz 1973, Bunzl 2004). Nella tradizione degli studi di antropologia, all'interno del campo il ricercatore si confronta con l'Altro, ovvero il membro della comunità che sta studiando. Tuttavia non sempre questa distanza culturale – e spaziale in termini geografici - tra il ricercatore e il soggetto di studio esiste (Hurstone 1935, Hofer 1968, Gerlholm e Hannerz 1982, Restrepo e Escobar 2005). Si è assistito, infatti, dagli anni Sessanta in poi a un decisivo cambiamento da questo punto di vista poiché la ricerca etnografica è stata significativamente intrapresa da ricercatori cosiddetti *nativi* (Haniff 1985, Abu-Lughod 1991) rispetto alla cultura e alla comunità che volevano studiare, complicando da questo punto di vista la separazione tra il sé del ricercatore e l'Altro svanisce. Per quanto riguarda la ricerca relativa a Internet, è ovvio che tale concetto di distanza vada ridefinito, poiché spesso il ricercatore si è trovato in Rete e ha fruito delle tecnologie relative nella vita quotidiana non potendosi definire completamente estraneo al luogo di osservazione.

La ricerca etnografica relativa alle scienze sociali invece non ha fatto di tale concettualizzazione di una separazione tra il ricercatore e il campo di studio un elemento cardine, anzi, fin dagli albori i ricercatori hanno rivolto la loro attenzione ai contesti in cui essi erano calati – in termini sia di appartenenza nazionale, sia di appartenenza direttamente personale (Whyte 1943, Goffman 1961, Willis 1977, Fine 1993, Dyck 2000). Al contrario di altri approcci di ricerca che tendono a frapporre una significativa distanza tra il ricercatore e il fenomeno analizzato attraverso metodi di raccolta standardizzati, l'approccio etnografico in questo caso si basa invece sulla centralità del rapporto tra il ricercatore, il campo di ricerca, la raccolta dei dati e ovviamente la loro interpretazione (Hine 2015). Ovviamente questo coinvolgimento è passibile di critiche riguardanti la dubbia rappresentatività e del rischio di svolgere autoetnografia, anche quando questa non è la scelta prevista (Boellstorff, Nardi, Pearce e Taylor 2012). Per questo motivo il ricercatore deve motivare di volta in volta le scelte operate e tenere sempre in mente che, in quanto osservatore e fruitore della Rete, il suo sguardo potrebbe essere influenzato dalla propria esperienza. Nonostante ciò per arrivare a capire i significati legati alle pratiche e ai luoghi della Rete quello etnografico sembra essere un approccio convincente, poiché si basa sulla prolungata immersione nel campo e sulla flessibilità. Per flessibilità si intende che il ricercatore si pone in maniera abbastanza morbida verso il campo e il fenomeno che sta osservando, così che sia possibile che la vera definizione della domanda di ricerca arrivi solo dopo una permanenza di tipo esplorativo senza la quale non sarebbe possibile venire a conoscenza di particolari pratiche che si svolgono all'interno del luogo di osservazione e che possono raccontare meglio il fenomeno di quanto non fosse possibile immaginare all'inizio dell'osservazione.

In sintesi la definizione del luogo di osservazione è quindi cruciale per poter svolgere una ricerca di tipo etnografico e spesso la sua definizione deriva da una costruzione operata dal ricercatore (Marcus 1995, 1998, Amit

1999) piuttosto che da luoghi che egli rintraccia come pre-esistenti (Hannerz 2003, Olwig 2003). Ed è ciò che viene espresso dal concetto di *multi-sited fieldwork*, che permette al ricercatore di muoversi tra diversi spazi<sup>81</sup> (Leander e McKim 2003, Farnworth e Austrin 2010) per tenere traccia di un fenomeno in un'ottica di mobilità (Buscher e Urry 2009, Aouragh 2011), seguendo le connessioni esistenti tra i partecipanti.

The past habit of Malinowskian ethnography has been to take subjects as you find them in natural units of difference – cultures, communities; the habit or impulse of multi-sited research is to see subjects as differently constituted as not products of essential unity of difference only, but to see them in development – displaced, recombined, hybrid in the once popular idiom, alternatively imagined. Such research pushes beyond the situated subject of ethnography towards the system of relations which define them. (Marcus 2002, p. 19)

Sebbene questa interpretazione sia molto affine allo scenario contemporaneo basato, appunto, su network e sul concetto di mobilità, ed essa sia utile ad aggirare il problema di definizione arbitraria del concetto di campo, rende la ricerca nel suo svolgimento – dalla raccolta dei dati fino alla loro esposizione – molto più complessa. L'approccio olistico, sebbene interessante e funzionale a certi aspetti del contemporaneo, apporta un grado di incertezza epistemologica costituita dal non avere dei limiti stabiliti entro i quali lavorare. Nonostante l'essere *situati* imponga delle restrizioni al lavoro, è anche vero che esso possa essere considerato come uno strumento metodologico (Candea 2007). Inoltre, anche adottando un approccio multi-sito si dovrebbero comunque arbitrariamente prendere delle decisioni su

---

<sup>81</sup> Per operare questa scelta si può alternativamente o seguire un gruppo di soggetti nelle loro migrazioni da un luogo all'altro, oppure intercettare una pratica e osservare come questa venga messa in atto nel confronto tra diversi spazi online.

quali connessioni seguire e per quali motivi, inoltre bisognerebbe tenere conto che poiché le pratiche vengono modellate in base ai contesti – in particolare ciò è vero se riflettiamo sui luoghi online – si assisterebbe a modificazioni talvolta anche importanti nell’oggetto analizzato. Il campo di ricerca viene infatti solitamente scelto dal ricercatore secondo le possibilità che esso offre per osservare il fenomeno che si vuole investigare.

Una volta selezionato il campo di osservazione, ha luogo quell’aspetto immersivo della ricerca che si realizza attraverso l’attività di osservazione delle pratiche che vi hanno luogo e, nel caso dell’osservazione partecipante, prendendovi parte. Il ricercatore si avvale di note di campo per tenere memoria delle sue osservazioni durante il periodo di osservazione – queste possono essere effettuate su vari supporti da un diario digitale, una sorta di archivio privato, a un blog pubblico in cui si segnalano gli avanzamenti della propria attività, fino ai più tradizionali quaderni. Inoltre come materiale di supporto, poiché si osservano fenomeni che hanno luogo online, ci si può avvalere di screenshot utilizzati come stimolo fotografico.

Fare etnografia online non significa entrare in uno spazio semplicemente registrandosi, ma significa vivere quello spazio cercando di venire accettati al suo interno, impararne le logiche, utilizzarlo e qualora fosse necessario o utile, interagire in quello spazio con gli informatori. Ad esempio

An ethnographer in Facebook [...] will become present by signing up for a personal Facebook page, and then make choices about aspects of his identity to signal, photographs to upload, people to friend, and status update to make. An ethnographer on Twitter will need to make choices about the name to adopt, the personal features to reveal in a profile, and the nature of every tweets and retweets they wish to make. In each case effective presence requires some initial active choices from the ethnographer about how to portray an identity and an ongoing attention to being socially acceptable. (Hine 2015, p. 71)

Il che significa che bisogna ben ponderare le scelte iniziali che sono quelle che definiranno l'identità del ricercatore nello spazio, cercando di capire in quale modalità rappresentarsi e mantenere attivo il proprio profilo per acclimatarsi al luogo e alle persone che lo popolano, poiché questo influirà sull'andamento della ricerca. Ripercorrendo in questo modo l'esperienza degli utenti al momento della loro iscrizione.

In fine, il ricercatore può ricorrere a interviste, focus group e/o questionari standardizzati rivolti ai membri della comunità osservata.

## 4.2 Obiettivo della ricerca e concettualizzazioni operative

L'obiettivo conoscitivo della ricerca è stato quello di descrivere e comprendere come le pratiche di narrazione del sé si relazionino con lo *spazio dei flussi*. Il concetto di narrazione del sé, quindi, si trova a cavallo tra la costruzione sociale di un ethos comune<sup>82</sup> e la rappresentazione identitaria, orientando l'agire dell'utente nel mondo, poiché funge da mappa interpretativa. Tale concetto formulato su basi teoriche, inizialmente ha funto da concetto orientativo per la ricerca sul campo, per poi evolversi in chiave operativa, prendendo la forma di concetto definitorio.

In particolare ci si è quindi concentrati sull'osservazione di una pratica comunicativa che è apparsa emergere con forza, ovvero quella della produzione e condivisione di *screenshot di conversazioni private*. Ci si è quindi domandati in che modo, attraverso questa pratica gli utenti organizzino la propria esperienza e quindi la propria narrazione, tra attività di auto-descrizione e condivisione di racconti di senso (condiviso) con un pubblico.

---

<sup>82</sup> Per ethos comune si intende quindi quel frame di significato che ci costruisce collettivamente, legittimato dalla narrazione e legittimante la narrazione.

Il lavoro ha quindi seguito un principio folkonomico (Clay 2005; Anderson 2008; Rogers 2012) utilizzato ai fini di produrre conoscenza scientifica durante l'esplorazione della Rete. In questo senso, il ricercatore osserva le modalità attraverso cui gli utenti esprimono le proprie pratiche nell'organizzazione del loro ambiente digitale, poiché caratteristica del web sociale è quella di basarsi su processi di archiviazione e catalogazione delle informazioni - processi che avvengono in maniera automatica, e quindi sono strutturanti il luogo, ma che avvengono anche dal basso direttamente per volontà degli utenti. Un esempio di questa attività di catalogazione può essere rappresentata dall'esistenza del sistema di apposizione di etichette - i tag - e dagli usi - anche creativi - che di questo vengono fatti. Da un lato, attraverso la catalogazione, permette alle tecnologie della Rete di "indicizzare" i contenuti, organizzandoli; dall'altro gli utenti sono abilitati dall'esistenza di questo sistema a produrre percorsi di senso propri sotto forma di catalogazione. Il processo ha quindi da un lato a che fare con il mezzo e la sua tecnica, ma anche poi con l'acquisizione di questo mezzo da parte degli utenti che lo sfruttano in maniera imprevedibile e non solo in modalità funzionale ma anche simbolica. Un esempio in questo senso può essere rappresentato dagli hashtag utilizzati su *Instagram*: si rifanno alle logiche di organizzazione e condivisione della piattaforma, ma il più delle volte nascono dal basso e vengono apposti come significanti della foto, sviluppando pratiche comunicative peculiari pensate dal basso. Possono avere a che fare con la produzione di foto di un certo tipo che rientra in pratiche "istituzionalizzate" all'interno della piattaforma - i #throwbacktuesday, ad esempio che indicano la pubblicazione, di Martedì, di una foto del proprio passato; o l'ormai famoso #selfie -; con la volontà esplicita di promuovere il proprio account attraverso un contenuto - #like4like, #follow4follow -; l'espressione di commenti sul contenuto pubblicato per contestualizzarlo al proprio pubblico ma che non necessariamente seguono un filone di pratiche "istituzionalizzato"



all'interno della piattaforma. Gli utenti quindi a partire dalle *affordance* dei luoghi online e da grammatiche e simboli condivisi, creano dei contesti culturali, simbolici attraverso cui viene definita e significata l'esperienza nel luogo.

Per questo motivo si rende necessario per il ricercatore entrare in questi luoghi e studiarli da dentro, così da osservare negli utenti loro

idee, attitudini, motivazioni e intenzioni e il loro modo di interpretare il mondo sociale (Foster 2006, p. 619)

tramite le pratiche messe in atto. Gli utenti, quindi, significano i luoghi e attuano pratiche dal basso. Possiamo sostenere che essi costruiscano il proprio contesto d'azione a livello simbolico ed è per questo che è possibile che essi partecipino alla costruzione della conoscenza del ricercatore attraverso un rapporto dialogico e riflessivo (Illingworth 2006).

È quindi ancora una volta importante sottolineare che, secondo un approccio di tipo ermeneutico, conoscere l'azione sociale in astratto non è possibile: essa deve sempre essere collocata, osservata, nel contesto sociale (Crotty 1998).

### 4.3 Organizzazione della ricerca

La parte empirica del presente elaborato si fonda dunque su un'indagine etnografica, della durata di due anni, che si è svolta essenzialmente in 3 fasi:

- La prima fase, esplorativa, ha preso le mosse da una tecnica tradizionalmente qualitativa-etnografica come l'osservazione partecipante (Malinowski 1978)
- La seconda fase di osservazione di una pratica e quindi di riconfigurazione del campo di ricerca che si è ristretto coincidendo con la pratica contestuale a un luogo

- La terza fase vede l'impiego di interviste in profondità rivolte a soggetti osservati

Tabella 1 - Coordinate temporali delle fasi di ricerca

<b>Prima Fase</b>	<b>Seconda Fase</b>	<b>Terza Fase</b>
Novembre 2013 – Giugno 2014 (7 mesi)	Luglio 2014 – Luglio 2015 (12 mesi)	Agosto 2015 – Dicembre 2015 (5 mesi)
<i>Annotazioni</i>		

Le tre fasi - che andremo a descrivere nello specifico - come evidente, hanno fatto sì che la ricerca procedesse per step, andando a stringere sulle evidenze rintracciate e osservate come interessanti, questo perché l'approccio etnografico permette di calibrare e modificare il focus a partire dall'esplorazione effettuata.

#### 4.3.1 Prima fase della ricerca: definizione del campo e indagine esplorativa.

Come prima cosa si è ristretto il campo di osservazione – non potendo essere Internet in toto e non potendo nemmeno partire da soggetti scelti arbitrariamente – identificando un particolare luogo della Rete. La scelta è ricaduta su *Tumblr* in quanto piattaforma di social networking basata sul micro-blogging che nonostante stia suscitando un crescente interesse da parte di ricercatori (Marquat 2010, DeSouza 2013, Fink e Miller 2013, Chang et al. 2014, Charters 2014) e marketers<sup>83</sup>, ha ancora una letteratura dedicata abbastanza limitata e quindi rappresenta un oggetto originale da studiare.

---

<sup>83</sup> La maggior parte degli articoli su Tumblr in Rete riguarda analisi circa il suo essere una possibile piattaforma su cui lavorare. Un esempio: <http://websitehostreview.com/tumblr/>

La prima fase della ricerca, ha quindi riguardato la socializzazione del ricercatore al mezzo, esplorandone funzionalità e caratteristiche, e prendendo note di campo riguardo alle osservazioni generali sul luogo. Il fatto che lo spazio si basi sul pseudonimato ha fatto sì che oltre a trovare uno pseudonimo e alla scelta di una foto profilo, non si siano date altre informazioni su di sé<sup>84</sup>, come visto fare nelle altre pagine personali visitate. Altro punto fondamentale è stata la costruzione di una rete di tumblog<sup>85</sup> – ovvero le pagine personali che gli utenti di *Tumblr* creano - da seguire, costruita a partire da i tumblog consigliati direttamente dalla piattaforma al momento dell'iscrizione e quelli di cui si era a conoscenza perché trovati come link in altri spazi della rete. Essendo uno spazio di semi-anonimato si è evitato inizialmente di cercare tumblog di contatti noti poiché non si voleva dare per scontata l'importanza della dimensione dell'anonimato nell'esperienza di fruizione che un utente medio potrebbe avere. Ovviamente va specificato che su queste considerazioni è pesata ovviamente la narrazione mediale, ovvero tutti quei discorsi relativi a *Tumblr* nei quali capita di imbattersi in altri spazi online<sup>86</sup>, e le opinioni di altri utenti alle

---

<sup>84</sup> Questo in qualche modo, oltre a essere un costume tipico del luogo, protegge l'identità del ricercatore (Dyck 2000).

<sup>85</sup> Nota di campo 20.08.2014: Il termine *tumblog* non compare come proposto dalla piattaforma, sono i suoi utilizzatori ad averlo istituzionalizzato dalla crasi dei termini *Tumblr* e *blog*. Sarà quindi questo il termine che verrà utilizzato anche in questa sede per riferirsi alle pagine personali ospitate da *Tumblr*.

<sup>86</sup> Nota di campo 28.05.15: Esempio di discorso su Tumblr rintracciabile su altre piattaforme <https://www.facebook.com/COSEMOLTOTUMBLR/> o le molte altre pagine relative a Tumblr create dal basso che si definiscono “comunità” nella descrizione, e i profili riguardanti Tumblr su twitter, come ad esempio <https://twitter.com/SincerelyTumblr>. Da aggiungere anche come annotazione è che il numero di link a Tumblr da Facebook era in un primo momento relativo alle .gif che Facebook non aveva integrato mentre in Tumblr erano e sono uno dei codici espressivi di maggior successo. In supporto a questa evidenza riscontrata anche l'apertura nel luglio 2015 di <https://www.tumblr.com/tv/> canale online

quali, nel tempo, si è stati sottoposti. Questo, secondo chi scrive, non inficia l'esperienza, anzi la rende assai più vicina a quella che un qualsiasi altro utente potrebbe aver passato. Sebbene l'obiettivo non sia duplicare una possibile esperienza di un utente medio, è importante fare questo tipo di considerazioni poiché *l'immersione* in uno spazio online parte dal momento dell'iscrizione e ha quindi le sue radici nella decisione di iscriversi e nel bagaglio di aspettative pregresse basate, appunto, su quanto si è captato dai discorsi che altri hanno fatto sul medium e dall'idea che ci si è fatti imbattendocisi tramite link segnalati.

Gli accessi alla piattaforma sono stati in questa fase giornalieri – con una media di 56 ore al mese – e proseguendo nell'osservazione è stato riscontrato che la maggior frequenza di attività si registra nelle ore serali – dopo le 21:00 – ma non ci si è solo concentrati in questa fascia oraria. Inoltre a questo proposito è d'uopo segnalare che l'accesso è avvenuto sia da desktop che da mobile per avere un confronto delle due esperienze.

Essendo un'osservazione partecipante si sono iniziati a produrre contenuti durante la seconda settimana dal momento dell'iscrizione, si è interagito con gli utenti sfruttando alcune delle modalità di interazione del mezzo, in particolare i like e i reblog (fatti e ricevuti).

Durante tutto il periodo della ricerca e in particolar modo durante l'osservazione partecipante si è tenuto un diario etnografico contenente le note di campo, che sono servite oltre che per tenere traccia dell'osservazione anche per stilare questo elaborato e che vengono integrate come note al testo. È altresì vero che per via delle caratteristiche dello spazio, cioè il suo articolarsi prevalentemente attraverso contenuti multimediali, si è ricorso all'integrazione di queste note testuali con degli screenshot effettuati su contenuti della piattaforma e aggiunti al documento.

---

attraverso cui cercare e visualizzare, nel flusso di come vengono pubblicate le .gif su Tumblr.

In seguito all'osservazione e all'utilizzo della piattaforma per poterne comprendere le specifiche, è accaduto quello che Christine Hine (2015, p.196) chiama *pop-up moment*, secondo cui

We need to be more inventive about capitalizing on fragments of insight whenever they occur, even if we weren't quite ready for them or we did not even realize we were going to be doing fieldwork at the time.

Cosa abbastanza comune nell'approccio etnografico, ovvero che dall'osservazione del luogo si scoprissero particolari pratiche di cui non si era a conoscenza e che invece risultano essere interessanti da approfondire (Malinowski 1922, Hine 2009, Boellstorff, Nardi, Pearce e Taylor 2012).

È accaduto di intercettare la pratica della condivisione di screenshot di conversazioni private. Questo fenomeno, del tutto nuovo agli occhi del ricercatore e completamente inaspettato, è risultato essere nel tempo anche una pratica comune e abbastanza visibile, sicuramente non caratterizzante l'esperienza per intero ma di certo indicativa di diversi fenomeni.

#### 4.3.2 Seconda fase della ricerca: Identificazione della pratica e creazione di un campo di osservazione privilegiato.

In seguito alla prima fase si è quindi deciso di concentrarsi sullo studio della pratica di condivisione di screenshot di conversazioni private, così da osservare attraverso di essa da un lato la narrazione digitale del sé e dall'altro come questa si articola all'interno di uno spazio online. Inoltre risulta particolarmente interessante poiché condensa diversi aspetti significativi dell'esperienza digitale *embedded* e legata ai dispositivi mobili.

Al fine di osservare la pratica è stato necessario adottare nuovi accorgimenti operativi, andando a costruire un nuovo campo di interesse, un campo di osservazione privilegiato data una rete di utenti (Hine 2015) che utilizza questa tipologia di frammento digitale nei loro tumblog, sia

producendoli che condividevamo. Per questa operazione ci si è basati sul concetto di micro-sociologia dell'era dell'informazione (Wittel 2001), cioè invece di concentrarsi sulla rete in sé si riflette sulla costruzione di questa rete osservandola in quanto pratica. Da questo punto di vista l'etnografia osserva in quale modo, nelle loro pratiche quotidiane, gli utenti creino, mantengano e determinino i legami sociali.

Come prima cosa ci si è avvalsi della struttura della piattaforma che ha un motore di ricerca interno che permette agli utenti di ricercare e trovare contenuti organizzati tramite dei tag. Poiché durante l'analisi esplorativa si erano raccolte alcune keyword attraverso le quali gli utenti catalogavano i propri screenshot pubblicati come ad esempio le più ricorrenti

#whatsapp #myscreen #screenshot #chat #messaggi

Volendo rintracciare solo quelli in lingua italiana si è optato per ricercare *#messaggi* che ovviamente non raggruppava esclusivamente screenshot di conversazioni ma è stato il punto di partenza che si è ritenuto essere migliore per aggirare l'ostacolo del dover navigare in un mare magnum di screenshot in qualsiasi lingua.

Una volta individuato questo archivio di Tumblr, si è proceduto col navigarlo, aprendo i diversi tumblog presenti. Aprendo il tumblog infatti è possibile osservare il *percorso* che il contenuto ha compiuto dalla sua creazione fino a quel momento – difatti dalla ricerca tramite motore di ricerca interno non compaiono “gli originali” ma anche tutti i derivati, cioè i reblog, ordinati dall'ultimo prodotto. Si è quindi proceduto per tentativi.

Si sono selezionati alcuni screenshot, tra quelli che registravano un maggior successo – espresso in termini di *note*<sup>87</sup> - si è risaliti al loro creatore

---

<sup>87</sup> Nota di campo, 15.07.2014: Sotto a ogni contenuto prodotto viene segnalato il numero di interazioni che questo ha provocato: commenti, reblog e like vengono aggregati in un'unica lista a cui si accede cliccando sulla parola *note*.

originario e si è osservato il tumblog, se presentava altri frammenti come quello allora veniva salvato tramite browser sotto *Preferiti* - per non dover per forza seguire l'utente prima di aver costruito una rete – altrimenti non veniva tenuto in considerazione. Gli utenti inizialmente salvati sono stati osservati per cercare, a partire da loro, di costruire una rete (Beaulieu 2005, Beaulieu e Simakova 2006, Bowker 2005) che tra i nodi avesse altri produttori e condivisori di screenshot. Questo passaggio è particolarmente importante e alquanto delicato poiché da un lato è fondamentale per avere una comunità da osservare che non sia completamente imposta dal ricercatore ma che parta dalla pratica, dall'altro è altrettanto vero che sia stato il ricercatore a decidere quanti nodi tenere e quanti no e ciò sulla base dal loro essere più o meno attivi. Tuttavia, è anche vero che, come emerge da una delle interviste svolte

Prima leggevo tutte le frasi di tumblr e allora l'ho messo perché era una bella frase [...] prima le cercavo e basta tipo con myscreens e con altre due ragazze poi ho iniziato a seguirle e loro a me perché mettevano sempre le chat (G.<sup>88</sup>)

L'utente in questo passaggio chiarisce che gli stessi utenti facenti parte della sua rete costruita, si siano aggregati secondo un processo abbastanza simile a quello utilizzato per costruire il campo di osservazione privilegiato, ovvero a partire dai contenuti si sono selezionati utenti che sono andati a formare il network. Si è scelto di costruire una rete di utenti che mostravano di partecipare alla pratica piuttosto che di esplorare semplicemente l'archivio, per capire che ruolo avessero questi frammenti all'interno della narrazione digitale del sé.

Adottando sempre un approccio *morbido* e, come abbiamo visto, pronto a correggere il tiro, si è costruita una rete formata da 20 tumblog iniziali che sono stati quindi seguiti tramite *Tumblr*. Ovviamente durante l'osservazione

---

<sup>88</sup> Iniziale pseudonimo.

alcuni autori hanno smesso di aggiornare i loro spazi e sono quindi stati sostituiti da altri rintracciati sempre a partire dal tag #messaggi. Questo è stato possibile perché il focus della ricerca non è su un determinato gruppo di persone e sulle loro biografie ma su una specifica pratica e su differenti modalità di narrazione digitale del sé. Introdurre nuovi utenti e eliminarne altri, ha permesso da un lato di introdurre elementi di novità, e dall'altro di non incappare in una *echo chamber*. È stato in questo modo possibile aggiungere varietà ai dati, senza ovviamente la pretesa di catalogare tutta la rete, ma osservando se altri utenti producessero lo stesso tipo di contenuti o meno.

Altro elemento da sottolineare riguardo agli utenti è che, proprio per via del semi-animato, o pseudonimato, che vige in *Tumblr*, non sempre è stato possibile capire che età avessero o di che sesso fossero i partecipanti poiché non tutti lo hanno specificato tramite la *microbio*, tuttavia ai fini della ricerca queste sono sembrate essere variabili non determinanti perché il focus non era in relazione alle identità<sup>89</sup> e non vi è la pretesa di autenticità nella narrazione, come del resto non vi è nemmeno per quanto riguarda le narrazioni epiche.

Seguendo quindi questi *tumblog* lungo il periodo di un anno, è stato possibile raccogliere diverso materiale, sotto forma di note di campo e screenshot, ottenendo diversi *insight* utili e da testare tramite le interviste in profondità.

---

<sup>89</sup> Per l'etnografia online il focus non è su chi siano veramente gli utenti, ma su cosa facciano (cfr. Paccagnella 2004; Floridi 2011b), poiché l'analisi dell'identità non avviene tramite lo studio della psiche ma tramite quello del comportamento (Kozinets 2002b, Mead 1934).



### 4.3.3 Terza fase della ricerca: interviste.

L'ultima fase della ricerca ha riguardato le interviste in profondità che sono state svolte online, in copresenza, inizialmente attraverso il sistema di messaggistica istantanea legato a *Facebook* e successivamente nel sistema di messaggistica istantanea che è stato implementato in *Tumblr*. Si è operata questa scelta perché si è pensato fosse maggiormente adeguata rispetto alla pratica e al luogo, che prevede un semi-anonimato e quindi diversi utenti non gradiscono che si conoscano le loro generalità. In entrambi i casi il ricercatore ha fornito le proprie generalità in un breve messaggio di presentazione

Ciao sono Elisabetta Zurovac scusa se ti disturbo ☺ Sto scrivendo una tesi su Tumblr e dato che ti seguo ho pensato che potesse essere interessante intervistarti, ovviamente i dati vengono trattati in forma anonima. Ti va?

Il messaggio è stato scritto in maniera informale, inserendo nome e cognome così da permettere all'utente di svolgere una ricerca riguardo all'identità del ricercatore – tenendo presente che il *fact checking* è una pratica abbastanza comune tra gli utenti. È stato sottolineato che i dati sarebbero stati trattati in forma anonima poiché la maggior parte degli utenti non rilascia informazioni circa le proprie generalità, da ciò si deduce che vi sia una particolare cura riguardo alla riservatezza di queste informazioni, per cui la privacy è stato un elemento fondamentale da esplicitare fin da subito.

Sono dunque state condotte 20 interviste, a partire dagli utenti seguiti. Quando questi non erano disponibili, si è chiesto di proporre agli utenti intervistati altri contatti di utenti di *Tumblr* che condividessero *screenshot*. In quel caso il messaggio di presentazione si è modificato

Ciao sono Elisabetta Zurovac scusa se ti disturbo ☺ mi manda \*nome del tumblog\* perché sto scrivendo una tesi su Tumblr e dopo averlo intervistato

gli ho chiesto di suggerirmi qualcun'altro a cui sarebbe andato aiutarmi. Ti va?

Si è mantenuto un linguaggio informale ma in questo caso come seconda informazione, dopo le proprie generalità, è stato inserito il collegamento tra il ricercatore e l'utente. Considerando che l'ambiente di *Tumblr*, come vedremo, si basa molto sulle relazioni che gli utenti costruiscono tra di loro questa informazione risultava essere molto importante da fornire per farsi accettare.

Prima di iniziare le interviste si è costruita una traccia di intervista in base alle osservazioni svolte e alle note di campo raccolte. L'elaborazione della traccia di intervista ha quindi segnato un primo punto di sistematizzazione del materiale raccolto.

#### *4.3.3.1 La traccia di intervista*

La costruzione della traccia di intervista semi-strutturata è avvenuta in seguito alla sistematizzazione di alcuni dei dati raccolti durante la permanenza nel campo. Essa si concentra sulla pratica di produzione e condivisione di *screenshot* di conversazioni private e si compone di 5 aree tematiche.

La prima area riguarda la pratica in generale e serve a contestualizzare il fenomeno, lasciando libero l'intervistato di raccontare la pratica prestando attenzione sul suo fare riferimento alla propria esperienza o se farà riferimento in maniera generica, legata al senso comune attorno alla pratica. La domanda di innesco dell'area è

Parlami degli screenshot...

La seconda area tematica riguarda la produzione di *screenshot*, prima che vengano condivisi, stimolando l'intervistato a riflettere sul momento della

selezione, cercando di capire cosa inneschi la pratica. La domanda di innesco dell'area è

Da quanto tempo ti capita più o meno di fare gli screen? Ti ricordi quando hai iniziato?

La terza area tematica si focalizza invece sulla condivisione degli *screenshot*, concentrandosi su cosa accada in seguito alla loro produzione. Cercando di capire le motivazioni per cui si arrivi alla condivisione e attraverso quali modalità. L'intervistato viene anche sollecitato a rispondere tramite riflessione su quanto venga fatto dal proprio gruppo di pari. Si stringe un focus su *Tumblr*, stimolando l'intervistato a descrivere la pratica di condivisione di *screenshot* per come lui stesso la mette in atto. Questa area ha come domanda di innesco

Una volta che li hai fatti cosa ci fai? (li invii ad amici? dove?; li tieni salvati? li mostri?; li pubblichi? dove?)

La quarta area tematica riguarda il reblog di *screenshot*, per cui l'intervistato viene portato a riflettere su questa dimensione sia dal punto di vista attivo – *rebloggare* – sia da quello passivo – venire *rebloggati*. La domanda di innesco è quindi

Ti capita di rebloggare screenshot di altri?

La quinta area tematica, in fine, riguarda la percezione della pratica osservata all'interno di *Tumblr*, che si esplicita tramite il confronto con i comportamenti della propria rete osservati e la proiezione di sé, quindi attraverso l'attività di identificazione e distanziamento. La domanda di innesco dell'area è

Quelli che pubblicano screenshot su Tumblr si comportano come te, secondo te?

Testando la traccia sono poi stati presi accorgimenti modificando lievemente l'ordine delle aree, poiché verso la fine delle interviste svolte via chat di *Tumblr*, alcuni intervistati hanno mostrato una perdita di concentrazione e quindi le risposte si facevano meno articolate. Per evitare che in questo modo si perdessero le informazioni centrali riguardanti la pratica contestualizzata al luogo, si è preferito spostare l'area conclusiva all'inizio.

Sebbene la traccia fosse costruita secondo una forma “ad imbuto” per cui si iniziava con questioni più generali, anche per far sciogliere l'intervistato, fino ad arrivare al “vivo” della questione, aver modificato l'ordine delle aree non ha prodotto alcun significativo problema, probabilmente perché gli intervistati non percepivano il ricercatore come un estraneo ma come un facente parte di quella che descriveremo come *community di Tumblr*.

#### 4.3.3.2 *Le interviste via Facebook Messenger*

Le prime 10 interviste sono state effettuate via *Facebook*, perché così proposto dagli intervistati, che erano stati contattati tramite il sistema di posta privata interno a *Tumblr*. Ci si è assicurati che l'intervistato fosse consapevole che l'intervista sarebbe durata da un minimo di un'ora a un massimo di due, e si è trovato un accordo sull'orario e la data. L'intervista ha avuto luogo senza che ci si aggiungesse tra i contatti.

La chat è fruibile sia da desktop che da mobile e come strumento di controllo per orientare i turni di scrittura segnala in basso che l'altro utente sta scrivendo. Questa peculiarità da un lato è positiva per l'intervistatore poiché ha sotto controllo il “silenzio” e può gestire meglio i tempi di domanda e risposta, ma è anche vero che – impiegando più tempo a scrivere

che a parlare – l'intervistato vedendo l'intervistatore già impegnato nel comporre una nuova domanda potrebbe inibirsi nell'aggiungere qualcosa. Questo dubbio è sorto anche in presenza di un'intervistata che ha scritto

Ah e poi prima volevo dire anche che (C.)

Esplicitando quindi il non essere riuscita ad aggiungere quanto avrebbe voluto, ma mostrando anche un modo di aggirare l'ostacolo. Probabilmente ciò è dovuto all'essersi abituati a chiacchierare in questi spazi, in cui spesso i botta e risposta si sovrappongono. Inoltre lo svolgersi della conversazione è sempre sotto agli occhi, per cui può essere un continuo richiamo per riflettere circa le cose che si vorrebbero dire.

Da questo punto di vista l'intervistare via chat rende entrambe le parti maggiormente consapevoli riguardo al testo, mentre nell'intervista tradizionale solo l'intervistatore tiene traccia di quanto detto. Chiaramente scrivere presuppone una cura in più rispetto alle risposte che si darebbero parlando, magari più immediate. Tuttavia in questo caso non si è dimostrato un problema, anzi, avere più tempo per pensare la risposta è uno stimolo ulteriore alla riflessività. Utilizzare la chat ha anche favorito gli utenti nel mostrare esempi presi online, come link a pagine Facebook relative al tema, senza che venisse loro chiesto.

Le conversazioni sono poi state raccolte e salvate in un file digitale a parte.

#### *4.3.3.3 Le interviste via chat di Tumblr*

Altre 10 interviste, invece, hanno avuto luogo tramite la chat di *Tumblr*. Si è cambiato strumento di messaggistica istantanea perché al momento di inizio della fase relativa alle interviste la chat di *Tumblr* non esisteva e in tal modo si è evitato il passaggio, più articolato, via *Facebook*. Nella totalità dei casi le interviste sono state svolte senza aver bisogno di programmare il giorno,

perché gli utenti che hanno accettato hanno proposto di iniziare sul momento o posticipando di qualche ora.

Anche in questo caso sono stati edotti della durata dell'intervista, ma si è subito mostrata una grande differenza tra queste e quelle avvenute tramite *Facebook*, perché il livello di attenzione calava drasticamente, indicativamente poco prima che fosse passata un'ora dall'inizio. Per tale motivo si è pensato di modificare la traccia d'intervista. L'ipotesi su questo calo di attenzione è che fosse dovuto al luogo a causa dello svolgersi delle interviste in tutti i casi da dispositivo mobile. Questo ultimo dato non era esplicito, perché non richiesto dal ricercatore, tuttavia è emerso dalle conversazioni perché gli intervistati hanno usato spesso delle *emoji*<sup>90</sup>, che sono disponibili solo dalla versione per dispositivo mobile.

La chat inoltre, diversamente da quella di *Facebook*, non ha alcuno strumento di controllo sui turni, non segnalando se l'altro stia o meno scrivendo. Per questo motivo il ricercatore si è sempre premurato di scrivere la domanda o l'osservazione per intero, invece che in via frammentata come accade nelle chiacchierate in chat.

Dal canto loro gli intervistati, invece, hanno utilizzato come costume quello di inviare spesso il messaggio prima di aver finito di scrivere la risposta per intero, quindi è stato particolarmente difficile per il ricercatore condurre le interviste tramite questo mezzo. È anche capitato che, non essendoci veramente un tempo prestabilito entro cui dare la risposta e soprattutto non potendo vedere se l'altro stesse scrivendo, che l'intervistatore abbia aspettato per decine di minuti credendo che l'intervistato stesse componendo un lungo messaggio. Dopo un tempo sufficientemente lungo, il ricercatore ha stimolato una risposta, con la classica formula delle conversazioni online

---

<sup>90</sup> Simboli pittografici utilizzati nella comunicazione mediata da dispositivo mobile, con la stessa funzione delle emoticon.

Ci sei? 😊

Ottenendo difatti subito la risposta, con aggiunto

Si scusa non avevo visto che non aveva inviato il messaggio, scusami \*emoji sorriso\*

Oltre a queste complessità non se ne sono presentate altre e anzi, dall'utilizzo di questo sistema di messaggistica istantanea si sono potuti raccogliere numerosi *insight* sui costumi del luogo, poiché integrato a *Tumblr*.

Anche in questo caso le interviste sono state raccolte e salvate in un file digitale a parte.

#### 4.4 Analisi dei dati

Per quanto riguarda l'analisi dei dati occorre fare una premessa relativa alla metodologia scelta per condurre la ricerca. L'approccio etnografico difatti si caratterizza per la descrizione puntuale dei dati in profondità nella parte relativa ai risultati della ricerca, tuttavia viene spesso sorvolata in questo tipo di ricerche la descrizione del passaggio intermedio che è quello che porta i dati raccolti e osservati a diventare testo descrittivo.

Ciò è dovuto sostanzialmente al tipo di approccio *grounded* della ricerca, che non si serve di forme aprioristiche di catalogazione o interpretazione, non si creano griglie o modelli all'interno dei quali inserire i dati raccolti per poi elaborarli. Inoltre trattandosi, come già sottolineato, di un approccio morbido e flessibile, che si sottopone a revisioni in corso d'opera è possibile sostenere che l'elaborazione dei dati in parte si sovrapponga alle diverse fasi della ricerca, senza avere necessariamente un suo "tempo" definito da un

chiaro inizio, al contrario delle altre fasi. Le riflessioni sui dati raccolti iniziano appena ci si immerge nel campo (Boellstorff, Nardi, Pearce e Taylor 2012), infatti osservare, registrare e analizzare sono tre fasi che difficilmente possono essere distinte, slegate tra loro del tutto

Distinguishing these three phases of knowledge-seeking of knowledge-seeking may not, as a matter of fact, normally be possible; and, indeed, as autonomous “operations” they may not in fact exist (Geertz 1973, p. 20)

Nonostante questo vi sono diverse modalità, a discrezione del ricercatore, di “processare” i dati raccolti, familiarizzando con essi e cercando di capire i nessi sottesi a un insieme di dati di natura molto differente tra loro.

Boellstorff, Nardi, Pearce e Taylor (2012) consigliano di muoversi seguendo questi passaggi:

- 1) Sistematizzare i dati cercando di dividerli e classificarli secondo parole chiave che possano aiutare a identificarne gli argomenti,
- 2) Cercare dei pattern tra i dati classificati, magari sfruttandone incongruenze o altri momenti di frizione, così da trovare dei filoni tematici

Le modalità attraverso cui queste operazioni vengono svolte sono a discrezione del ricercatore, che può decidere di produrre copie fisiche dei dati raccolti digitalmente, quindi stamparli e utilizzare strumentazioni non molto sofisticate come post-it e fascicoli che nella loro compilazione aiutano a visualizzare un “quadro generale” che si forma a mano a mano che la suddivisione viene svolta. Lo stesso vale per le strumentazioni più tecnologicamente avanzate come directory di link, file excel e così via.

Per quanto riguarda questo elaborato in particolare i dati che sono stati raccolti digitalmente sotto forma di immagini – tramite screenshot, link salvati sotto “Preferiti” nel browser, e like apposti tramite *Tumblr* - sono



stati organizzati all'interno di un file Excel: accanto ad ogni immagine è stata riportata una descrizione del contesto, le keyword utilizzate per identificarlo e i tag o altri testi prodotti dagli utenti per significarlo. Le interviste archiviate digitalmente sono state analizzate apponendo note digitali. In un secondo momento tutti questi file sono stati stampati e disposti sul tavolo così da avere la visione completa di tutti i dati prodotti, divisi per temi o caratteristiche.

In ultimo sono state rintracciate delle categorie di analisi seguendo un approccio *grounded*, per cui a partire dai dati raccolti si è arrivati a produrre una categorizzazione degli stessi a due livelli: prima una codifica aperta, producendo una tassonomia di concetti e categorie che sono state formulate "imparando" dagli utenti; in seguito una codifica assiale per mostrare l'interrelazione dei concetti. In fine la codifica selettiva ha portato allo sviluppo di una riflessione teorica che mira ad essere una teoria di medio raggio.

Si può dire quindi che si tratta di un approccio bottom-up poiché l'accento viene posto sui dati, piuttosto che sulle teorie, le quali derivano direttamente dall'analisi delle informazioni raccolte; in un rapporto di circolarità durante il quale il processo di ricerca viene continuamente rielaborato.

L'interpretazione si è basata sul tentativo di ricostruire i percorsi di senso operati attraverso l'osservazione della pratica e attraverso l'interazione con i soggetti, così da riuscire a

“sfogliare ad uno ad uno i significati stratificati la cui trama (texture) costituisce il testo (text) della cultura” (Fabietti 2001, p. 235)

Le ramificazioni dei significati si sono espresse sia in forma simbolica attraverso l'interpretazione, sia in forma tangibile attraverso l'esistenza e l'osservazione di link, rimandi, reblog tra i profili – attività che sono basilari

alla pratica nel luogo di osservazione – di contenuti digitali osservabili, archiviabili, letti più volte perché più volte emersi. Il che non rimanda esclusivamente al processo interpretativo ma anche alla logica del luogo, che il ricercatore, come gli utenti, ha interiorizzato.

## 4.5 Etica della ricerca

Gli aspetti etici della ricerca riguardano tutte quelle premure che si dovrebbero avere nei confronti dei propri informatori. Tali preoccupazioni sono da diverso tempo al centro degli interessi di chi si occupa di questo tipo di ricerca su Internet (AoIR 2002, Buchanan 2004, Buchanan e Ess 2009, McKee e Porter 2009) e si basano sulla constatazione di un'asimmetria nella distribuzione del potere, tra ricercatore e informatori. Infatti da un lato il ricercatore ottiene benefici dalla ricerca in quanto rende possibile il suo lavoro mentre dall'altro lato l'informatore non ottiene in molti casi nulla in cambio se non il possibile piacere di raccontare a qualcuno il proprio punto di vista su un fenomeno in qualità di *esperto*.

Per questo motivo il minimo che il ricercatore possa fare è prestare particolare attenzione all'informatore nel senso più ampio del termine, ovvero, non si tratta solo di non nuocergli direttamente ma avere anche cura in senso ampio soprattutto rispetto ai dati che questo consegna.

In genere lo scambio dialogico e le interazioni che si hanno con i propri intervistati devono evitare di portare a contrasti di sorta e quindi lasciare le due parti soddisfatte dall'aver avuto una interazione positiva.

Tuttavia sono state identificate otto diverse aree<sup>91</sup> (Boellstorff, Nardi, Pearce e Taylor 2012) alle quali prestare attenzione per applicare questo concetto di “cura” verso gli informatori:

- 1) consenso informato
- 2) minimizzare il rischio

---

<sup>91</sup> Cfr. [http://cphs.berkeley.edu/internet\\_research.pdf](http://cphs.berkeley.edu/internet_research.pdf)

- 3) anonimato
- 4) mascheramento
- 5) eccessiva intimità
- 6) ricompensa
- 7) abbandono
- 8) ritratto accurato

Per quanto riguarda il consenso informato - poiché non in tutti i contesti è possibile far firmare un form relativo al consenso informato - il ricercatore si impegna a

- rendere il più chiaro possibile quali siano i suoi scopi,
- dichiarare di essere un ricercatore: nonostante non tutti i partecipanti sapranno esattamente di che cosa si occupi un etnografo e per quale motivo, è giusto che vengano informati riguardo alle attività alle quali stanno partecipando e che tipo di risultato si spera prenda forma alla fine.

Per quanto concerne la minimizzazione del rischio si intende che, qualora il ricercatore potesse venir chiamato a testimoniare in aula perché la sua ricerca riguarda pratiche illegali, egli deve essere pronto – prima che ciò avvenga - a proteggere i suoi informatori; tramite ad esempio la distruzione del materiale raccolto non appena possibile, qualora questi dati potessero essere utilizzati per condannare un informatore.

Per quanto riguarda l'anonimato, il ricercatore deve assicurare che i dati relativi agli informatori non verranno rivelati, per questo motivo si pratica l'anonimizzazione dei dati (Paccagnella 1997) – intesi come nome, avatar, localizzazione, testi scritti online; ovvero tutti quei dati che potrebbero, se cercati online, portare al riconoscimento dell'intervistato. In alcuni casi, quando rivelare un nickname è rilevante ai fini della ricerca, il ricercatore deve trovare degli equivalenti tramite sinonimi pianificando questa attività di modo che non risulti offensiva. L'anonimato è importante mantenerlo non

solo per quando riguarda il mondo fuori della comunità studiata, ma anche rispetto ai singoli membri, per evitare che trapelino indiscrezioni che formino tensioni (Kendall 2002).

Il quarto punto, riguarda il mascheramento cioè il fingere da parte del ricercatore di essere altro da sé. Sebbene questa possa sembrare una possibilità legittima, poiché non andrebbe a “far del male” a nessuno e in molti casi potrebbe accadere che anche gli informatori lo stiano facendo, risulta tuttavia eticamente scorretta. L’etnografia si basa sulla partecipazione e per fare ciò è necessario riuscire a costruire delle relazioni che siano positive e non basate su inganni. Il che si porta direttamente a considerare il punto successivo, legato allo sviluppo di un’intimità eccessiva. Le relazioni costruite e il tempo investito nelle comunità potrebbe portare a costruire dei rapporti molto profondi. Questi rapporti potrebbero sfociare in relazioni sentimentali e il ricercatore deve essere pronto a rispondere a questa intimità digitale adeguatamente (Kendall 2009) per non rischiare che essa sfoci in relazioni di altro tipo rispetto a quelle legate alla ricerca.

Per quanto riguarda la ricompensa essa può essere di vario tipo a seconda delle disponibilità del ricercatore, si può passare dal donare una ricompensa in termini materiali così come in termini di ascolto futuro, supporto online e soprattutto riconoscimento del valore magari facendo leggere ai propri informatori il frutto della ricerca svolta insieme così da renderli partecipi. Questo si collega al non far sentire gli informatori “abbandonati” dopo aver trascorso diverso tempo insieme a loro a aver costruito una relazione.

Da ultimo è decisamente importante quando si descrive il luogo in cui l’informatore si muove, quando si descrivono le sue pratiche, che tale descrizione sia il più accurata possibile. Il che si realizza non solo attraverso una buona raccolta dei dati ma anche, e forse soprattutto, in una loro corretta esposizione; una scrittura che sia chiara, comprensibile, accessibile.

Tenendo in mente questi principi la ricerca che è stata svolta ha tenuto conto di tutte queste aree e ha sviluppato una condotta etica che si è

articolata rispondendo in maniera adeguata ai requisiti.

Come prima cosa l'identità del ricercatore, nel momento delle interviste è stata resa nota immediatamente, insieme all'argomento della ricerca e al risultato finale che dalla ricerca si sarebbe ottenuto. Si è tenuto conto dell'anonimizzazione dei dati, modificandoli tramite il programma di elaborazione per le immagini *Photoshop*, qualora fosse stato necessario durante presentazioni pubbliche mostrare post scritti dagli utenti o pagine personali queste sono state mostrate tramite l'effetto di "specchiamento" ovvero capovolte in senso verticale così da rendere illeggibili i testi al pubblico, i nickname riportati sono stati modificati cercando di trovare delle equivalenze. Non ultimo, non si è abbandonato il campo di osservazione e si continua ad essere collegati in rete con i partecipanti. Ai quali, avendo essi esplicitamente chiesto di poter leggere l'elaborato finale, questo scritto verrà consegnato.

## 5. Risultati della ricerca

In questo Capitolo si tratterà della descrizione e interpretazione dei dati raccolti tramite osservazione partecipante e le interviste svolte. Si è scelto di dividere l'analisi in due parti principali, seguendo le prime due fasi della raccolta dei dati, mentre la terza fase, relativa alle interviste non viene esplicitata poiché i dati raccolti vengono utilizzati - tramite le verbalizzazioni estrapolate - per illustrare alcuni passaggi e sono quindi strumentali alla descrizione delle pratiche osservate.

### 5.1 Cos'è Tumblr.

Tumblr - fondato nel 2006 da David Karp e acquisito da *Yahoo!* nel Maggio del 2013 - è una piattaforma di social networking che si articola attraverso il microblogging.

Il che significa che vi ritroviamo le caratteristiche secondo cui è possibile identificare i SNS, ovvero esso permette agli utenti di iscriversi inserendo:

- nome utente - e indirizzo email per ricevere la notifica di avvenuta iscrizione e, se si attiva il servizio, un avviso circa le interazioni con gli altri utenti;
- foto profilo - la *icon*, che non necessariamente viene mostrata pubblicamente nel profilo;
- micro descrizione di sé - anche questa opzionale.

Operate queste scelte si possiede uno spazio Tumblr, che è il proprio profilo e che avrà un proprio indirizzo composto da *\*nome\_utente\*.tumblr.com*. Il nome utente può essere sia identificativo delle proprie generalità, quindi il nome e cognome, sia un nick name. Non esistono linee guida a riguardo ma il costume dominante è quello di utilizzare un pseudonimo.

Una volta ottenuto il profilo è poi possibile:

- pubblicare contenuti che possono essere di varia natura, dal semplice testo, a file multimediali;
- costruire una rete di contatti, che può essere visibile o meno dalla propria pagina;
- interagire tramite like, commenti e reblog dei contenuti; entrare in conversazione con i contatti tramite messaggi privati o via chat<sup>92</sup>.

È bene che si espliciti, a questo punto, quella che si è mostrata come peculiarità sostanziale del mezzo se comparato ad altri siti di social networking e che ha a che fare con la percezione del luogo *dall'esterno*, cioè quella che avviene prima dell'iscrizione, e quella che invece avviene *dall'interno*, ovvero una volta che ci si è iscritti, e che in qualche modo fanno da guida nell'interpretazione dello spazio. Poiché sebbene questa distinzione possa sembrare una considerazione piuttosto banale, in realtà già a partire da essa emergono delle caratteristiche essenziali alla comprensione dello spazio in cui ci si trova.

Dall'esterno i profili pubblici appaiono molto diversi tra di loro nell'organizzazione dei contenuti, questo perché la piattaforma permette agli utenti di personalizzare il proprio *template* - a partire da una selezione di quelli di default gratuiti o tramite quelli a pagamento, o potendone usare uno proprio attraverso l'inserimento del codice in html – sicché l'organizzazione dei contenuti può essere più o meno lineare, più o meno creativa<sup>93</sup>. Inoltre le informazioni personali - tra cui la foto profilo – possono non essere mostrate.

---

<sup>92</sup> Innovazione recente introdotta nel Novembre 2015

<sup>93</sup> Capita di trovare nei profili player musicali, cursori che assumono altre forme, contenuti di grandezze differenti organizzati in colonne o in maniera “disordinata”.

Ci si può imbattere così in una serie sterminata di tipologie di pagine, il che dà l'impressione di trovarsi di fronte a una piattaforma di blogging che permette un alto grado di personalizzazione, attraverso cui gli utenti pubblicano i propri contenuti. Questo fa sì che l'idea iniziale sia che ci si trovi di fronte a uno spazio in cui pubblicare, in cui le relazioni sono accessorie e non necessariamente presenti mentre i contenuti e la propria espressività sono centrali. Al contrario di Facebook, ad esempio, in cui le pagine hanno una relativamente bassa possibilità di essere personalizzate poiché la loro struttura rimane invariata, e la cui funzione di mettere in contatto con altri quindi la propria base fortemente relazionale viene esplicitata. Molte pagine inoltre non presentano né nome utente, né profilo, né rendono visibile la rete di tumblog seguiti, si ha quindi l'impressione di essere in uno spazio in cui la gente accatasta contenuti in un patchwork di foto, video, testi, di diverse misure e disposti in maniere diverse di pagina in pagina, senza che vi sia un senso se non quello dell'accumulazione per estasi estetica.

Tuttavia, quando si diventa un utente Tumblr e si passa al suo interno un tempo sufficientemente lungo - dove con "passare del tempo" si intende non solo osservare ma utilizzare la piattaforma attivamente sfruttandone possibilità e grammatiche, imparando dagli utenti (boyd 2007) - la piattaforma mostra una faccia completamente diversa.

Il primo momento in cui ci si accorge che l'interpretazione del luogo si sta modificando avviene attraverso la scoperta della *dashboard* che può essere paragonata allo *stream* di *Facebook*, ovvero la pagina principale in cui si entra e in cui appaiono le notifiche riguardo agli ultimi aggiornamenti dalla rete che si è costruita. La presenza dello *stream* in *Facebook* è dunque in linea con l'immagine che la piattaforma dà di sé, ovvero quella di permettere all'utente di collegarsi con i propri contatti. La *dashboard* di *Tumblr* ha la stessa funzione ovvero, vengono mostrati gli ultimi contenuti pubblicati dai contatti. Tuttavia ci sono due elementi che indicano che



questo non sia il modo corretto, o quanto meno non il solo, di intendere la *dashboard* e quindi *Tumblr*.

Il primo elemento dato dalla presenza di questi “contatti” che, teoricamente, un utente di *Tumblr* potrebbe non avere, poiché potrebbe utilizzare il mezzo come *deposito* di contenuti trovati altrove o prodotti in prima persona. In sostanza, collegarsi con altri utenti non è un’operazione così scontata, né tanto meno necessaria per poter fruire della piattaforma. Infatti, a questo proposito va anche specificato che essa è dotata di un motore di ricerca interno, che funziona attraverso i *tag* decisi dagli utenti. Quindi se si decide di iscriversi, per fruire dei contenuti prodotti e pubblicati sulla piattaforma, è possibile anche effettuare una ricerca interna e - memorizzandola tramite la funzione di *tracking* del *tag* - essere costantemente aggiornati sull’argomento. Nella pagina compariranno infatti tutti i contenuti archiviati secondo una determinata chiave, in ordine a ritroso dall’ultimo pubblicato fino al primo.

Il secondo elemento è che la piattaforma suggerisce comunque chi *seguire*<sup>94</sup>, e una volta che ci si è messi in contatto con altri utenti, l’interpretazione del luogo continua a modificarsi. Infatti, dalla centralità dei contenuti iniziano ad emergere con maggiore visibilità gli utenti, poiché nella *dashboard* gli aggiornamenti compaiono come legati al profilo dell’utente, ovvero attraverso lo “svelamento” dell’immagine profilo associata al nome scelto. Vengono inoltre mostrati gli utenti che sono rebloggati dai contatti che seguiamo, quindi l’esperienza passa dal concentrarsi sui contenuti all’essere modellata dall’osservazione di come le relazioni si articolino attraverso essi, e su come i contenuti a loro volta percorrano la rete attraverso le relazioni.

---

<sup>94</sup> In *Tumblr* infatti non vi è necessaria reciprocità tra contatti, come in *Twitter* e *Instagram* ci si può abbonare agli aggiornamenti pubblici di un utente senza che esso debba per forza contraccambiare.

È dalla *dashboard* che sarà possibile osservare alcune di quelle pratiche che, dal punto di vista di chi scrive, possono rappresentare i momenti di effervescenza in cui si mostra il senso dell'essere connessi in Tumblr.

### 5.1.1 Il senso della connessione in Tumblr: l'interazione e la partecipazione tramite pratiche su base comunitaria.

Gli strumenti che rendono possibile l'interazione su Tumblr, come detto, sono quattro: i like, il reblog, la posta privata e, da novembre 2014, anche la chat.

Per quanto riguarda il like esso, sebbene possa sembrare uno strumento per interagire con un contatto dando la propria approvazione, scopriamo che in realtà non è sempre così. Il più delle volte si tratta di un'interazione con il contenuto.

Più precisamente, fare like spesso rappresenta uno strumento che serve all'utente al fine di *salvare* un contenuto che ha trovato interessante. I like non vengono mostrati in *dashboard* ai propri contatti, la notifica arriva solo a chi ha pubblicato o ri-condiviso il contenuto, il che rende questa attività in qualche modo “nascosta”, specie se confrontata con il like su Facebook in cui la maggior parte delle interazioni che si hanno vengono notificate spesso anche a cerchie più ampie di contatti.

Quando qualche contenuto viene “favorito” esso automaticamente viene salvato nella lista dei *post piaciuti* alla quale può accedere esclusivamente l'utente dalla sua dashboard. Questo ha fatto sì che l'attività di mettere like si sia trasformata in uno strumento per archiviare un contenuto, salvarlo per poterne fruire più in là (Fig. 1), come una sorta di appunto per il futuro. Una memoria personale. La discrezione di questa attività fa sì che l'archivio dei

like venga visto come un luogo segreto, intimo, che non deve essere fruito da occhi indiscreti (Fig. 2).

It's such a struggle when you like a post  
for future reference but when you go back  
for it...there are *hundreds of them*

Fig. 1 – Reblog di M., Settembre 2013

## Tumblr Likes...

If people had access to my collection of  
likes on Tumblr I would be dead. They  
would never look at me the same way  
ever again. Dead.

Fig. 2 – Reblog di E., Giugno 2014

Il reblog, invece, è una delle attività più comuni all'interno della piattaforma (Fig. 3): si tratta della immediata condivisione di un contenuto intercettato sul *Tumblr*, sulla propria pagina personale. Il reblog è visibile alla rete di contatti e non solo, poiché sotto a ogni contenuto pubblicato su *Tumblr*, ne viene ricostruito il percorso dalla prima pubblicazione in poi. Da queste *note* è possibile leggere anche le catene di commenti che gli utenti hanno aggiunto durante il reblog o in risposta al post.

Questa caratteristica strutturale del mezzo è particolarmente interessante, da un lato perché è utile per il tipo di ricerca che è stato svolto – come trattato nel precedente capitolo, si è riusciti a costruire un network di partecipanti alla pratica attraverso la ricostruzione delle interazioni segnalate nelle *note* – inoltre perché rendendo visibile il percorso che il contenuto ha seguito di utente in utente viene sottolineato il *peso* delle relazioni all'interno del luogo di osservazione. Come a voler dire che senza le persone i contenuti non si muovono e che per quanto possano essere interessanti, è grazie a qualcuno che si trova in *Tumblr* che questi possono giungere all'utente. La scelta di rendere visibile questo tipo di dato non è di certo casuale, ma indica la volontà di mostrare il volto *umano* di Tumblr, che si articola non solo attraverso i suoi contenuti ma soprattutto attraverso le persone che partecipano attivamente al suo interno.

**“Ninety percent of  
content on Tumblr is  
actually reblogged.”**

**– David Karp, tumblr.**



Fig. 3 – Screenshot di una .gif presente sul tumblog dello staff di Tumblr.

A dimostrazione che in effetti gli utenti si percepiscono all'interno di una *relazione* con il loro network in *Tumblr*<sup>95</sup>, esistono delle pratiche che sottolineano la partecipazione e vanno a rinsaldare il legame, che sebbene sia un legame di tipo momentaneo, effimero, valido nel momento della sua attivazione (Boccia Artieri 1998, Marinelli 2004, Wellman 2012) ha bisogno di effervescenze durante le quali mostrarsi, e in questo modo venire riconfermato. Non è un caso che molte di queste pratiche avvengano tramite il reblog.

Una prima pratica osservata è l' #instantreblog che a partire dalle regole *non scritte*<sup>96</sup> richiede la ricondivisione istantanea di un contenuto quando esso appare nella propria *dashboard*. Questi contenuti possono riguardare la piattaforma – come lo storico #alwaysreblogdaddy che riguardava immagini e .gif relative al fondatore David Karp – o anche fandom, sottoculture,

---

<sup>95</sup> E quindi con Tumblr, poiché la percezione che si ha di un SNS è strettamente collegata alle reti che si sono costruite lì dentro e spesso le due cose sfumano una nell'altra.

<sup>96</sup> Sebbene ci siano tentativi di formalizzarle dagli utenti tramite l'hashtag #tumblrrules.

nicchie di interesse. Questo tipo di pratica mostra da un lato il desiderio di far parte, autoinscrivendosi, della narrazione di un gruppo, significandosi all'interno di esso tramite la partecipazione. Chi visiterà il profilo vedrà questi contenuti che “parlano” dell'utente ma non necessariamente verrà esplicitato un significato che rimandi all'appartenenza ad un gruppo, una nicchia, una fandom, poiché spesso la spiegazione della pratica è contenuta nelle note e quindi bisognerebbe cliccare sulla foto ed aprirla per capirne il senso. Chi invece lo segue viene messo alla prova nella dialettica noi/loro e deve decidere se raccogliere la sfida e rilanciarla ai propri contatti. Si tratta cioè di stabilire chi viene incluso e chi viene escluso. di stabilire chi è dentro e chi è fuori.

In tal senso, rebloggare un contenuto è un'attività delicata, perché esso viene attentamente selezionato in quanto parte della narrazione del sé. Alcuni contenuti per questo motivo vengono archiviati, perché non li si vuole rendere parte del racconto pubblico. Quindi quando nella dashboard appare una richiesta di reblog a un contenuto bizzarro (Fig. 4) e magari non necessariamente in linea con quella che è la propria narrazione, decidere di selezionarlo è un'attività che produce senso su più livelli. Ci si riconosce come parte di un gruppo, si accetta di tessere la propria narrazione attraverso quella degli altri membri e di rilanciare ai propri contatti questa sfida per vedere chi di loro fa parte del “noi”. Questa pratica funziona proprio perché esistono limiti di demarcazione che chiedono di venire infranti, si chiede di mostrare la propria partecipazione a un gruppo a discapito della narrazione personale e inoltre in questo modo si diventa diffusori della richiesta. Se non ci fosse un rischio di base, quello di far apparire la propria narrazione incoerente, la pratica perderebbe di significato; in questo modo invece si dimostra che il senso è definito in via individuale ma anche collettiva.

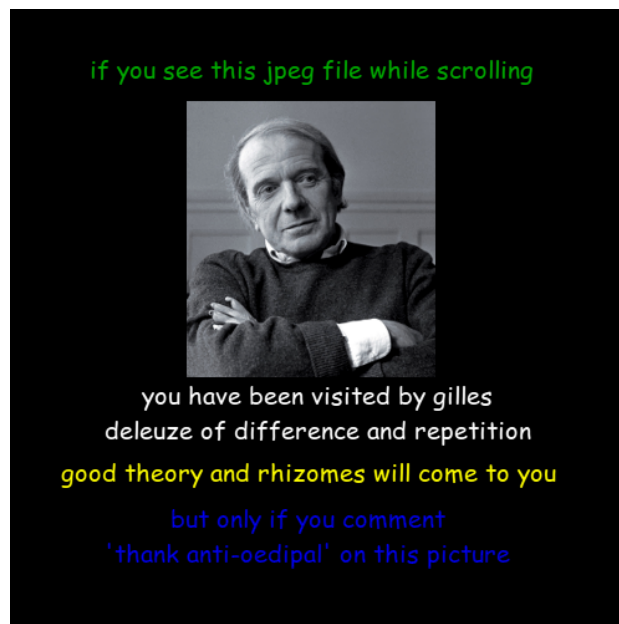


Fig. 4 – Esempio di oggetto costruito appositamente per essere non gradevole alla vista per via dei colori e della font utilizzata. Esso si diffonde tramite studenti universitari di discipline umanistiche e richiede una pubblica interazione per rinsaldare il legame del network.

A questo proposito, a rimarcare la distinzione inclusi/esclusi chi è dentro e chi è fuori, altro caso interessante è legato alla produzione e condivisione di contenuti che hanno senso in quanto appaiono nella *dashboard*. Le immagini hanno come sfondo lo stesso colore blu della *dashboard* a significare che esse hanno senso relativamente a quel contesto. (Fig. 5 e Fig. 6) Questo concetto lo esprimono sicuramente con più forza le *.gif*<sup>97</sup> create appositamente per interagire con lo sfondo della *dashboard*, simulando fori che mostrano altro, personaggi che entrano ed escono dai bordi, e altri tipi di azioni inserite all'interno di riquadro blu. Nel momento in cui questi contenuti vengono rebloggati ovviamente parte del senso si perde perché sono oggetti destinati al pubblico interno, quello della propria rete e non per

---

<sup>97</sup> Non potendo inserire questo tipo di file all'interno del documento si rimanda a [#dashboardgifs](https://www.tumblr.com/hashtag/dashboardgifs) su [www.tumblr.com](https://www.tumblr.com) che contiene diversi esempi relativi alla pratica.

i fruitori esterni che capitano sul profilo che in questo caso passa in secondo piano a favore della pratica.



Fig. 5 – “Un bacio per voi <3” rebloggato da G.

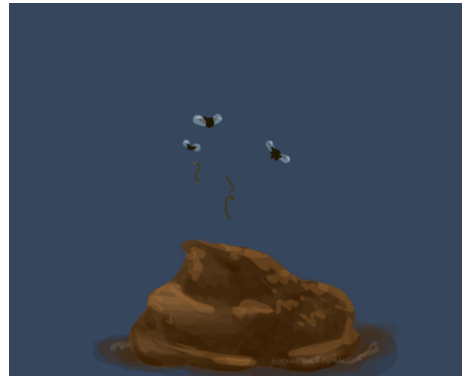


Fig. 6 – “Your dash is a crap!”, rebloggato da s.

La posta privata e in seguito la chat sono gli strumenti che più di altri supportano l’entrare e il mantenere una relazione all’interno della piattaforma, poiché unico modo di comunicare direttamente e senza che i messaggi siano pubblici. Infatti tramite questi spazi gli utenti si conoscono e iniziano a chiacchierare privatamente.

L’introduzione della chat in sé ha rappresentato un evento per gli utenti di *Tumblr* per la modalità attraverso cui è stato deciso di lanciarla. Infatti per poterla ottenere bisognava che un utente che l’avesse già decidesse di contattare un altro che non l’aveva, la chat quindi si è diffusa tramite le relazioni, a sottolineare nuovamente l’importanza e la forza del proprio *network*. Riguardo ai motivi dell’introduzione di questo strumento dopo nove anni dal lancio della piattaforma, sono da ricercarsi (1) nell’inaspettato desiderio dei suoi utenti di comunicare tra loro e confrontarsi in maniera diretta velocemente, (2) nell’espansione delle tecnologie mobili che hanno portato Tumblr a decidere di creare un’applicazione, e questa ha catalizzato quasi il 90% degli accessi alla piattaforma, (3) il regime di pseudonimato

che vige all'interno e che rende gli utenti restii ad utilizzare altre applicazioni per comunicare tra loro fuori *Tumblr*. Come infatti ha sottolineato David Karp (2015)<sup>98</sup>

We're not trying to take on Facebook through Tumblr messaging. It's really organized around this community of strangers who are obsessed with the same stuff, and being able to find each other and talk to each other... This should be the central feature, this should be the backbone for all the user-to-user and user-to-group interactions happening on Tumblr. So there's a very ambitious roadmap for it.

L'essere *obsessed with the same stuff*, ovvero condividere passioni di varia natura, secondo il creatore della piattaforma è alla base del legame comunitario che si crea nella piattaforma. Le relazioni si snodano attraverso la compatibilità dei gusti, le affinità che si rintracciano attraverso i post degli utenti e che spingono gli iscritti a stringere legami.

Vediamo quindi che tipo di contenuti possano circolare su *Tumblr* e in che senso essi siano alla base delle relazioni.

### 5.1.2 Tumblr tra dimensione visuale e testuale: il testo come immagine

Come si è detto, la piattaforma risulta essere prima di tutto un luogo in cui esprimere sé stessi. Tali espressioni di sé passano dalla scelta del *template* secondo cui mostrare i propri contenuti, e ovviamente, da questi ultimi attraverso la possibilità data dalla piattaforma di pubblicare agevolmente diversi formati di file.

---

<sup>98</sup> Intervista disponibile all'indirizzo <http://www.wired.com/2015/11/tumblr-gets-its-very-own-messaging-app/>



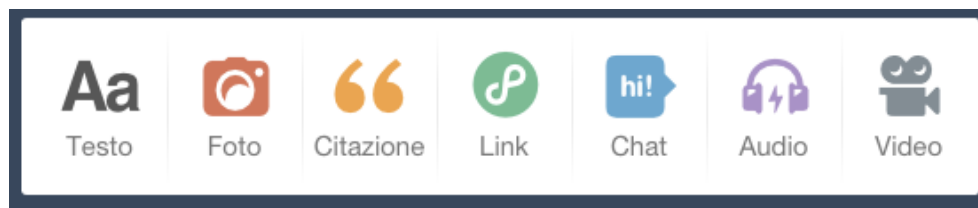


Fig. 7 – Plancia di comandi per l’upload di contenuti, screenshot dalla dashboard di Tumblr via desktop.

*Tumblr* viene definito come piattaforma di micro-blogging non tanto per le restrizioni imposte sulla lunghezza dei post che si possono pubblicare – che di fatto risulta essere illimitata - quanto per il suo essere molto veloce e semplice da usare per effettuare l’upload. Questa semplificazione operata dalla piattaforma rende la pubblicazione e la condivisione di contenuti, tramite reblog, attività immediate che possono essere svolte in qualsiasi momento, senza necessariamente una previa pianificazione e una complessità nell’integrazione di contenuti di varia natura. Gli utenti, tuttavia, condividono raramente lunghi post testuali articolati, e questo ci porta all’elemento che per primo caratterizza il luogo, ovvero, la sua natura eminentemente visuale.

Come illustra Laura Gemini in *Visual Networking. Appunti sulla dimensione visuale dei media sociali* (2015) i SNs, nella loro evoluzione, possono essere definiti come *fenomeni visualmente rilevanti*. Non solo a partire dall’evidenza che questi spazi richiedono di caricare un’immagine di sé – e quindi di rappresentarsi tramite essa -, ma anche e soprattutto dalla loro progressiva abilitazione al caricare fotografie, raccolte in album, e diversi altri oggetti visuali. La sociologa asserisce che da un lato questo sia dovuto all’assorbimento – o rimediazione – del regime visuale dei media di massa, ma anche che all’interno di questi spazi di networking le immagini non si riferiscano solo al “mostrare” qualcosa a un pubblico, ma abbiano una valenza performativa e relazionale, poiché calati all’interno dei codici della comunicazione digitale.

*Tumblr*, infatti fa della multimedialità a base visuale la caratteristica distintiva su cui fonda il proprio linguaggio. Ovvero, le narrazioni del sé in *Tumblr* vengono espresse in maniera preponderante attraverso contenuti di natura eminentemente visuale. Inoltre, essa si svolge all'interno di un quadro – il template - che, grazie alla possibilità di venire modificato a piacimento, risulta essere anch'esso un elemento visivo che racconta qualcosa del suo creatore.

Le tipologie di contenuti visuali possono essere, come già detto, di diversa natura: dalle foto, ai video, passando per le .gif ovvero immagini animate di tipo bitmap. I soggetti di questi contenuti variano a seconda dello stile della narrazione del sé che l'utente sceglie per il suo profilo: possono derivare dalla vita privata quanto dalla cultura di massa, o anche ibridare le due forme<sup>99</sup>.

I diversi tipi di contenuti, in molti casi, si trovano a convivere pacificamente gli uni accanto agli altri nella narrazione del sé in *Tumblr*.

Questa componente visuale si è così imposta nell'immaginario legato alla piattaforma e ha sviluppato peculiari pratiche ad essa legate da poter arrivare a parlare di *estetiche di Tumblr*, o comunque di particolari sensibilità estetiche che hanno origine al suo interno. Esse hanno a che fare in primis con la forma che assumono i profili, da questo punto di vista raccoglitori di stimoli per l'occhio, e in secondo luogo con la ricercatezza nella selezione dei contenuti visuali attraverso cui l'utente si esprime raccontando di sé, dei propri gusti, presentando immagini “virate” che rispondono allo spirito del tempo dei SNs come fenomeni visuali e produttori di un immaginario ad essi connesso<sup>100</sup> (Gemini 2015).

---

<sup>99</sup> Il che significa che ci si può trovare di fronte a autoscatti, foto di momenti significativi per il soggetto, .gif create a partire da video ritraenti il soggetto o amici, così come immagini di show televisivi, video presi da YouTube, .gif rintracciate online e così via.

<sup>100</sup> Cercare di rendere conto a tutti i filoni estetici che all'interno di *Tumblr* possono essere rintracciati è un'operazione tassonomica fuori portata e assolutamente fuori focus per

Nonostante ciò è assolutamente sbagliato asserire che la piattaforma sia una sorta di enorme album da sfogliare, e che essa si costituisca esclusivamente di contenuti di questo tipo, perché vi è anche una forte componente di natura testuale che non va sottovalutata e che anzi risulta essere una parte sostanziale non solo delle narrazioni del sé ma anche del funzionamento stesso del luogo.

La natura testuale di Tumblr si esprime quindi attraverso:

- 1) i post in forma scritta;
- 2) le didascalie e i commenti che “contestualizzano” i contenuti visuali;
- 3) le immagini testuali;
- 4) i tag apposti dagli utenti e attraverso cui la piattaforma rende ricercabili i contenuti.

Già da questo breve elenco è possibile capire che vi è tutto un universo espresso in forma *scritta* che non è corretto minimizzare. Per prima cosa perché così facendo si ridurrebbe l'importanza dei numerosi post di solo testo attraverso cui gli utenti si esprimono, e inoltre si osserverebbe in modo miope anche il contenuto visuale. Infatti, perché se ne comprenda il senso, spesso deve essere osservato nella sua articolazione tra immagine e testo. Infatti, come è accaduto diverse volte di osservare, l'immagine può venire accompagnata da un testo attraverso cui viene significata dall'utente tramite didascalie e tag.

Inoltre esiste una particolare tipologia di contenuti che potremmo definire *ibridi* in cui testo e immagine collasano. Si tratta di file di natura visuale ma che presentano al loro interno del testo e tra questi i più ricorrenti sono risultati essere:

---

questo elaborato. Si seguirà dunque un percorso relativo alla descrizione della pratica presa in esame.

- foto di pagine di libri, biglietti, e altri tipi di testi scritti su formati analogici

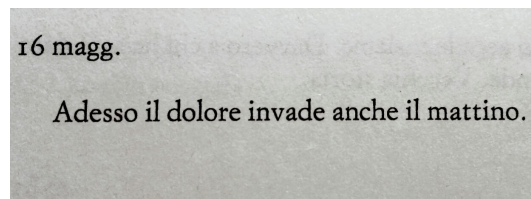


Fig. 8 – Immagine pubblicata da t.

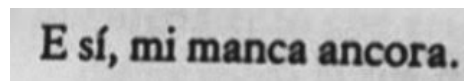


Fig. 10 – Immagine rebloggata da t.

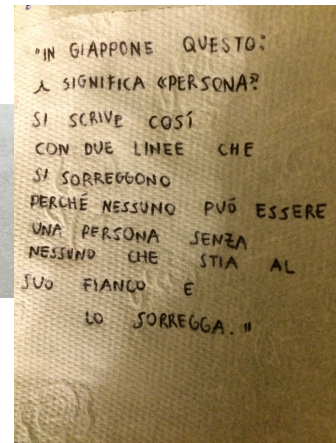


Fig. 9 – Immagine pubblicata da so.

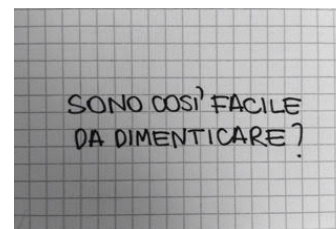


Fig. 11 – Immagine rebloggata da so.

- immagini create attraverso programmi di grafica in cui compare solo un testo

“Fine.”

Sta a te decidere se leggerlo in inglese,  
oppure in italiano.

O MI ALZO PRESTO  
O MI ALZO SIMPATICO.  
SCEGLIETE VOI.

Fig. 12 – Immagine rebloggata da fg.

Fig. 13 – Immagine rebloggata da sup.



Fig. 14 - Immagine rebloggata da cv.

Se do fastidio ditemelo  
che continuo

Fig. 15 – Immagine rebloggata da f0.

- immagini elaborate in cui il testo si sovrappone ad una foto che fa da sfondo, spesso create attraverso programmi di manipolazione fotografica



Fig. 16 – Immagine rebloggata da TB.



Fig. 17 – Immagine rebloggata da vj



Fig. 18 - Immagine rebloggata da cv



Fig. 19 - Immagine rebloggata da t1

Rientrano in questa tipologia di oggetti ibridi anche gli *screenshot*, ovvero immagini realizzate catturando ciò che appare sul proprio schermo o una parte di esso. La trattazione di questi avrà luogo nel paragrafo dedicato all'analisi della pratica di condivisione di screenshot di conversazioni.

La rilevanza, nell'economia dei contenuti della piattaforma, della dimensione *scritta* è mostrata anche dal ricorrere, da parte degli utenti, alla formula *frasi di Tumblr* per indicare i contenuti precedentemente descritti. Tali frasi sembrano essere un oggetto particolarmente interessante per gli utenti, infatti una informatrice riferisce rispetto alla sua esperienza su Tumblr

magari cerco qualche frase bella tipo per un messaggio o da mettere come status su WA<sup>101</sup> [...] tumblr è PIENO di frasi [...] c'è un tumblog che seguo che si chiama frasi di tumblr pure però se cerchi su internet vedi che stanno dappertutto, pure su facebook uno (*mp*, frammento di intervista)

Seguendo questo suggerimento si è andati a verificare, e in effetti le “frasi di Tumblr” esistono su Instagram, Facebook e Twitter, oltre che ovviamente su Tumblr. Ciò significa che la pratica di condividere questi oggetti ibridi è riconosciuta e in qualche modo istituzionalizzata, tanto da avere risonanza anche in altri spazi online. Inoltre è possibile dedurre che il luogo si offre come uno spazio adatto alla scrittura e alla lettura di testi, seppur brevi come le *frasi di Tumblr*.

Nello specifico:

- in Instagram oltre all'hashtag di riferimento #frasiditumblr, esistono diversi profili che raccolgono questo tipo di contenuti (come @frasiditumblr<sup>102</sup>, @6frasi<sup>103</sup>, @vividitumblr<sup>104</sup> e molti altri);

---

<sup>101</sup> Abbr. WhatsApp

<sup>102</sup> [www.instagram.com/frasiditumblr](http://www.instagram.com/frasiditumblr)

- in Facebook esistono diverse pagine che funzionano da raccoglitori (come “*Le migliori frasi di Tumblr.*”<sup>105</sup>; *Le frasi di Tumblr lasciano senza fiato.*<sup>106</sup>, e svariati *Frase di Tumblr*<sup>107</sup>);
- in Twitter oltre all’hashtag di riferimento #frasiditumblr, esistono anche diversi profili che pubblicano questi contenuti (come @frasitumblr<sup>108</sup> e altri che però non risultano più essere aggiornati dal 2013)

Per quanto riguarda *Tumblr* esistono diversi tumblog che raccolgono questo tipo di contenuti, tuttavia la rilevanza significativa del fenomeno è rappresentata dagli UGC aggregati attorno all’hashtag. La maggior parte dei contenuti rintracciabili attraverso di esso ha la forma della *citazione*. Ciò accade perché tra le funzioni di pubblicazione della piattaforma c’è quella denominata appunto in questo modo (come in Fig. 7) che struttura automaticamente il post scritto aggiungendo le virgolette e rendendolo di un carattere più grande rispetto ai post di testo normali. Il che non significa che venga usata esclusivamente per annotare citazioni da opere riconosciute (Fig. 21) o da personalità di spicco, anzi.

Per lo più gli utenti scelgono di utilizzare questa funzione invece di scrivere post personali tradizionali,. Ciò fa sì che tali scritti vengano pensati come citazioni, ovvero come testi estrapolabili dal contesto e riutilizzabili in altri. Frasi, insomma, pensate per poter essere rese fruibili in questo senso, ovvero da poter citare per scrivere la propria narrazione.

---

<sup>103</sup> [www.instagram.com/6frasi](http://www.instagram.com/6frasi)

<sup>104</sup> [www.instagram.com/vividitumblr](http://www.instagram.com/vividitumblr)

<sup>105</sup> <https://www.facebook.com/Le-migliori-frasi-di-Tumblr-570563196343263/>

<sup>106</sup> <https://www.facebook.com/LeFraseDiTumblrLascianoSenzaFiato/>

<sup>107</sup> Come ad esempio:

<https://www.facebook.com/Frase-di-Tumblr-716819555027020/?fref=ts>

<sup>108</sup> <https://twitter.com/frasitumblr>



Tali frasi possono riferirsi a un monologo interiore (Fig. 20) o a particolari momenti dialogici (Fig. 22) e sono pensate per essere condivise. Capita anche che di queste frasi venga fatto uno screenshot e diventino immagini autonome (Fig. 23) ricondivisibili così su altre piattaforme.

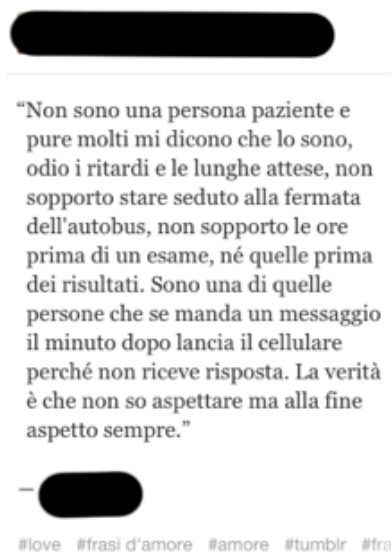


Fig. 20 – Auto-citazione



Fig. 21 – Citazione presa da un libro



Fig. 22 – Citazione da dialogo

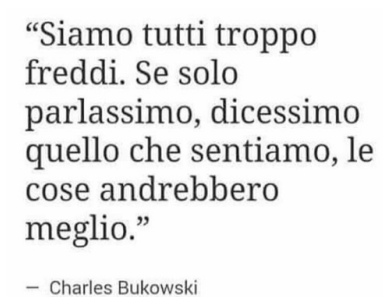


Fig. 23 – Screenshot di citazione trovata su Tumblr e condivisa da un utente

Questo tipo di *frasi di Tumblr* in particolare, mostra quindi non solo la valenza testuale della piattaforma, ma anche come a partire da una *affordance* gli utenti riescano a sviluppare pratiche inaspettate che vanno a definire non solo l'esperienza del luogo ma anche il tipo di immaginario ad esso connesso<sup>109</sup> e quindi gli usi<sup>110</sup>.

## 5.2 La pratica di condivisione degli screenshot

Dalla descrizione delle immagini ibride, si è omessa volutamente quella relativa agli screenshot. Questi oggetti digitali sono immagini acquisite tramite la funzione *cattura* da mobile o desktop, dello schermo o di una parte di esso.

Mostrare a qualcuno cosa ci sia sullo schermo è un'attività che può avere motivazioni tra le più disparate, pensiamo alle volte che si incontrano screenshot nelle guide per settaggi o programmi per computer, per mostrare quali procedimenti seguire e quali saranno le schermate che si incontreranno, dove bisogna cliccare, ecc. In questi casi la funzione dello screenshot è accessoria, poiché si potrebbe anche solo descrivere i passaggi testualmente ma si preferisce mostrarli così da dare un ulteriore supporto, più immediato, alla comprensione della successione delle azioni da compiere. Ad ogni modo la pratica del fare screenshot, in via generale è dovuta al fatto che si voglia condividere qualcosa che è visibile su uno schermo a un (a) altro che non sta guardando quello schermo; quindi lo screenshot serve (b) come prova, come supporto visivo che dimostri e spieghi cosa sta accadendo.

---

<sup>109</sup> Si pensi alla pleora di riferimenti alle *frasi di Tumblr* che si trovano fuori da esso.

<sup>110</sup> Si ricordi lo stralcio di intervista con *G.* che aveva appunto detto del suo andare su *Tumblr* con lo scopo preciso di trovare questo tipo di contenuti.

### 5.2.1 Gli screenshot in Tumblr

Durante l'osservazione di Tumblr sono emerse tre tipologie di screenshot

- 1) screenshot dai videogiochi, MUD, MORPG, ecc.;
- 2) gli screencap;
- 3) screenshot di conversazioni private.

Nei primi vengono catturati momenti particolarmente significativi all'interno dei videogiochi o mondi virtuali. In effetti la pratica dello screenshot è abbastanza comune in tutti gli spazi in cui si entra tramite avatar 3D: per mostrare il proprio avatar, i propri stati di avanzamento (Fig. 24) o i luoghi esplorati (Fig. 25). In questo modo si permette al proprio avatar di *uscire* dalla dimensione schermica in cui è relegato in quanto legato al mondo virtuale di provenienza. Questa pratica viene messa in atto al fine di rendersi visibili come fruitori di quei luoghi, anche nella dimensione digitale della propria vita connessa. I tag infatti riprendono il nome dello spazio virtuale di riferimento così da poter interallacciare una connessione con altri che conoscono o frequentano quello stesso spazio.



Fig. 24 – Screenshot di video gioco accompagnato dal testo “Guarda un po’ chi c’è – la mia piccola Arle. E il suo Troll. Abbiamo deciso di far avanzare un altro personaggio a 100. Continua a non piacerci il nuovo modello di Arle, ha perso la faccia. E le nuove facce mi sembrano tutte uguali. Ah e ho anche finalmente ottenuto il Flametalon of Alysrazor, yay!” e tag riferiti al nome del gioco o al mondo del gaming.

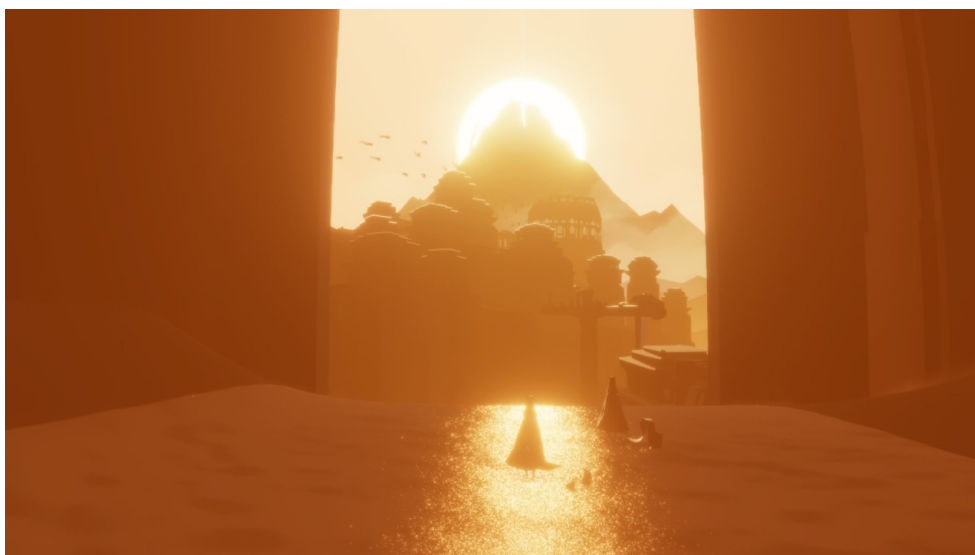


Fig. 25 – Screenshot di un mondo virtuale, accompagnato oltre che da tag riferiti alla gaming culture anche da parole chiave come “paesaggio”.

Gli screencap sono invece immagini catturate dallo schermo che riguardano prodotti audiovisivi dell’industria culturale. La loro particolarità è l’essere comprensivi di *caption*, ovvero di sottotitoli relativi alle battute dette dai personaggi durante la scena che si è salvata attraverso lo screenshot. Le modalità principali attraverso cui questi frammenti vengono utilizzati sono due:

- (a) come dimostrazione di appartenenza a una fandom, o semplicemente di apprezzamento a dei prodotti culturali (Fig. 26);
- (b) come *citazione*: che non ha a che fare con il conoscere o meno il prodotto di provenienza, perché ai fini della citazione nella narrazione del sé sono i testi sovraimpressi ad essere centrali come

riferimento, al di là che si conosca la storia più ampia narrata (Fig. 27);

- (c) come *emoticon*: generalmente in formato .gif vengono utilizzati per *significare* un testo scritto, mostrando il proprio stato d'animo attraverso lo screencap (Fig. 28).



Fig. 26 – Tra i tag inseriti dall'utente riferimenti a *Tumblr* e ai *Simpson*, segnalando così di volersi descrivere attraverso essi.



Fig. 27 – L'immagine è accompagnata dalla traduzione del testo in italiano con aggiunto

“se solo lo capissi”. Non vi è alcun riferimento allo show televisivo da cui lo screencap è preso, per cui esso passa in secondo piano rendendo centrale invece il testo scritto.

## explaining my methodology

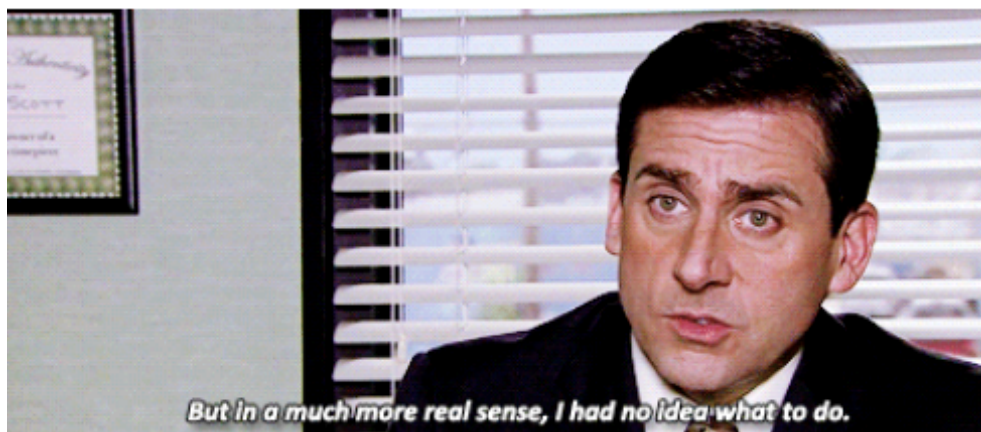
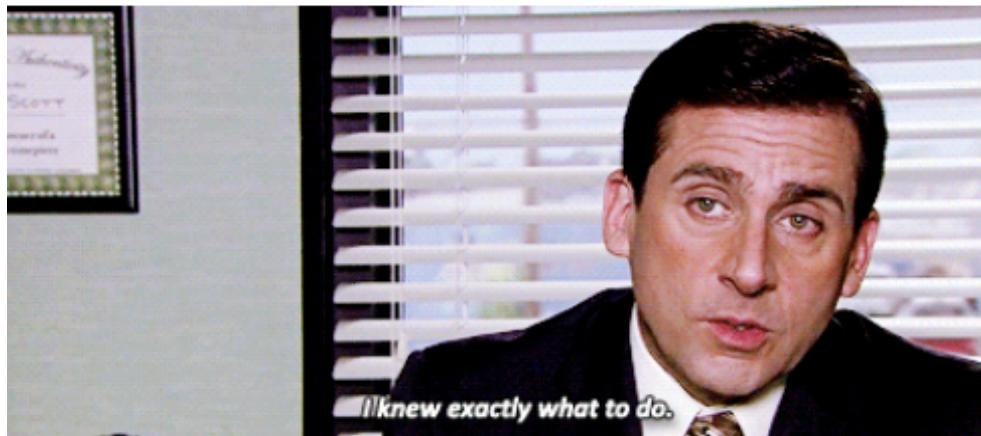


Fig. 28 – Reaction .gif in cui non sono né il movimento, né la conoscenza del programma ad essere al centro dell'attenzione, quanto la frase che compare scritta.

### 5.2.2 Screenshot di conversazioni

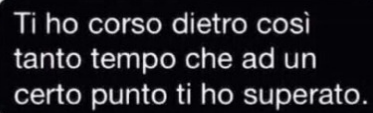
La terza tipologia di screenshot riguarda quella pratica emergente che si rende particolarmente osservabile in Tumblr: Ovvero la condivisione di conversazioni private attraverso screenshot delle chat.

Questi frammenti condivisi in formato visuale sono sostanzialmente composti da testi, alle volte si tratta di dialoghi (Fig. 29), altre solo di frasi inviate (Fig. 30) o ricevute (Fig. 31). Dire che siano esclusivamente significati dal testo in loro contenuto è un errore poiché il significato è dato dagli hashtag, da un eventuale testo di commento, ma anche dal frame in cui le frasi vengono scritte. Questo frame è formato da due livelli che non possono essere considerati in maniera slegata tra loro:

- (a) da un lato vi è la *cornice visuale*, ovvero l'interfaccia della chat. Essa rimanda all'universo di significati legati allo stato di connessione perenne che è abilitato dai device mobili, attraverso i quali si articolano le relazioni che quotidianamente gli individui gestiscono tramite i sistemi di messaggistica istantanea ;
- (b) la seconda dimensione della cornice è quindi quella *relazionale*, poiché uno screenshot di questo tipo - anche quando non è contenente un dialogo - rimanda necessariamente all'esistenza di un interlocutore relativo alla conversazione che si sta mostrando.

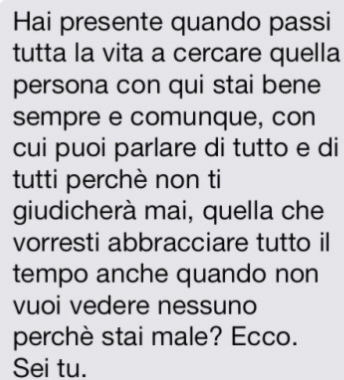


Fig. 29 – Esempio di screenshot riportante un dialogo.



Ti ho corso dietro così tanto tempo che ad un certo punto ti ho superato.

Fig. 30 – Esempio di screenshot riportante una frase inviata.



Hai presente quando passi tutta la vita a cercare quella persona con qui stai bene sempre e comunque, con cui puoi parlare di tutto e di tutti perchè non ti giudicherà mai, quella che vorresti abbracciare tutto il tempo anche quando non vuoi vedere nessuno perchè stai male? Ecco. Sei tu.

Fig. 31 – Esempio di screenshot riportante una frase ricevuta.

Il loro circolare come immagini trae senso dall'essere inseriti in un contesto mediale che è quello del web sociale in cui, come già detto, i SNS risultano essere fenomeni visualmente rilevanti (Gemini 2015). Tuttavia la scelta di questo formato, al posto di una trascrizione, è anche data dall'immediatezza in cui si riesce a produrre questo tipo di oggetti

È un modo rapido per "salvare" qualcosa che poi andrebbe dimenticato (C., stralcio di intervista)



magari li uso anche quando mi scrive qualcuno di "importante" e devo dire ad una mia amica cosa sta mi scrivendo :) glielo mando perché è molto semplice e veloce (nfyh, stralcio di intervista)

Queste considerazioni circa la facilità della produzione di screenshot portano a riflettere sul momento precedente alla condivisione in *Tumblr*, poiché, come emerso dalle interviste, prima di essere oggetti che iniziano a circolare al suo interno essi hanno un loro senso, una dignità anche fuori dalla piattaforma.

Possiamo quindi sostenere che la pratica risulta articolarsi in due momenti: il momento della produzione dello screenshot e il momento della sua condivisione con altri.

### 5.2.3 Le dimensioni della pratica: Dalla produzione alla condivisione

Nella pratica che abbiamo chiamato *condivisione degli screenshot di conversazioni* il momento della produzione di questi oggetti è un momento necessario ma non sufficiente, perché la condivisione è una possibilità e non lo scopo. Vediamo dunque come si articolino le due fasi.

#### 5.2.3.1 La dimensione produttiva

Decidere di fare uno screenshot riguarda la volontà dell'individuo di fermare un frammento dallo scorrere della conversazione. Tale frammento altro non è che il risultato della *selezione* operata dal soggetto tra ciò che egli vuole conservare e ciò che invece può perdere. Il che porta a interpretare l'oggetto come parte costitutiva della memoria privata: Esso

rappresenta ciò che si vuole tenere ma questo ricordo non necessariamente è pensato per la condivisione con altri.

A questo proposito è emerso dalle interviste che lo screenshot di conversazioni sia proprio come una *fotografia*,

è a tutti gli effetti una fotografia, un attimo fermato perchè possa essere riguardato anche dopo che è accaduto (mtl, stralcio di intervista)

che permette quindi di richiamare a sé momenti e persone che si perderebbero nel fluire del tempo e che risponde alla necessità di mantenere vivo un ricordo.

È quindi subito possibile comprendere quanto il concetto di *selezione* sia importante, in qualche modo salvifico: un oggetto che sarebbe stato ricompreso nello scorrere del flusso di contenuti e così perso, viene *salvato* e attraverso esso viene salvata la *memoria*.

Lo screenshot riesce a cristallizzare quindi un ricordo legato alla relazione che passa dallo schermo, che si compone di conversazioni tanto importanti da voler essere ricordate, tenute con sé per anni

Mi sembra un po' come tenere delle "prove". Ma è una cosa che ho sempre fatto anche ai tempi di msn ( con gli screen da pc ). Ancora Oggi ho salvate conversazioni di 6/7 anni fa (lfr, stralcio di intervista)

o magari, per precauzione, gelosamente custodite nella memoria esterna

innanzi tutto lo metto in una cartella che sta sulla memory card così, se per caso, dovessi perdere i dati quello mi rimane; poi se è importante lo rileggo quasi ogni giorno oppure (nfyh, stralcio di intervista)

Questa cura nell'archiviare, nell'impedire che le conversazioni si perdano ha a che fare con lo stato di connessione in cui si è abituati a vivere. Perché venendo abilitato il contatto perpetuo dalle tecnologie mobili si è sempre più relazionati attraverso lo schermo, tanto che esso diventa il luogo in cui avvengono le relazioni e vengono fatte esperienze in relazione ad altri. Se lo schermo è tutto questo ed esso è però inserito in un contesto di comunicazione potenzialmente perpetua, cioè lo spazio dei flussi, allora c'è bisogno di fare delle *fotografie* affinché dal flusso vengano estratti degli attimi significativi.

A questo livello la pratica è invisibile e insondabile - se non tramite le interviste -, perché è un momento individuale di riflessione, un'operazione individuale di organizzazione del senso tramite la produzione volontaria e autonoma di ricordi. Il soggetto si trova ad interrogarsi su quanto stia accadendo all'interno della conversazione attivando meccanismi di riflessività, che lo portano ad operare quindi la selezione tra ciò che può lasciare andare nel flusso (oblio) e ciò che serve tenere (ricordo), strappando dal presente un avvenimento nella prospettiva di poterlo riattivare a proprio piacimento e rileggerlo per riviverlo.

Quando credo che sia importante ricordare ciò che si è detto o cosa altre persone hanno detto. Soprattutto belle cose o se si parla di belle cose! (mdd, stralcio di intervista)

Lo screenshot rappresenta il passaggio da un momento *presente* alla sua trasformazione in un passato fondante, in quanto ritenuto utile per il futuro. Chi opera lo screenshot decide sul momento che esso è – o sarà – *importante*: Lo screenshot è quindi una modalità attraverso cui il soggetto organizza l'esperienza.

### 5.2.3.2 La dimensione della condivisione

Il secondo momento della pratica riguarda la condivisione di questi tasselli, ma non essendo prodotti necessariamente per essere condivisi, inoltrarli ad altri non è un'azione scontata. Infatti gli intervistati raccontano di diverse modalità di messa in condivisione, come

(a) inviare lo screenshot via chat agli amici più stretti,

Quando il mio ragazzo mi scrive cose carine oppure quando mi scrivono cose assurde tipo i maniaci allora il secondo dopo lo mando alla mia amica (G, stralcio di intervista)

(b) inviarlo in chat relative a un particolare gruppo di persone,

tutti abbiamo quell'amico o nel mio caso conoscente che incappa spessissimo in un errore grammaticale

nel mio caso poi ho molti, MOLTI amici che come me hanno il prurito alle mani quando ne vedono uno e non possono fare a meno di condividerlo in chat (mtl, stralcio d'intervista)

(c) farlo leggere dal proprio telefono mobile senza inoltrarlo

se li faccio leggere, li faccio leggere dal cellulare alla mia migliore amica solamente. a volte nemmeno a lei e li tengo per rileggerli e ricordare i bei momenti. (mdd, stralcio di intervista)

Le differenti modalità di condivisione hanno a che fare con (a) la rete che gli utenti hanno costruito nei diversi network, e il (b) contenuto della conversazione, poiché in base al contenuto l'utente è in grado di stabilire se sia più o meno sconveniente per lui renderlo pubblico.

In *Tumblr* grazie allo pseudonimato la condivisione risulta essere più facile da questo punto di vista, perché non solo si è difficilmente ricercabili attraverso i propri dati anagrafici, ma è altrettanto vero che gli utenti all'interno della piattaforma non fanno migrare network basati su

conoscenze precedenti. Questo crea i presupposti per una differente modalità di gestione dei contenuti, perché l'utente si sente in qualche modo tutelato

sono registrata su diversi sociali network nei quali compare giustamente il mio nome e le mie foto. do molta importanza a tumblr anche perché è l'unico posto dove io sono davvero me stessa senza che gli altri conoscano il mio nome o la mia faccia. non mi piace che la gente che conosco veda i miei screen ... (mdd, stralcio di intervista)

All'interno di *Tumblr* la socialità in via semi-anonima sembra permettere agli utenti, quindi, di esprimersi ed esporsi maggiormente poiché ci si svincola dai network basati sulla reciproca conoscenza e dall'identità *ufficiale* che deve tenere conto dei ruoli che si ricoprono in diversi contesti sociali. Dalle interviste è infatti emerso che gli screenshot che vengono pubblicati online in altri spazi riguardano conversazioni di carattere general-generico, possibilmente divertenti, interessanti per il pubblico ma che non esponano eccessivamente l'utente

Di solito dialoghi divertenti in chat con persone con cui ho un certo feeling o confidenza divertenti... Visto che e' una cosa che ha fatto divertire me faccio divertire anche i miei contatti (mtl, stralcio d'intervista)

l'ultimo screenshot che ho pubblicato, erano due giochi di parole di tipo generico e le ho pubblicate. (lfr, stralcio d'intervista)

argomenti che sono di carattere abbastanza specifico da non rendere pubblico perchè non interesserebbe al grosso dei contatti (non faccio liste di amici di FB, che non ho la costanza necessaria, quindi il contenitore è piuttosto variegato) (C, stralcio di intervista)

Lo scenario che si mostra invece in *Tumblr* è decisamente diverso. A questo proposito illustriamo brevemente le caratteristiche legate agli screenshot emerse dall'osservazione.

#### 5.2.4 Caratteristiche degli screenshot di conversazioni in Tumblr

Gli screenshot di conversazioni che troviamo in *Tumblr* hanno a che fare con il privato, in particolar modo con la sfera affettiva e intima, attraverso cui gli utenti raccontano di sé e delle proprie esperienze

messaggi che ci siamo mandati con i miei amici e che magari in un particolare momento mi hanno fatto sentire bene (mtl, stralcio d'intervista)

le chat belle cioè quando una persona a me cara mi dice una frase che aspetto da tempo, una frase che mi fa capire quanto tiene a me e che mi fa piacere sentirmi dire.. (C, stralcio di intervista)

Quando è veramente importante per me ed è una cosa talmente grande che vorrei urlarla al mondo (G, stralcio di intervista)

Come sottolineato nei precedenti paragrafi, lo screenshot di conversazioni si mostra essere un oggetto che riveste un particolare significato per il soggetto, sin dalla sua produzione. Tale importanza è data da due caratteristiche principali:

- (a) il suo nascere all'interno di uno spazio privato di relazionalità connessa;
- (b) il suo essere ricordo reificato della relazione che si esprime nello scorrere della conversazione.

Per questo, all'interno di spazi online in cui si avverte che non è possibile condividere un contenuto così prezioso legato alla propria sfera intima, si opta per un uso dello screenshot relativo ad altre tematiche, modificandone sostanzialmente il senso. In *Tumblr*, al contrario, avendo costruito un network differente basato sul semi-anonimato, è possibile utilizzare questo tipo di frammenti per la narrazione del sé senza temere il giudizio altrui e senza provare imbarazzo nel mostrare pubblicamente le verbalizzazioni di uno scambio privato.

Le tipologie di screenshot che emergono dall'osservazione con maggiore forza sono dunque legate a

- (1) relazioni sentimentali;
- (2) relazioni amicali;
- (3) le “confessioni riguardo al proprio stato d'animo”.

#### *Relazioni sentimentali*

Fanno parte di questo filone tutti quegli screenshot che mostrano dialoghi o frasi contestuali a una relazione tra due partner. La contestualizzazione è data, in alcuni casi dal testo che ne descrive il contenuto e da altri hashtag oltre a quelli legati alla pratica. Il genere del contenuto spazia dal romantico (Fig. 33) al doloroso legato a una rottura (Fig. 34 e Fig. 35). Molti di questi screenshot raccontano di storie a distanza in cui la comunicazione mediata è la sola forma di comunicazione possibile (Fig. 36).

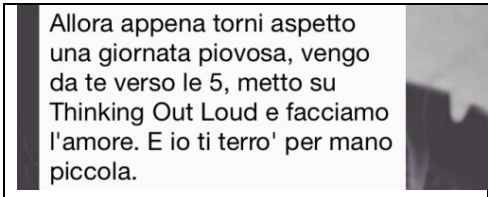


Fig. 32 – Screenshot pubblicato da F, nell’Agosto 2014 con didascalia “E ascolta pure buona musica” #amore #amoremio #messaggi



Fig. 33 – Screenshot pubblicato da Ifr, nel Novembre 2014 corredato di “Il mondo sarebbe un posto più bello se tutti rispondessero così” #boyfriend #messaggi #sempredifretta #tempoperme

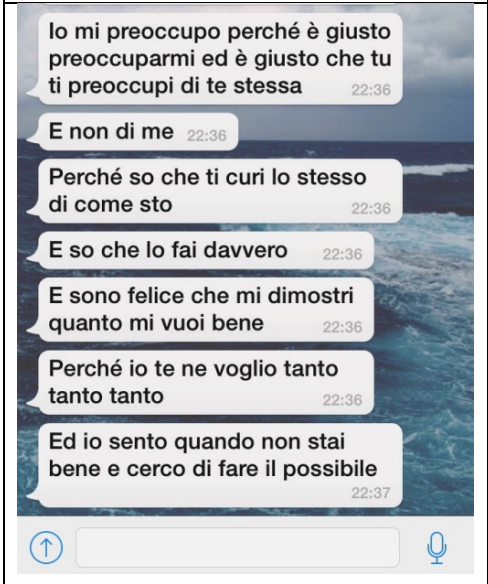


Fig. 34 - Screenshot pubblicato da C, nel Marzo 2015 con didascalia “Questi messaggi mi fanno tremare il cuore, se solo tu sapessi quanto è stato difficile lasciarti. E se sapessi che ti amo ancora” #ex #terribile #messaggi #amore

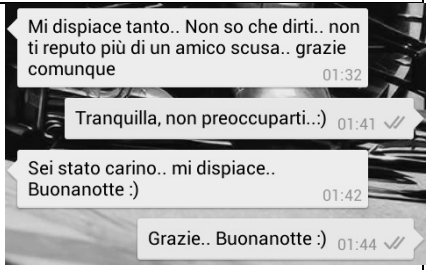


Fig. 35 - Screenshot pubblicato da M, nel Gennaio 2015 con didascalia “Tranquilla un cazzo, che male fa.” #friendzone #ex #messaggi #maiunagioia



<p>Fig. 36 - Screenshot pubblicato da mff, nel Dicembre 2014 con didascalia “La distanza può separare i nostri corpi per ora ma non i nostri cuori” #amoremio #fuckdistance #messaggi #lontanimavicini</p>	<p>Fig. 37 - Screenshot pubblicato da L, nel Giugno 2015 con didascalia “E alla fine gliel’ho detto chiaramente perché mi sono stufata dei giochetti e del rincorrersi, delle sclerate e del far finta che stare insieme non mi importi. Mi importa. Molto.” #tiamoenonlosai #messaggi #confessioni #miglioriamo</p>

### *Relazioni amicali*

Fanno parte di questo filone tutti gli screenshot che hanno come tema la relazione amicale. Possono riguardare dialoghi oppure singole frasi. Le tematiche che ne emergono sono per la maggior parte delle volte il legame (Fig. 38), il mutuo sostegno (Fig.39 e Fig. 41) e l’affinità (Fig. 42). Ma non mancano anche messaggi che pur esprimendo affetto vengono poi contestualizzati come negativi o tristi, a causa della fine del rapporto (Fig. 40). Inoltre anche attraverso questo tipo di contenuti passano riferimenti alla sfera di relazioni sentimentali, tramite il commento tra amici (Fig. 43)

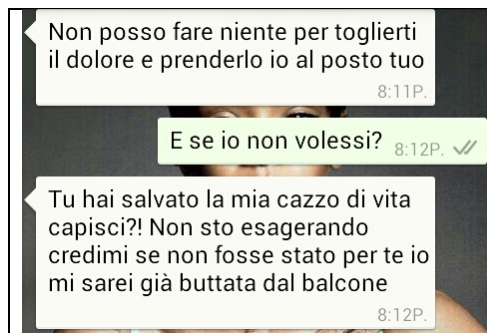


Fig. 38 - Screenshot pubblicato da mdd, nel Marzo 2015 senza didascalia. #amiche #messaggi #grazie #tiadoro

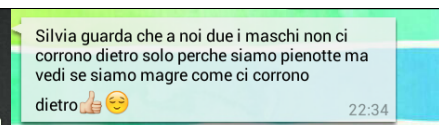


Fig. 39 - Screenshot pubblicato da S, nel Settembre 2014 con didascalia "HAHAHHAHAHAH" #amiche #matte #messaggi #ciccione #fatty #mipiace lanutellanoncipossofare nient e

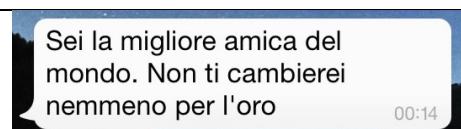


Fig. 40 - Screenshot pubblicato da E, nel Luglio 2015 con didascalia "Quando rileggo mi sembra impossibile che adesso a malapena ci parliamo. Questi screenshot mi ammazzano" #examica #missyou #vecchiechat #messaggi #mi manchi

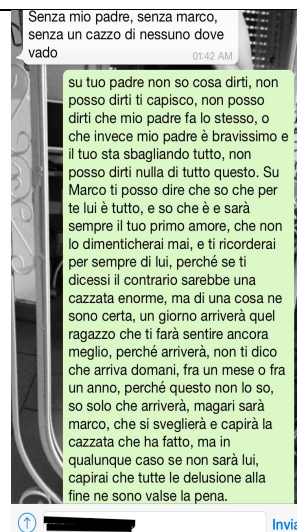
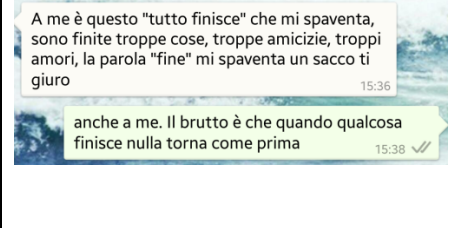
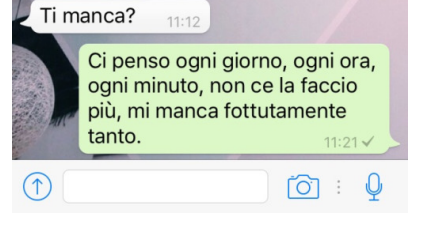


Fig. 41 - Screenshot pubblicato da sfs, nel Febbraio 2015 senza didascalia. #messaggi #frasibelle #whataspp #amiche #cheerup #mieiscreen

	
<p>Fig. 42 - Screenshot pubblicato da mtl, nel Ottobre 2014 con didascalia “Affini in tutto. Anche nelle fini.” #amici #friends #endlesslove #messaggi #tvb</p>	<p>Fig. 43 - Screenshot pubblicato da nfyh, nel Aprile 2015 con didascalia “Sei sempre al mio fianco, anche quando faccio finta che vada tutto bene tu capisci lo stesso che non è così. Non so come farei senza di te” #bff #messaggi #amiche #misshim #bmyside #sempreinsieme</p>

### *Confessioni/Riflessioni*

In questa tipologia rientrano tutte quelle frasi o dialoghi attraverso cui l’utente confessa qualcosa rispetto al suo mondo interiore (Fig. 44), alla sua condizione esistenziale (Fig. 45 e Fig. 49) e produce riflessioni sulla vita (Fig. 46, Fig. 47 e Fig. 48).

	
<p>Fig. 44 - Screenshot pubblicato da mtv, nell'Aprile 2015 con didascalia “So che non solo la sola” #messaggi #fine #fanculo</p>	<p>Fig. 45 - Screenshot pubblicato da R, nel Febbraio 2015 senza didascalia. #messaggi #alone #sola #gentedimerda</p>
	
<p>Fig. 46 - Screenshot pubblicato da tnl, nel Febbraio 2014 senza didascalia. #pensieri #ricordi #vaffanculo #messaggi #passato</p>	<p>Fig. 47 - Screenshot pubblicato da rf, nel Novembre 2014 con didascalia “Tutto cambia senza che ce ne accorgiamo succedono cose nella vita per cui non si può più essere gli stessi.” #change #vita #messaggi #me</p>
	
<p>Fig. 48 - Screenshot pubblicato da rfn, nel Novembre 2014 con didascalia “Tutti a screenshottare messaggi bellissimi e poi uno chissà com'è si ritrova sempre da solo” #screenshot #ipocriti #fake #pensieri #messaggi #paroleparole</p>	<p>Fig. 49 - Fig. 42 - Screenshot pubblicato da lg, nel Agosto 2014 senza didascalia. #messaggi #badday #badmonth #badyear #miechat</p>

Questa distinzione tuttavia non è sempre possibile operarla, poiché molte volte i contenuti non vengono contestualizzati per cui è difficile posizionarli a livello interpretativo. Ciò è dovuto anche a una caratteristica tipica degli screenshot di conversazioni in *Tumblr*, ovvero il loro venir resi *anonimi* dagli utenti. Che vuol dire che dallo screenshot vengono appositamente eliminate informazioni sul mittente e il destinatario del messaggio.

Da un lato ciò avviene per proteggere la propria identità, da un altro questa operazione rende gli screenshot il più possibile svincolabili dal loro contesto d'origine così da poter essere meglio adattati alle narrazioni degli altri utenti.

Infatti, oltre al potersi presentare tramite nick name anche l'utilizzo di *tag* - come #messaggi, #myscreen, o anche #frasibelle – fa sì che la pratica vada interpretata diversamente dal semplice “pubblicare proprie conversazioni” perché attraverso l'adesione a un hashtag si sta decidendo di prendere parte a una pratica collettiva. L'anonimizzazione dei contenuti, in questo modo, abilita quello che si può definire come uno *sdoppiamento del senso* dell'oggetto: da una parte è una conversazione personale, dall'altra diventa una conversazione che altri possono *trovare e riutilizzare*.

Nel momento in cui si pubblica questo tipo di frammento in *Tumblr*, quindi, non si sta solo mostrando qualcosa di sé attraverso cui costruire la propria narrazione, ma si sta automaticamente partecipando a una pratica collettiva che si basa sulla fruizione e scambio di questi contenuti. Da un lato il numero delle *note* che il network appone al contenuto fa sentire l'utente appagato in quanto protagonista di un dialogo o autore di una frase che entra a far parte delle *frasi di Tumblr*, dall'altro egli partecipa a una rete di relazioni che si articolano attraverso questa pratica fondata sul *reblog*.

Gli utenti descrivono i contenuti rebloggati come affini al loro sentire, o come contenuti in cui vorrebbero riconoscersi perché vorrebbero provare i sentimenti che quei testi racchiudono, essendo spesso scontato che si tratti di conversazioni legate a relazioni amicali o sentimentali.

Questo sentire affine dato dall'essersi trovati in situazioni simili e dalla partecipazione fa sì che si creino meccanismi di identificazione e distacco con il network costruito a partire dalla pratica. Esporre il privato in questo modo abilita il riconoscimento con altri soggetti e la partecipazione rende visibile non solo il proprio vissuto ma anche il legame – attivo o potenziale – con persone che *provano cose simili a me*. I contenuti pubblicati, vengono messi in circolo all'interno della piattaforma non solo per mostrarsi ma anche per trovarsi.

Sono frasi che mi piacciono e sono cose che vorrei scrivessero a me. (G, stralcio di intervista)

sono ragazze come me e proviamo le stesse cose. con alcune ho avuto possibilità di parlarci e ci siamo trovate molto su parecchi aspetti. parecchi screenshot, secondo me, sono messaggi che spesso scrivono loro alle persone che amano.. come per esempio dichiarazioni. e trovano delle parole stupende anche solo scrivendo attraverso un cellulare. ed è un cosa molto bella. (mdd, stralcio di intervista)

se si reblogga uno screen vuol dire che ci si ritrova nel parole dette. e quindi mi rendo conto che c'è un'altra persona che prova cose simili a me. (lfr, stralcio d'intervista)

Una volta che ci si raggiunge grazie alla visibilità della pratica e ci si riconosce, è comprensibile che per fruire delle *frasi belle di Tumblr* accada che basti scorrere la propria dashboard, come sostiene l'utente F.

li trovo semplicemente scorrendo la dash, dalle persone che seguo. oppure li cerco. se mi piace ciò che c'è scritto li rebloggo. se nello screen vengono dette cose che mi rispecchiano nel modo magari di pensare li rebloggo (F. stralcio d'intervista)

Ovviamente lo stringere connessioni e relazioni all'interno del luogo tramite la partecipazione a una pratica, fa sì che poi la percezione del luogo e della pratica si modifichino: I contenuti come gli screenshot iniziano ad *essere ovunque* e diventano banali.

sono ovunque e con il tempo se si vedono tanto in giro diventano banali. tutti hanno pubblicato o rebloggato almeno una volta uno screen con un "ti voglio bene" o un "sei importante". sono più anonimi, non dicono più niente (nfyh, stralcio d'intervista)

Il loro venire prodotti e diffusi ed essere tanto evidenti da finire tra le *frasi belle di Tumblr* porta gli utenti a stancarsi della forma di questi contenuti: la normalizzazione uccide la pratica perché esse opera secondo un codice di inclusione/esclusione. Così gli utenti per rinforzare la differenziazione modificano i contenuti in modo da renderli più interessanti per la loro rete.

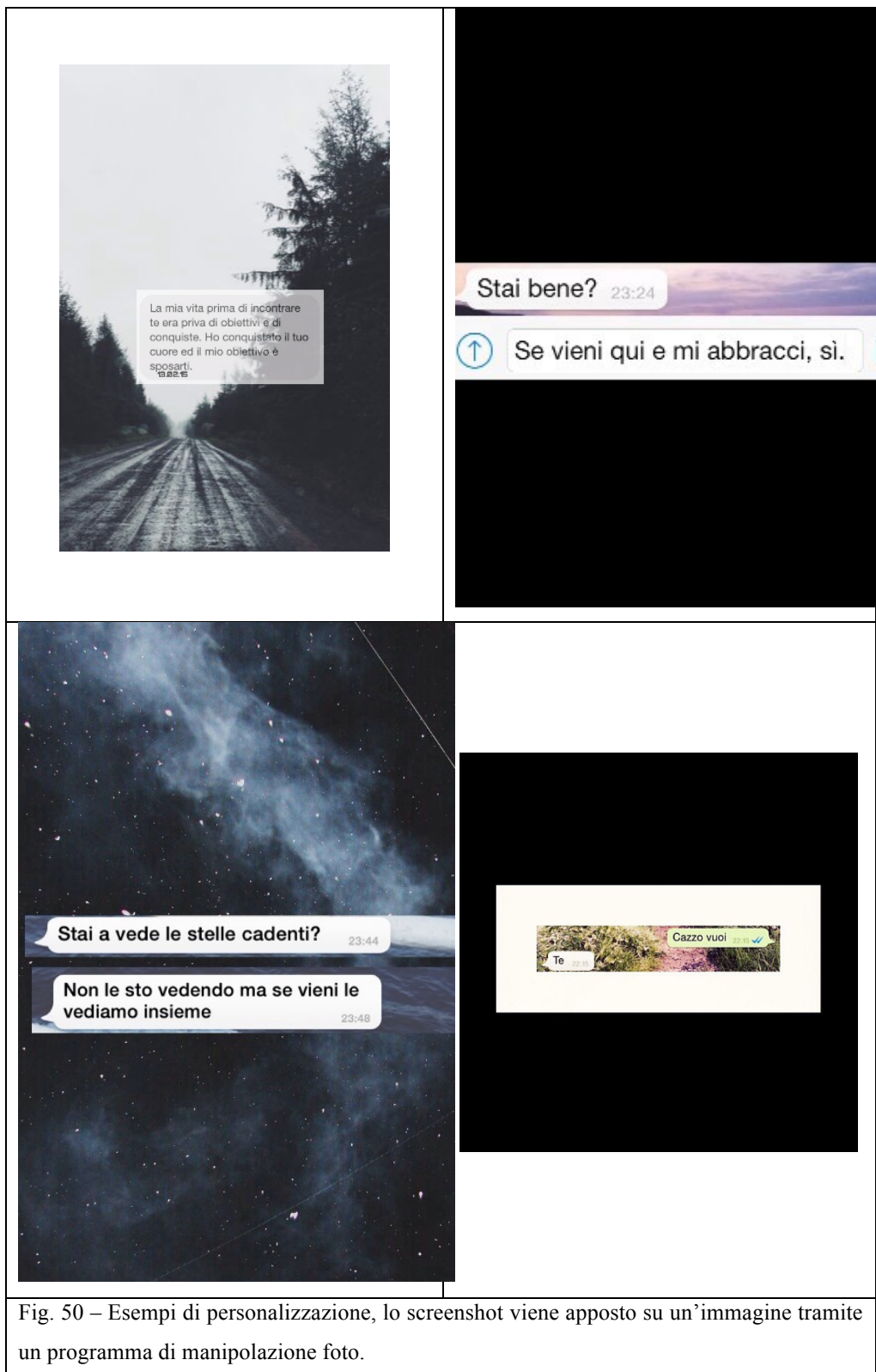


Fig. 50 – Esempi di personalizzazione, lo screenshot viene apposto su un’immagine tramite un programma di manipolazione foto.



Quindi se da un lato gli screenshot si presentano come radicati all'interno del vissuto del loro creatore, è altresì vero che nel momento in cui quest'ultimo decide di far parte del network creato attraverso la pratica, l'oggetto che egli pubblica diventa altro. Un oggetto che sebbene racconti ancora molto del suo creatore, deve rappresentare anche un tassello di senso per i suoi fruitori, che è auspicabile vi si riconoscano e lo riutilizzino all'interno delle proprie narrazioni. Questo avviene attraverso il reblog che se permette agli utenti di appropriarsi di un contenuto tuttavia mostra, grazie alle affordance della piattaforma, il percorso che il contenuto ha compiuto dalla sua origine.

Il che significa che vi è comunque contemplata una tracciabilità che riporti alla fonte originaria. Ovviamente poiché il tutto avviene in un ambiente digitale può capitare che questi contenuti vengano scaricati, salvati da altri utenti e pubblicati come propri.

Per questo motivo, a sottolineare la circolarità tra la dimensione individuale privata e quella comunitaria gli utenti iniziano a sviluppare un anticorpo contro questa *cattiva pratica* attraverso la tattica dell'apporre il proprio nick name da qualche parte all'interno dello screenshot.

Il contenuto così elaborato esprime chiaramente il suo essere pensato per un pubblico e si allontana dalla sua natura originaria.

Tuttavia, essendo puro contenuto tratto da conversazioni significative per l'utente creatore e essendo stato immesso appositamente tramite un hashtag, questa veste *arricchita* è probabilmente quella che permette agli utenti di segnare un confine di demarcazione tra quello che è il loro specifico vissuto e quindi la loro narrazione e le narrazioni degli altri.

# Conclusioni

## *Frammenti digitali*

La narrazione del sé in *Tumblr* si articola attraverso contenuti di tipo multimediale che si caratterizzano sia per il loro essere condensazioni di significato, brevi e immediati, che per le visibili differenze in termini di formato, dimensione, contesto di provenienza. Essi sono leggeri, pensati per essere composti e fruiti da schermi mobili che introducono grammatiche e gesti attraverso cui interagire con gli oggetti digitali.

Per far parte del flusso in mobilità bisogna produrre micro-contenuti, sempre più volatili, sempre più brevi. Si passa dal blogging al micro blogging perché la dimensione della mobilità rende possibile il contatto perpetuo e gli spazi di socialità abilitano il lasciare tracce in rete per essere in contatto con il proprio network attraverso contenuti veloci da digerire, consumare e riutilizzare.

*In Tumblr* si osserva come gli utenti compongano la propria narrazione secondo tasselli tra loro molto eterogenei. O meglio, frammenti digitali.

È sembrato adeguato l'utilizzo del concetto di "frammento" per la potente metafora che richiama. Esso ha infatti a che fare con la percezione del post-moderno, in quanto l'esperienza post-moderna sconnette e scollega, valorizzando appunto la frammentazione, la citazione, il rimando. Tali citazioni e rimandi vanno a costituire i percorsi di senso che l'individuo si trova a creare a partire dalle *macerie* che il crollo delle grandi narrazioni ha prodotto. Esse sono appunto rappresentate dal frammento, cioè da una porzione ridotta di un senso più ampio, che si rende osservabile come autonomo, disancorato dal contesto di provenienza. Ciò lo rende compatibile e adatto a costruire nuove narrazioni che nel loro svolgersi lo

incorporeranno e organizzeranno, creando senso. Questa possibilità del frammento di essere facilmente ricompreso all'interno di narrazioni diverse da quella di provenienza è data dal suo essere un oggetto digitale che quindi si presta per sua natura a venire ricombinato, modificato, modulato.

La narrazione che si sviluppa in Tumblr tramite esso risponde alla logica dell'ipermediazione (Bolter e Grusin 1999), espressa dallo stile a finestre: per cui all'interno dello stesso schermo si osservano contemporaneamente spazi diversi tra loro. Questa moltiplicazione di riquadri permette all'utente fruitore dello schermo di costruire personali percorsi di senso attualizzando una o l'altra possibilità nel suo muoversi tra i livelli dati dalla sovrapposizione delle finestre. Tale movimento permette quindi una costruzione di un senso non lineare ma *ipertestuale*, composta da *salti* che rappresentano il collegamento nella discontinuità ed eterogeneità dei contenuti a cui ci si relaziona. Le discrepanze che quindi si osservano all'interno di una pagina Tumblr devono essere intese come momenti tensivi in cui è stato effettuato un salto da un universo di riferimenti a un altro, e tale salto è il modo di connettere frammenti diversi che raccontano nella pagina tutti una stessa storia, quella biografica.

Infatti le narrazioni del sé sono da interpretarsi nel loro svolgersi, nel loro articolarsi tra i vari frammenti, nel loro contestualizzarli. Un oggetto digitale racconta qualcosa del suo fruitore nel momento in cui viene selezionato come facente parte della sua narrazione, quando cioè diventa frammento costitutivo di un discorso più ampio che è il progetto riflessivo del sé.

Il frammento digitale ha quindi un'origine - nel vissuto personale o nella cultura di massa - ma il suo senso non deve necessariamente trovarsi in queste sue radici. Non va ricercato in una ricostruzione genealogica della sua provenienza, piuttosto nelle concatenazioni in cui è inserito. Per cui ogni frammento attraverso cui si è costruita la narrazione va osservato come sequenza narrativa, che attraverso la sua organizzazione in relazione ad altre, produce quella che è la narrazione.

### *Screenshot di conversazioni*

La pratica di condividere screenshot di conversazioni private rientra quindi all'interno delle modalità attraverso cui la narrazione del sé si struttura. È cioè una pratica legata da un lato alla produzione di frammenti digitali che possono essere usati all'interno della propria narrazione per produrre senso e dall'altro dalla loro condivisione con altri.

Quelli prodotti sono frammenti peculiari che si presentano come delle cristallizzazioni del flusso formato dalla continua produzione di conversazioni. Il che, all'interno della mobile network society, significa che essi siano centrali per la produzione di memoria personale. Lo screenshot viene infatti paragonato dagli utenti a una *fotografia* cioè a un supporto mnemonico finalizzato a non perdere il ricordo di momenti significativi.

Fare uno screenshot significa selezionare una porzione di conversazione, attraverso cui passa la relazione con l'altro, che si vuole strappare dal flusso. Così facendo la porzione selezionata diviene *evento*, ovvero (a) una interruzione nel naturale scorrere del tempo e (b) un momento spettacolarizzato da un soggetto abituato a pensarsi secondo le logiche assorbite dai media. Il che significa che l'individuo, avendo interiorizzato il codice dei media, riesce attraverso questo a rappresentarsi: sceglie di incorniciare tramite lo screenshot un momento strappandolo dal vissuto e facendolo diventare sua rappresentazione.

L'archiviazione di ricordi è alla base della produzione del senso riferito al sé, difatti solo attraverso la loro archiviazione è poi possibile operare le selezioni riferite alla loro messa in narrazione (Ricoeur 1983). Se non si ha un archivio di ricordi, non è possibile costruire alcuna narrazione, perché non si hanno materiali riferiti al sé da organizzare (Foucault 1999). In questo senso l'archivio da un lato abilita e da un lato struttura la futura

organizzazione degli eventi nella narrazione, poiché potranno essere questi e non altri.

Archiviare significa decidere di produrre delle tracce non solo che siano funzionali in un futuro ma che siano state prodotte in modo tale da poterne disporre all'evenienza (Contesini 2003), infatti, non a caso gli utenti parlano di *cose importanti, cose che vorrò rileggere* in relazione agli screenshot. Il che significa che questi materiali sono prodotti in vista di uno scopo e tramite l'artificio dello screenshot che non solo permette di salvarli ma esso mette in atto una funzione incorniciante tramite cui gli oggetti prodotti assumono la forma della cornice in cui si trovano. Non vengono prodotti file di testo delle conversazioni, ma oggetti ibridi in cui viene mostrato il luogo in cui avviene l'interazione: lo schermo. Ciò che veniva escluso dalla comunicazione viene ricompreso.

La comunicazione riproducendo sé stessa inserisce nuovamente nel flusso sia ciò che era invisibile in quanto *soglia trasparente*, sia il frammento che vi era stato strappato poiché è a partire da esso che è possibile generare una narrazione e quindi nuova comunicazione. Quindi, poiché tramite la condivisione di frammenti screenshot essi vengono nuovamente gettati nel flusso, è possibile sostenere che il momento di selezione sia virtualmente un momento in cui il flusso si sta già riproducendo, annullando quindi nello screenshot il potere del ricordo e mantenendo solo le sue spoglie di evento che una volta inserito nella narrazione perderà, da questo punto di vista, parte del suo carattere di insostituibilità e rilevanza.

Ciò fa assumere allo screenshot le caratteristiche attraverso cui Gilles Deleuze (1968, ed. it. p. 134) descrive l'oggetto virtuale

non esiste se non come frammento di sé: non è trovato se non come perduto,  
non esiste se non come ritrovato

Il che significa che lo screenshot deve far riferimento al flusso perché esso acquisisca senso, ovvero, deve avere la possibilità di potersi perdere per venire prodotto e deve essere salvato affinché esista. In questo senso lo screenshot come oggetto virtuale è frammento di sé, perché nel momento della sua esistenza è l'attualizzazione di un flusso che continua nonostante esso non ne faccia parte e al quale deve far riferimento per venire compreso. Esso indubbiamente esiste ma in relazione al flusso dal quale è stato strappato e nel quale deve tornare in quanto rispondente alla logica della comunicazione e della contingenza. Rimanda costantemente ad altro ed "è" in quanto pura possibilità: prodotto selezionando tra le possibilità della contingenza, nel momento stesso in cui viene attualizzato, si virtualizza.

A questo punto emerge la natura apparentemente paradossale della pratica, poiché, se lo screenshot è il punto di partenza nella messa in narrazione del sé ed esso si configura come un oggetto virtuale che una volta utilizzato nella narrazione perde il suo carattere evenemenziale, poiché viene nuovamente inghiottito nel flusso, com'è possibile basare un archivio con oggetti del genere creati per scomparire?

### *Ricomposizione*

Si esce da questa impasse logica osservando lo screenshot non in ottica genealogica, che vede il senso dischiudersi tramite l'aver rintracciato una radice – rappresentata dal momento di produzione, quindi il vissuto - ma attraverso un approccio che tenga conto del modo in cui il frammento viene utilizzato, poiché da questa osservazione è possibile rintracciare quelle modalità attraverso cui la narrazione resiste al flusso e produce il suo senso.

Per questo motivo non si guarda allo screenshot come oggetto in sé, ma si osserva la pratica contestuale al mezzo. Perché attraverso la pratica è possibile osservare l'aggregarsi di significati relativi all'interpretazione del

contesto in cui essa avviene, in una dimensione che riguarda sia l'individuo che la sua adesione a un gruppo.

Sebbene si sia illustrato come questi frammenti siano personali e privati, contenenti verbalizzazioni che non si mostrerebbero in spazi differenti da *Tumblr* per via del pseudonimato, la loro pubblicazione tramite l'adesione all'hashtag di riferimento porta la natura dello screenshot a modificarsi.

Non che esso sia a questo punto meno "importante" per il soggetto, o che in qualche modo egli se ne allontani attraverso una catarsi data dalla pubblicazione, poiché come abbiamo visto gli utenti tengono a sottolineare apponendo il proprio nickname che quel frammento sia proprio il loro. Quindi il senso di appartenenza e di derivazione dal sé, dal privato, è ancora molto forte nonostante la pubblicazione tramite hashtag e quindi la diffusione.

Anzi, è perché questo oggetto viene ritenuto *proprio* che lo si vuole includere nella narrazione del sé, così come del resto succede con tutti i frammenti digitali, che una volta riconosciuti come appartenenti a sé vengono utilizzati per narrarsi. Tuttavia, l'adesione alla pratica e quindi la cura nella presentazione del contenuto – anonimizzazione, elaborazione grafica di contorno – implicano la consapevolezza della partecipazione a una forma di comunicazione collettiva, o comunitaria.

Nel momento in cui si decide di condividere queste conversazioni lo si fa per sé stessi, per la propria narrazione del sé, ma l'*altro* è sempre presente.

Con questo si vuole dire che con l'adesione alla pratica si produce quello che abbiamo definito come *uno sdoppiamento di senso dell'oggetto*, in quanto esso è contemporaneamente conversazione personale e privata, ma anche frammento digitale creato perché gli altri possano rintracciarlo ed utilizzarlo nelle proprie narrazioni.

Il carattere intimo che tramite esso si esprime fa leva su situazioni ed emozioni che gli altri utenti hanno di certo esperito e nelle quali possono riconoscersi, dall'altro è ciò che conferisce a questo frammento, più di altri,

il carattere di *autenticità*, poiché testimonianza diretta di un vissuto, proposta come si è verificata. Ciò fa sì che gli utenti riconoscano in questo tipo di frammenti delle *esperienze di verità* (Morin 1999, p. 46)

[Alcuni libri] costituiscono “esperienze di verità”, dando forma e svelandoci una verità ignorata [...] che portiamo in noi e che ci procura la doppia estasi della scoperta della nostra verità nella scoperta di una verità esterna a noi, che si accoppia alla nostra verità, la incorpora e diviene la nostra verità.

Il fatto che Edgar Morin definisca queste esperienze di verità in relazione alla lettura di testi, torna a far emerge la natura di oggetto ibrido di questo tipo di immagini, focalizzando l’attenzione sulla loro componente testuale e fa assumere al loro produttore – il protagonista delle conversazioni – il ruolo di *narratore* a tutti gli effetti. Non è quindi un caso che molti degli screenshot vengano poi interpretati dagli utenti alla stessa stregua delle così chiamate *frasi di Tumblr*, perché questi diventano citazioni di una narrazione auto-costruita e messa in circolo.

In questo modo gli screenshot attraverso l’hashtag rappresentano frammenti di narrazione personale che entra come parte costitutiva di una narrazione collettiva. Ed è in questa dimensione collettiva data dalla pratica che lo screenshot acquisisce il suo senso e attraverso esso la narrazione del sé che lo utilizza.

Poiché se il senso del singolo si intreccia con quello collettivo espresso attraverso la pratica, secondo cui ogni frammento prodotto e immesso risponde al *principio ologrammatico*

Mette in evidenza l’apparente paradosso delle organizzazioni complesse nelle quali non solo la parte è nel tutto, ma in cui anche il tutto è inscritto nella parte. Così ogni cellula è una parte del tutto [...] ma il tutto è lui stesso dentro la parte (Morin 1999, p. 97)



Ciò significa che lo screenshot acquisisce senso dall'osservazione della sua concatenazione con gli altri screenshot prodotti, che sono l'espressione della pratica messa in atto dal collettivo di utenti: ogni frammento dà senso alla pratica, la contiene, ma è più di essa.

Questo accade perché la narrazione del sé avviene in un ambiente connesso, che è quello del web sociale, in cui gli utenti sono pubblici attivi e collaborativi. Per questo si diceva, la narrazione del sé che vi avviene all'interno è una narrazione *aperta* poiché risponde alle logiche del luogo e allo spirito del tempo assumendo i caratteri della narrazione transmediale in ambienti che si descrivono come collaborativi e connessi.

Ma il suo senso è dato dall'adesione a pratiche comunicative basate sulla produzione o condivisione di frammenti digitali, poiché ognuno di questi frammenti la iscrive all'interno di ambiti di significato più ampi di cui essa si serve.

La narrazione viene quindi letta secondo due direzioni:

- (a) quella relativa alla composizione degli elementi in senso verticale, nel proprio profilo
- (b) quella relativa alle concatenazioni di cui questi elementi fanno parte in senso orizzontale

Entrambe queste direzioni sono costituite da *serie* di frammenti digitali, la prima dimensione ricomponete e contestualizza i frammenti attraverso la selezione, la seconda trae senso attraverso tutti gli oggetti *figli* di una determinata pratica. La serie giustifica e rafforza il frammento rendendolo cifra attraverso cui raccontare sé stessi e il legame con la comunità.

Secondo queste due direzioni si articolano le due dimensioni narrative:

- (a) quella verticale, relativa al proprio racconto personale nel tumblog
- (b) quella orizzontale, relativa al racconto collettivo

Esse sono da intendere quindi come due serie simultanee in cui quella verticale che fa da *significante* e quella orizzontale che fa da *significato*.

Dove, il significante è *l'evento, l'attributo logico di uno stato di cose* e il significato è *lo stato di cose, con le sue qualità e relazioni reali*. (Deleuze 1969).

Per questi motivi è possibile sostenere che la narrazione del sé digitale assume una forma serializzata il cui senso scaturisce tra differenza e ripetizione dei contenuti, in una dimensione individuale e collettiva.

I frammenti digitali non vengono realizzati esclusivamente per una narrazione identitaria privata, ma per iscriversi in una narrazione di tipo corale e a sua volta serializzata attraverso cui è possibile trarne il senso. Che all'interno della narrazione del sé si coglie non nella visione dell'insieme di tutti i contenuti pubblicati ma rintracciando di volta in volta il discorso di senso puntinato che si sviluppa attraverso la ripetizione orizzontale.

Con l'evolversi delle modalità legate alla CMC nella sua forma mobile e con il moltiplicarsi degli spazi di social networking orientati alla mobilità, la condivisione di fotografie del proprio schermo entra nel racconto della vita quotidiana perché con frequenza sempre maggiore ci si trova ad avere uno schermo che fa da tramite della comunicazione nel quotidiano. Attraverso di esso passano relazioni e esperienze che vengono organizzate secondo la sua logica di frammentazione che moltiplica spazi e tempi dell'agire, mostrando come questa superficie sia una superficie di profondità, data da tutte le attualizzazioni possibili da operare navigando attraverso le finestre.

Da un lato quindi abbiamo lo schermo inserito all'interno della nostra esperienza quotidiana come frammento di virtualità, ovvero come soglia che apre alle possibilità del virtuale, dall'altro abbiamo le tecnologie mobili che abilitano al contatto perpetuo. Questa possibilità di contatto perpetuo modifica il modo in cui l'individuo organizza la sua esperienza quotidiana. Poiché abituato a pensare se stesso e alle proprie scelte come progetti modificabili e possibili altrimenti.

L'attività di produzione di screenshot in questo senso mostra il collasso delle due dimensioni, una nell'altra, e rappresenta una modalità attraverso cui il soggetto cerca di fermare il divenire digitale. Così facendo ottiene dei *punti di ancoraggio* a cui aggrapparsi nello scorrere del suo stato di connessione espresso dalle conversazioni, per poter dare senso alla sua vita espressa in digitale. Lo screenshot diventa così prova tangibile di un evento che in quanto legato alla dimensione schermica avrebbe rappresentato una tra le tante possibilità di attualizzazione nella contingenza, andando a perdersi nel flusso indistinto delle comunicazioni prodotte digitalmente. Invece, in questo modo lo screenshot segna dei confini che frammentano il flusso dell'esperienza digitale significandolo attraverso questa distinzione che operano.

Lo schermo così riemerge non solo come contenitore ma anche come contenuto e soprattutto come luogo di contatto tra l'uomo e il virtuale che diventa cifra della narrazione del sé nel momento in cui lo screenshot vi viene inserito.

## Bibliografia

- Abbott A. (1990), *Conceptions of time and events in social science methods*, in *Historical Methods*, 23(4).
- Abruzzese A. (2003), *Lessico della comunicazione*, Meltemi, Roma.
- Abruzzese A., Pezzini I. (2004), *Dal romanzo alle reti. Soggetti e territori della grande narrazione moderna*. Testo&Immagine, Torino.
- Abu-Lughod L. (1991), *Writing against culture*, in F. Fox (a cura di), *Recapturing anthropology*, School of American Research Press, Santa Fe.
- Alberti L. B. (1435), *De Pictura*, in A. Friedberg (a cura di) *The Virtual Window. From Alberti to Microsoft*, The MIT Press, Cambridge (2009).
- Alexander P. S. (2000), *Teens and mobile phones growing-up together: Understanding the reciprocal influences on the development of identity*, Paper presented at the Wireless World Workshopp, University of Surrey.
- Amit V. (1999), *Constructing the Field*, Routledge, London.
- Anderson C. (2008), *The End of Theory, The Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete*, in Edge, disponibile online all'indirizzo: [http://edge.org/3rd\\_culture/anderson08/anderson08\\_index.html](http://edge.org/3rd_culture/anderson08/anderson08_index.html).
- Aouragh M. (2011), *Confined offline: traversing online Palestinian mobility through the prism of the Internet*, in *Mobilities* 6(3).
- Association of Internet Research (AoIR) (2002), *Ethical Decision-making and Internet Research Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee*, disponibile online all'indirizzo: <http://aior.org/reports/ethics.pdf>
- Aufderheide P. (2011), *Copyright, fair use, and social networks*, in Z. Papacharissi (a cura di), *A Network Self, Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, Routledge, London.
- Aufderheide P., Jaszi, P. (2008), *Recut, Reframe, Recycle: Quoting Copyrighted Material in User-Generated Video*, Center for Social Media, School of Communication, Washington D.C.

- Baron N. S. (2008), *Adjusting the volume: Technology and multitasking in discourse control*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Barthes R. (1977), *Image, music, text: Essays selected and translated by Stephen Heath*, Hill and Wang, New York.
- Bartoletti R. (2002), *La narrazione delle cose. Analisi socio-comunicativa degli oggetti*, Franco Angeli, Milano.
- Bartoletti R. (2007), *Memoria e comunicazione. Una teoria comunicativa complessa per le cose del moderno*, Franco Angeli, Milano.
- Bartoletti R. (2011), *Memory and Social Media: New Forms of Remembering and Forgetting*, in B. Pirani (a cura di), *Learning from Memory: Body, Memory and Technology in a Globalizing World*, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle.
- Bartoletti R. (2012), *Grandi madri mediali. Archetipi dell'immaginario collettivo nel fumetto e nel cinema d'animazione*, Liguori, Napoli.
- Baudrillard J. (1994), *Simulacra and Simulation*, The University of Michigan.
- Baudrillard J. (1995), *Le crime parfait*, Éditions Galilée, Paris; trad. it. (1996), *Il delitto perfetto*, Cortina, Milano.
- Bauman Z. (1992), *Intimations of Postmodernity*, Routledge, London.
- Bauman Z. (1997), *Postmodernity and its Discontents*, Polity, Cambridge.
- Bauman Z. (2000), *Liquid modernity*, Polity Press, Cambridge.
- Beaulieu A. (2005), *Sociable hyperlinks: an ethnographic approach to connectivity*, in C. Hine (a cura di), *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*, Berg, Oxford.
- Beaulieu A., Simakova, E. (2006), *Textured connectivity: an ethnographic approach to understanding the timescale of hyperlinks*, in *Cybernetics: International Journal of Scientometrics, Informetrics and Bibliometrics* 10.

- Beck U., Giddens A., Lash S. (1999), *Reflexive Modernization*, Polity Press, Cambridge; trad. it. *Modernizzazione Riflessiva. Politica, tradizione ed estetica nell'ordine sociale della modernità*, Asterios, Trieste.
- Benedikt M. (1991), *Introduction to Cyberspace: First Steps*, The MIT Press.
- Benjamin W. (1936), *Der Erzähler. Betrachtungen zum Werk Nikolai Lesskows*; trad. it. (2011), *Il Narratore. Considerazioni sull'opera di Nikolaj Leskov*, Einaudi, Torino.
- Berardi F. (2004), *Verso la narrazione immersivo-connettiva*, in A. Abruzzese, I. Pezzini (a cura di), *Dal romanzo alle reti. Soggetti e territori della grande narrazione moderna*, Testo&Immagine, Torino.
- Berry D. M. (2011), *The Computational Turn: Thinking About the Digital Humanities*, *Culture Machine, Special Issue on The Digital Humanities and Beyond*, vol. 12. Disponibile online all'indirizzo:  
<http://www.culturemachine.net/index.php/cm/article/view/440/470>.
- Blackmore S. (1999), *The meme machine*, Oxford University Press, Oxford.
- Boccia Artieri G. (1998), *Lo Sguardo Virtuale*, Franco Angeli, Milano.
- Boccia Artieri G. (2004), *I media-mondo. Forme e linguaggi dell'esperienza contemporanea* Meltemi, Roma.
- Boccia Artieri G. (2009), *SuperNetwork: quando le vite sono connesse*, in L. Mazzoli (a cura di), *Network Effect. Quando la rete diventa pop*, Codice, Torino.
- Boccia Artieri G. (2012), *Stati di Connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, Franco Angeli, Milano.
- Boccia Artieri G. (2015), *Gli Effetti Sociali del Web, forme della comunicazione e metodologie della ricerca online*, Franco Angeli, Milano.
- Boellstorff T. (2008), *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*, Princeton University Press, New York.

- Boellstorff T., Nardi B., Pearce C., Taylor T. L. (2012), *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*, Princeton University Press, Princeton.
- Boltanski L., Chiapello E. (1999), *Le Nuvel Esprit du Capitalisme*, Gallimard, Paris.
- Bolter J.D., Gromala D. (2003), *Windows and Mirrors. Iteration Design, Digital Art and the Myth of Transparency*, The MIT Press, Cambridge.
- Bolter J.D., Grusin R. (1999), *Remediation. Understanding New Media*, The MIT Press, Cambridge; trad. it. (2002), *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Edizioni Angelo Guerini e Associati, Milano.
- Borrelli D. (2003), *Post Umano*, in A. Abruzzese (a cura di), *Lessico della comunicazione*, Meltemi, Roma.
- Bosi A. (2003), *Identità e Narrazione. Scritti sull'espressione del sé*, Unicopli, Milano.
- Bourdieu P. (1995), *Champ Politique, champ des sciences sociales, champ journalistique*, in 5° Cahiers de recherche del GRS de l'Université Lumière Lyon 2; trad. it. (2010), *Il Concetto di Campo in Sociologia*, Armando, Roma.
- Bowker G. (2005), *Memory Practices in the Sciences*, The MIT Press, Cambridge.
- boyd d., Heer, J. (2006), *Profiles as conversation: Networked identity performance on Friendster*, paper presented at the Hawai'i International Conference of System Sciences, Kauai.
- boyd d. (2007), *Why youth love social network sites: The role of networked publics in teenage social life*, in D. Buckingham (a cura di), *Youth, identity and digital media*, The MIT Press, Cambridge.
- boyd d. (2011), *Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications*, in Z. Papacharissi (a cura di), *A Network Self*,

- Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, Routledge, London.
- boyd D., Ellison N. (2007), *Social Network Sites: definition, history, scholarship*, in *Journalism of Computer-Mediated Communication*, 13(1).
- boyd d., Marwick A. (2009), *The Conundrum of visibility*, in *Journal of Children and Media*, 3(4)
- Braidotti R. (2013), *The Posthuman*, Polity Press, Cambridge; trad. it. (2014), *Il Postumano*, DeriveApprodi, Roma.
- Brake D. (2008), *Shapping the 'me' in MySpace: The Framing of profiles on a social network site*, in K. Lundby (a cura di), *Digital storytelling mediatized stories: Self-representation in new media*, Peter Lang, New York.
- Briggs A., Burke P. (2010), *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*; trad. it. (2010), *Storia sociale dei media: da Gutenberg a Internet*, Il Mulino, Bologna.
- Brin D. (1999), *The transparent society: Will technology forge us to choose between privacy and freedom?*, Basic Books, New York.
- Bruner J. (1996), *The Culture of Education*, Harvard University Press, Cambridge.
- Buchanan E. (2004), *Readings in Virtual Research Ethics*, Information Science Publishing, Hershey.
- Buchanan E., Ess C. (2009), *Internet research ethics and the institutional review board: current practices and issues*, in *SIGCAS Computer and Society* 39(3).
- Buckingham D. (2008), *Introducing Identity*, in D. Buckingham (a cura di), *Youth, Identity, and Digital Media*, The MIT Press, Cambridge.
- Bull M. (2003), *To Each Their Own Bubble. Mobile Spaces of Sounds in the City*, in N. Couldry, A. McCarthy, (a cura di), *Media/Space. Place, Scale and Culture in a Media Age*. Rutledge, London.



- Bunzl M. (2004), *Boas, Foucault, and the "Native Anthropologist": Notes toward a Neo-Boasian anthropology*, in *American Anthropologist* 106(3).
- Burns A., Liang Y. E. (2012), *Tools and methods for capturing Twitter data during natural disaster*, *First Monday* 17(4), disponibile online all'indirizzo: <http://firstmonday.org/article/view/3937/3193>
- Burt R.S. (1992), *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, Harvard University Press.
- Buscher M., Urry J. (2009), *Mobile methods and the empirical*, in *European Journal of Social Theory* 12(1).
- Butler J. (1990), *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, Routledge, London.
- Campbell S. (2008), *Mobile Technology and the Body. Apparatus, Fashion, and Function*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Campbell S., Kwak N. (2010), *Mobile communication and social capital: An analysis of geographically differentiated usage patterns*, in *New Media & Society* 12(3).
- Candea M. (2007), *Arbitrary locations: in defense of the empirical*, in *European Journal of Social Theory* 12(1).
- Cardano M. (2003), *Tecniche di Ricerca Qualitativa. Percorsi di ricerca nelle scienze sociali*, Carocci, Roma.
- Carlini F. (2002), *Divergenze Digitali. Conflitti, soggetti e tecnologie della terza internet*, Manifestolibri, Roma.
- Caronia A. (2003), *Cyborg*, in A. Abruzzese (a cura di), *Lessico della comunicazione*, Meltemi, Roma.
- Caronia A. (2010), *Virtuale*, Mimesis, Milano.
- Casalegno F. (2004), *Considerazioni sulle forme di narrazione sociale emergenti, sulle dinamiche sociali e sui nuovi media*, in A. Abruzzese, I. Pezzini (a cura di), *Dal romanzo alle reti. Soggetti e territori della grande narrazione moderna*, Testo&Immagine, Torino.

- Castells M. (1996), *The information Age: Economy, Society and Culture, vol. I, The Rise of the Network Society*, Blackwell, Oxford; trad. it. (2000), *La nascita della società in rete*, Egea, Milano.
- Castells M. (2000), *The Rise of the Network Society*, Blackwell, Oxford; trad. it. (2000) *La nascita della società in rete*, Università Bocconi Editore, Milano.
- Castells M. (2002), *Internet Galaxy*, Oxford University Press, New York; trad. it. (2002) *Galassia internet*, Feltrinelli, Milano.
- Castells M. (2008), *Afterword*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Castells M. (2009), *Comunicazione e Potere*, Bocconi Università Edizioni, Milano.
- Castells M., et al. (2007), *Mobile Communication and Society*, The MIT Press, Cambridge; trad. it. (2008), *Mobile Communication e Trasformazione Sociale*, Angelo Guerini e Associati.
- Chan A. (2001), *China's Workers under Assault: Exploitation and Abuse in a Globalizing Economy*, M. E. Sharpe, New York.
- Chang Y., et al. (2014), *What is Tumblr: a statistical overview and comparison*, arXiv:1403.5206.
- Charmaz K. (1991), *Good Days, Bad Days: the self in chronic illness and time*, Rutgers University Press, New Brunswick.
- Charters M. J. (2014), *An examination of high school and college students' Chatspeak use in Twitter and Tumblr*, Syracuse University Honors Program Capstone Projects 814.
- Chatman S. (1978), *Story and Discourse: narrative structure in fiction and film*, Cornell University Press, Ithaca.
- Chiarvesio A., Lemmi L. (1996), *Personal media. Dalla comunicazione di massa alla comunicazione di rete*, Angelo Guerini e Associati, Milano.

- Clay S. (2005), *Ontology is Overrated: Categories, Links, and Tags*, disponibile online all'indirizzo:  
[http://www.shirky.com/writings/ontology\\_overrated.html](http://www.shirky.com/writings/ontology_overrated.html).
- Codeluppi V. (2013), *L'era dello Schermo*, Franco Angeli, Milano.
- Coleman R. (2013), *Transforming Images. Screens, affect, futures*, Routledge, London.
- Colombo F. (1998), *La cultura sottile*, Bompiani, Milano.
- Colombo F. (2003), *Introduzione allo studio dei media*, Carocci, Roma.
- Colombo F. (2013), *Il potere socievole. Storia e critica dei social media*, Mondadori, Milano.
- Contesini S. (2003), *Archivio e autobiografia*, in A. Bosi (a cura di), *Identità e Narrazione. Scritti sull'espressione del sé*, Unicopli, Milano.
- Cooper G. (2001), *The Mutable Mobile: Social Theory in the Wireless World* in Brown B., Green N. Harper R. (a cura di), *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*, Springer, London.
- Corbetta P. (1999), *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna.
- Couldry N. (2004), *Theorising media as practice*, in Social Semiotics 14.
- Couldry N. (2008), *Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling*, in New Media & Society 10(3).
- Crossley L. M. (1999), *Making sense of HIV infection: discourse and adaptation to live a long-term HIV positive diagnosis*, in Health 3(1).
- Crotty M. (1998), *The Foundations of Social Research*, Sage, London.
- Daisuke O., Ito M. (2003), *Camera phone changing the definition of pictures-worthy*, Japan Media Review, 28 August, disponibile online all'indirizzo: <http://www.ojr.org/japan/wireless/106228524.php>
- Dawkins R. (1976), *The Selfish Gene*, Oxford University Press; trad. it. (1992) *Il gene egoista*, Mondadori, Milano.

- Day-Sclater S. (1998), *Creating the self: stories as transitional phenomena*, in *Auto/Biography VI*.
- De Kerckhove D. (1997), *Connected Intelligence. The Arrival of the Web Society*, Sommerville House Book, Kansas City.
- De Souza M. (2013), *A case of the Red Pants Mondays: The connection between fandom, Tumblr, and consumption*, in *Major Papers by Master of Science Students 3*.
- Debord G. (1967), *La Société du spectacle*, Buchet-Chastel, Paris; trad. it. (2001), *La società dello spettacolo*, Baldini&Castoldi, Milano.
- Deleuze G. (1968), *Différence et répétition*, Presses Universitaires de France, Paris; trad. it. (1997), *Differenza e ripetizione*, Cortina, Milano.
- Deleuze G. (1969), *Logique du sens*, Les Éditions de Minuit, Paris; trad. it. (2005), *Logica del senso*, Feltrinelli, Milano.
- Deleuze G. (1983), *Cinema I: L'Image-mouvement*, Les Éditions de Minuit, Paris; trad. ing. (1986), *Cinema I: The Movement-Image*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Deleuze G., Guattari F. (1980), *Mille Plateaux: Capitalisme et Schizophrénie*, Les Éditions de Minuit, Paris; trad. it. (2003), *Millepiani: Capitalismo e Schizofrenia*, Castelvecchi, Roma.
- Denzin N. K., Lincoln Y. S. (1994), *Handbook of qualitative research*, Sage, Thousand Oaks.
- Deuze M. (2007), *Media work. Digital media and society*, Blackwell, London.
- Dominick J. R. (1999), *Who do you think you are? Personal home pages and self-presentation on the World Wide Web*, in *Journalism Quarterly* 76(4).
- Donath J. S., boyd d. (2004), *Public displays of connection*, in *BT Technology Journal* 22(4).
- Douglas M., Isherwood B. (1979), *The World of Goods. Toward an Anthropology of Consumption of Goods*, Routledge, London.

- Drotner K. (2008), *Boundaries and bridges: Digital storytelling in education studies and media studies*, in K. Lundby (a cura di), *Digital storytelling mediatized stories: Self-representation in new media*, Peter Lang, New York.
- du Gay P., et al. (1997), *Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman*, Sage, London.
- Dunleavy D. (2005), *Camera phones prevail: Citizen shutterbugs and the London bombings*, disponibile online all'indirizzo:  
[www.digitaljournalist.org/issue0507/dunleavy.html](http://www.digitaljournalist.org/issue0507/dunleavy.html).
- Dyck N. (2000), *Home field advantage*, in V. Amit (a cura di ), *Constructing the Field: Ethnographic Fieldwork in the Contemporary World*, Routledge, London.
- Elliott A., Urry J. (2010), *Mobile Lives*, Routledge, London.
- Elliott J. (2005), *Social Research, Qualitative and Quantitative Approaches*, Sage, London.
- Elwood-Clayton B. (2003), *Virtual Strangers: young love and texting in the Filipino archipelago of cyberspace*, in K. Nyiri (a cura di), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*, Passagen Verlag, Vienna.
- Erstad O., Wertsch J. V. (2008), *Tales of mediation: Narrative and digital media as cultural tools*, in K. Lundby (a cura di), *Digital Storytelling Mediatized Stories: Self-representation in new media*, Peter Lang, New York.
- Ezzy D. (1998), *Theorizing narrative Identity: Symbolic Interactionism and Hermeneutics*, in *The Sociological Quarterly* 39.
- Fabietti U. (2001), *Storia dell'antropologia*, Zanichelli, Bologna.
- Faircloth C. A. (1999), *Revisiting thematisation in the narrative study of epilepsy*, in *Sociology of Health and Illness* 21(2).
- Farnworth J., Austrin T. (2010), *The ethnography of new media worlds? Following the case of global poker*, in *New Media & Society* 12(7).
- Ferraris M. (2011), *Anima e iPad*, Ugo Guanda Editore, Parma.

- Fine G. (1993), *Ten lies of ethnography: Moral dilemmas of Field Research*, in *Journal of Contemporary Ethnography* 22(3).
- Fink M., Miller Q. (2013), *Trans media moments: Tumblr, 2011–2013*, in *Television and Media* 15(7).
- Finnegan R. (1992), *Oral Traditions and the Verbal Arts: a guide to research practice*. Routledge, London.
- Fisher W. R. (1987), *Human Communication as Narration: Toward a philosophy of reason, value, and action*, University of South Carolina Press, Columbia.
- Flichy P. (1993), *Storia della Comunicazione Moderna. Sfera Pubblica e Dimensione Privata*, Baskerville.
- Floridi L. (2011), *The construction of personal identities online*, disponibile online all'indirizzo: <http://www.etnografiadigitale.it/2011/01/la-costruzione-dell%E2%80%99identita-personale-in- rete>.
- Fortunati L. (2002), *Italy: Stereotypes, true and false*, in J. Katz, M. Aakhus (a cura di), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Fortunati L. (2005), *The Mobile Phone as technological artefact*, in P. Glotz, S. Bertschi, C. Locke, (a cura di), *Thumb Culture: Meaning of Mobile Phone for Society*, Transcript Verlag, Bielefeld.
- Foster P. (2006), *Observational research*, in R. Sapsford, V. Jupp (a cura di), *Data Collection and Analysis*, Thousand Oaks.
- Foucault M. (1999), *L'archeologia del sapere*, Rizzoli, Milano.
- Friedberg A. (1993), *Window Shopping: Cinema and the Postmodern*, University of California Press.
- Friedberg A. (2009), *The Virtual Window: From Alberti to Microsoft*, The MIT Press, Cambridge.
- Galloway A. R. (2012), *The Interface Effect*, Polity Press.
- Garfinkel S. (2001), *Database nation: The death of privacy in the 21st century*, O'Reilly Media, Sebastopol.

- Geertz C. (1973), *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*, Basic Books, New York.
- Gemini L. (2003), *L'incertezza creativa. I percorsi sociali e comunicativi delle performance artistiche*, Franco Angeli, Milano.
- Gemini L. (2008), *In Viaggio. Immaginario, comunicazione e pratiche del turismo contemporaneo*, Franco Angeli, Milano.
- Gemini L. (2015), *Visual Networking. Appunti sulla dimensione visuale dei media sociali*, in G. Boccia Artieri (a cura di), *Gli Effetti sociali del Web, Forme della comunicazione e metodologie della ricerca online*, Franco Angeli, Milano.
- Gere C. (2006), *Art, Time and Technology*, Berg, Oxford.
- Gerlholm T., Hannerz U. (1982), *Introduction: The Shaping of National Anthropology*, in *Ethnos* 47(1/2)
- Gibson W. (1984), *Neuromancer*, Ace Books, New York; trad. it. (1986), *Neuromante*, Nord, Milano.
- Giddens A. (1991), *Modernity and Self-Identity. Self and Society in late Modern Age*, Polity Press, Cambridge.
- Giddens A., Sutton P. W. (2013) *Sociology: Seventh Edition*, Polity Press Cambridge; trad. it. (2013), *Fondamenti di sociologia*, il Mulino, Bologna.
- Giglietto F. (2009), *Io, i miei amici e il mondo: uno studio comparativo su Facebook e Badoo in Italia*, in L. Mazzoli (a cura di), *Network Effect. Quando la Rete Diventa Pop*, Codice, Torino.
- Gillmor D. (2004), *We Are the Media: Grassroots journalism by the people, for the people*, O'Reilly Media, Sebastopol.
- Goffman E. (1959), *The Presentation of Self in Everyday Life*, Garden City, New York; trad. it. (1969), *La Vita Quotidiana come Rappresentazione*, Il Mulino, Bologna.
- Goffman E. (1961), *Asylums: Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates*, Doubleday, New York.

- Goggin G. (2006), *Notes on the History of the Mobile Phones in Australia*, in *Southern Review* 38.
- Goggin G. (2008), *Cultural Studies of Mobile Communication*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Goodings L., Lock A., Brown S. D. (2007), *Social networking technology: Place and identity in mediated communities*, in *Journal of Community & Applied Social Psychology* 17.
- Grainge P. (2011), *Ephemeral Media, Transitory Screen Culture from Television to YouTube*, MacMillan, London.
- Granovetter M. (1983), *The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited*, in P. Marsden, N. Lin (a cura di), *Social Structure and Network analysis*, Sage Publishers, Beverly Hills.
- Green N. (2002), *On the Move. Technology, mobility, and the mediation of social time and space*, in *The Information Society* 18.
- Green N. (2003), *Community redefined: Privacy and accountability*, in K. Nyiri (a cura di), *Mobile Communication: Essays on Cognition and Community*, Passagen Verlag, Vienna.
- Green N., Haddon L. (2009), *Mobile Communications*, Berg, Oxford.
- Grinter R., Eldridge M. (2001), *y do tngrs luv 2 txt msg?* in W. Prinz (a cura di), *Proceedings of the Seventh European Conference on Computer-Supported Cooperative Work ECSCW '01*, Kluwer, Dordrecht.
- Haddon L. (2001), *Domestication and mobile telephony*, in J. Katz (a cura di), *Machines That Become Us: The social Context of Communication Technology*, Transaction Publisher, New Brunswick.
- Haddon L. (2004), *Information and Communication Technologies in Everyday Life*, Berg, Oxford.
- Haniff N. (1985), *Toward a native anthropology: Methodological notes on a study of successful caribbean women by an insider*, in *Anthropology and Humanism Quarterly* 10(4).



- Hannerz U. (2003), *Being there... and there... and there!:* reflection on multi-site ethnography, in *Ethnography* 4(2).
- Haraway D.J. (1985), *A cyborg Manifesto, Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century*, in Simians, Cyborgs and Women. The Reinvention of Nature, Rutledge, London.
- Hartley J. (2008), *Problems of expertise and scalability in self-made media*, in K. Lundby (a cura di), *Digital storytelling Mediatized Stories: Self-representation in new media*, Peter Lang, New York.
- Hay J., Parker J. (2003), *Crossing the Media(-n). Automobility, the transported self and technologies of freedom*, in N. Couldry, A. McCarthy (a cura di), *Media/Space. Place, Scale and Culture in a Media Age*. Rutledge, London.
- Hinchman L. P., Hinchman S. K. (1997), *Introduction*, in L. P. Hinchman, S. K. Hinchman (a cura di), *Memory, Identity, Community: the idea of narrative in the human sciences*, State University of New York Press, Albany.
- Hine C. (2009), *How can qualitative internet researchers define the boundaries of their projects?*, in A. Markham, N. Baym (a cura di), *Internet Inquiry: Conversation about Method*, Sage, Los Angeles.
- Hine C. (2015), *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*, Bloomsbury, London.
- Hjorth L. (2005), *Odours of mobility, Japanese cute customization in the Asia-Pacific region*, in *Journal of Intercultural Studies* 26.
- Hjorth L., Kim H. (2005), *Being there and being here: Gendered customising of mobile 3G practices through a case study in Seoul*, in *Convergence* 11.
- Hofer T. (1968), *Comparative notes on the professional personality of two disciplines*, in *Current Anthropology* 9(4).
- Hurstone Z. (1935), *Mules and Man*, Harper and Row, New York.

- Ibahrine M. (2008), *Mobile communication and sociopolitical change in the Arab world*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Illingworth N. (2006), *Content, context, reflexivity and the qualitative research encounter: telling stories in the virtual realm*, in *Sociological Research Online* 11.
- Ito M. (2003), *Mobile Phones, Japanese Youth and the Replacement of the Social contact*, presented at *Front Stage-Back Stage: Mobile communication and the renegotiation of the public sphere*, Grimstad.
- Ito M. (2004), *A new set of social rules for a new wireless society*, Japan Media Review, Annenberg School of Communication, USC, disponibile online all'indirizzo:  
<http://www.japanmediareview.com/japan/wireless/1043770650.php>
- Ito M. (2008), *Introduction*, in V. Kazys (a cura di), *Networked Publics*, The MIT Press, Boston.
- Jenkins H. (2004), *Pop cosmopolitanism: mapping cultural flows in a age of media convergence*, in M. Suarez-Orozco, D. B. Quin Hilliard (a cura di), *Globalization: Culture and Education in the New Millennium*, University of California Press, Berkley.
- Jenkins H. (2006), *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, NYU Press, New York; trad. it. (2008), *Cultura convergente*, Apogeo, Milano.
- Jenkins H. (2007), *Transforming fan culture into user-generated content: the case of Fan-Lib*, in *Confessions of an Aca-Fan (blog)*, 22 maggio, disponibile online all'indirizzo:  
[http://henryjenkins.org/2007/05/transforming\\_fan\\_culture\\_into.html](http://henryjenkins.org/2007/05/transforming_fan_culture_into.html).
- Jenkins H. (2009), *How 'Dumbledore's Army' is transforming our world: an interview with Andrew Slack*, in *Confessions of an Aca-Fan (blog)*, 23 luglio, disponibile online all'indirizzo:  
[http://henryjenkins.org/2009/07/how\\_dumbledores\\_army\\_os\\_transf.html](http://henryjenkins.org/2009/07/how_dumbledores_army_os_transf.html).

Jenkins H., Ford S., Green J. (2013), *Spreadable Media. Creating value and meaning in a networked culture*, New York University Press, New York; trad. it. (2013), *Spreadable Media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Maggioli, Santarcangelo di Romagna.

Johnsen T. E. (2003), *The social context of the mobile phone use of Norwegian teens*, in J. Kratz, a cura di, *Machines that Become Us: The social Context of Communication Technology*, Transaction Publisher, New Brunswick.

Kaare B. H., Lundby K. (2008), *Mediatized lives. Autobiography and assumed authenticity in digital storytelling*, in K. Lundby (a cura di), *Digital Storytelling Mediatized Stories: Self-representation in new media*, Peter Lang, New York.

Kapur S. (2010), *Siamo le storie che ci raccontiamo*, TED Talks, disponibile online all'indirizzo:

[http://www.ted.com/talks/shekhar\\_kapur\\_we\\_are\\_the\\_stories\\_we\\_tell\\_our\\_selves?language=it](http://www.ted.com/talks/shekhar_kapur_we_are_the_stories_we_tell_our_selves?language=it)

Kasesniemi E. L. (2003), *Mobile Messages: Young people and a new communication culture*, Tampere University Press, Tampere.

Kasesniemi E. L., Rautianen P. (2002), *Mobile Culture of children and teenagers in Finland*, in J. Katz, M. Aakhus (a cura di), *Perpetual Contact: Mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press, Cambridge.

Katz J. (2006), *Magic in the Air: Mobile communication and the transformation of social life*, Transaction, New Brunswick.

Katz J. (2008), *Mainstream mobiles in daily life. Perspectives and prospects*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.

Katz J., Aakhus M. (2002), *Perpetual Contact. Mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press, Cambridge.

- Keen A. (2012), *Digital Vertigo: How today's online social revolution is driving diminishing and disorienting us*, St'Martin Press; trad. it. (2013), *Vertigine Digitale*, Egea, Milano.
- Kelly M. P., Dickinson H. (1997), *The narrative self in autobiographical accounts of illness*, in *Sociological Review* 45(2).
- Kendall L. (2002), *Hanging Out in the Virtual Pub: Masculinities and Relationship Online*, University of California Press, Berkeley.
- Kendall L. (2009), *Question Four: how do issues of gender and sexuality influence the structures and processes of qualitative internet research?*, in A. N. Markham, N. K. Baym (a cura di), *Internet Inquiry: Conversation about Method*, Sage, London.
- Kesselring S., Vogl G. (2004), *Mobility Pioneers. Network, scapes and flows between first and second modernity*, in W. Bonss, S. Kesselring, G. Vogl (a cura di), *Mobilities and the Cosmopolitan Perspective; Documentation of a Workshop at the Reflexive Modernization Research Centre*, disponibile online all'indirizzo: [www.cosmobilities.net](http://www.cosmobilities.net)
- Kindberg T., et al (2004), *How and why people use camera phones*, disponibile online all'indirizzo: <http://www.hpl.hp.com/techreports/2004/HPL-2004-216.html>
- Kleinman A. (1988), *The Illness Narratives: suffering, healing and the human condition*, Basic Books, New York.
- Knobel M., Lankshear C. (2007), *Online memes, affinities, and cultural production*, in M. Knobel, C. Lankshear (a cura di), *A new literacies sampler*, Peter Lang, New York.
- Kopomaa T. (2000), *The City in Your Pocket: birth of the mobile information society*, Gaudeamus, Helsinki.
- Koskinen I. (2004), *Seeing with mobile images: towards perpetual visual contact*, in K. Nyiri (a cura di), *Mobile Communication: Essays on Cognition and Community*, Passagen Verlag, Vienna.

- Koskinen I. (2007), *Mobile Media in Action*, Transaction Publishers, New Brunswick.
- Koskinen I. (2008), *Mobile multimedia: uses and social consequence*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Kozinets R. V. (2010), *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*, Sage, London.
- Kozinets R.V. (2002), *Can consumer escape the market? Emanicipatory illumination from burning man*, in *Journal of Consumer Research* 29.
- Krackhardt D. (1999), *The Ties that torture: Simmelian tie analysis in organizations*, in *Sociology of Organizations* 16.
- Lambert J. (2006), *Digital Storytelling: Capturing lives, creating community*, Digital Diner, Berkeley.
- Lampe C., Ellison N., Steinfeild, C. (2006), *A Familiar Face(book): profile elements as signals in online social network*, CHI 2007 Proceedings.
- Lampe C., Ellison N., Steinfeld C. (2006), *A Face(book) in the Crowd. Proceedings of the twentieth anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work*, Alberta, Canada.
- Latouche S. (2012), *Limite*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Law P. Y., Peng Y. (2008), *Mobile Networks: Migrant Workers in Southern Cina*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Leander K. M., McKim K. K. (2003), *Tracing the everyday 'sitings' of adolescents on the Internet: a strategic adaptation of ethnography across online and offline spaces*, in *Education, Communication & Information* 3(2).
- Leeuwen T. van (2005), *What is the authenticity?*, in *Discourse Studies* 3(4).
- Lenhart A., Madden M. (2007), *Social Networking Websites and Teens*, Pew Internet & American Life Project.

- Levy P. (1995), *L'Intelligence Collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, La découverte, Paris; trad. it. (2001), *L'Intelligenza Collettiva. Per una antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano.
- Levy P. (1997), *Cyberculture. Rapport ou Conseil de l'Europe*, Odile Jacob, Paris; trad. it. (1999), *Cybercultura, Gli usi sociali delle nuove tecnologie*, Feltrinelli, Milano.
- Levy S. (2007), *Facebook grows up*, in Newsweek, August 27.
- Licoppe C. (2008), *The mobile phone's ring*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Ling R. (2002), *E-living Deliverable 6. Family, gender and youth: Wave one analysis*, IST.
- Ling R. (2004), *The Mobile Connection: The cell phone's impact on society*, Morgan Kaufmann, San Francisco.
- Ling R. (2008), *The Mediation of Ritual Interaction via the Mobile Telephone*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Ling R. (2012), *Taken for Grantedness. The Embedding of Mobile Communication into Society*, The MIT Press, Cambridge.
- Ling R., Yttri B. (2002), *Hyper-coordination via mobile phones in Norway*, in J. Katz, M. Aakhus (a cura di), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Liu H. (2007), *Social network profiles as taste of performance*, in Journal of Computer-Mediated Communication 13(1).
- Liu H. (2007), *Social network profiles as taste Performance*, in Journal of Computer-Mediated Communication 13(1).
- Livingstone S. (2008), *Taking risky opportunities in youthful content creation. Teenagers' use of social networking site for intimacy, privacy and self expression*, in New Media Society 10.

- Lüders K. (2007), *Digital Storytelling, Mediatized Stories*, Peter Lang, New York.
- Luhmann N. (1996), *Die Realität der Massenmedien*, Opladen, Westdeutscher Verlag; trad. it. (2000) *La realtà dei mass-media*, Franco Angeli, Milano.
- Luhmann N., De Giorgi R. (1991), *Teoria della Società*, Franco Angeli, Milano.
- Lundby K. (2008), *Introduction: digitali storytelling, mediatized stories*, in K. Lundby (a cura di), *Digital Storytelling Mediatized Stories: self-representation in new media*, Peter Lang, New York.
- Lyotard J. F. (1979), *La condition postmoderne. Rapport sur le savoir*, Les Éditions de Minuit, Paris; trad. it. (2010), *La condizione postmoderna. Rapporto sul sapere*, Feltrinelli, Milano.
- Maffesoli M. (1988), *Le Temps Des Tribus. Le déclin de l'individualisme dans le sociétés de masse*, Méridiens Klincksieck, Paris; trad. it. (1998), *Il Tempo Delle Tribù. Il declino dell'individualismo nelle società di massa*, Armando, Roma.
- Maffesoli M. (1997), *Du nomadisme. Vagabondages initiatiques*, LGF Editeur, Paris; trad. it. (2002), *Del Nomadismo. Per una sociologia dell'erranza*, Franco Angeli, Milano.
- Maines D. (1993), *Narrative's Moment and Sociology's Phenomena*, in *The Sociological Quarterly* 34.
- Malinowski B. (1922), *Argonauts of the Western Pacific*, E. P. Dutton, New York; trad. it. (1978), *Argonauti del Pacifico Occidentale: riti magici e vita quotidiana nella società primitiva*, Newton Compton, Roma.
- Manovich L. (2001), *The Language of New Media*, The MIT Press, Cambridge; trad. it. (2002), *Il Linguaggio dei Nuovi Media*, Edizioni Olivares, Milano.

- Manovich L. (2012), *Trending: The Promises and the Challenges of Big Social Data*, in K. G. Matthew (a cura di), *Debates in the Digital Humanities*, The University of Minnesota Press.
- Marcus G. E. (1995), *Ethnography in/of the world system: the emergence of multi-sited ethnography*, in *Annual Review of Anthropology* 24.
- Marcus G. E. (1998), *Ethnography Trough Thick and Thin*, Princeton University Press, Princeton.
- Marcus G. E. (2002), *Multi-sited ethnography: five or six things I know about it now*, in S. Coleman, P. von Hellermann (a cura di), *Multi-sited Ethnography: Problems and possibilities in the translocation of research methods*, Routledge, London.
- Marinelli A. (2004), *Connessioni: Nuovi media, nuove relazioni sociali*, Angelo Guerini e Associati, Milano.
- Marquat E. (2010), *Microblog sensation: the growing popularity of Tumblr*, in *Journal of Digital Research and Publishing* 2.
- Mascheroni G. (2007), *Le Comunità Viaggianti. Socialità reticolare e mobile dei viaggiatori indipendenti*, Franco Angeli, Milano.
- Mauss M. (1923), *Essai Sur le Don*, in *Sociologie et antropologie*, PUF, Paris; trad. it. (1965), *Saggio sul dono*, in *Teoria generale della magia e altri saggi*, Einaudi, Torino.
- Mayer A., Puller S. L. (2008), *The old boy (and girl) network: Social network formation on university campuses*, in *Journal of Public Economics* 92.
- Mazzoli L. (2001), *L'Impronta del Sociale. La comunicazione fra teorie e tecnologie*, Franco Angeli, Milano.
- Mazzoli L. (2009), *Network Effect. Quando la rete diventa pop*, Codice, Torino.
- Mazzoli L. (2012), *Il Patchwork Mediale. Comunicazione e informazione fra media tradizionali e media digitali*, Franco Angeli, Milano.



- Mazzoli L., Boccia Artieri G. (1994), *L'ambigua Frontiera del Virtuale*, Franco Angeli, Milano.
- Mazzoli L., Zanchini G. (2015), *Info Cult. Nuovi scenari di produzione e uso dell'informazione culturale*, Franco Angeli, Milano.
- McKee H., Porter J. (2009), *Playing a good game: ethical issues in researching MMOGs and virtual worlds*, in *International Journal of Internet Research Ethics* 2(1).
- Mead G.H. (1934), *Mind, Self, and Society*, in C. W. Morris (a cura di), University of Chicago Press, Chicago.
- Meadows D. (2003), *Digital Storytelling: A creator's guide to interactive entertainment*. Focal Press, Oxford.
- Mendelson A. L. (2007), *On the function of the United States paparazzi: mosquito swarm or watchdogs of celebrity images contro and power?*, in *Visual Studies* 22(2).
- Meyrowitz J., 1985, *No Sense of Place: The impact of electronic media on social behavior*, Oxford University Press, New York.
- Miyata K., Boase J., Wellman B. (2008), *The Social Effects of Keitai and Personal Computer E-mail in Japan*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Mondloch K. (2010), *Screens. Viewing Media Installation Art*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Morcellini M. (2005), *Il Mediaevo Italiano, industria culturale, TV e tecnologie tra XX e XXI secolo*, Carocci, Roma.
- Morin E. (1962), *L'Esprit du Temps 1. Nevrose*, Édition Grasset & Fasquelle, Paris; trad. it. (2002), *Lo Spirito del Tempo*, Meltemi, Roma.
- Morin E. (1999), *La Tete Bien Faite*, Seuil, Paris; trad. it. (2000), *La Testa Ben Fatta, riforma dell'insegnamento e riforma del pensiero*, Cortina, Milano.
- Negroponete N. (1995), *Being Digital*, Alfred A. Knopf, New York.
- Nelson T. H. (1981), *Literary Machines*, Mindful Press, Sausalito.

- O'Reilly T. (2005), *What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, O'Really Media, disponibile online all'indirizzo: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web20.html>
- Okabe D., Ito M. (2004), *Camera phone changing the definition of pictures-worthy*, Japan Media Review, Annenberg School of Communication, USC, disponibile online all'indirizzo: [www.or.org/japan/wireless/1062208524.php](http://www.or.org/japan/wireless/1062208524.php)
- Olwig K. F. (2003), 'Transnational' socio-cultural system and ethnographic research: views from an extended field site, in *International Migration Review* 37(3).
- Paccagnella L. (1997), *Getting the seats of your pants dirty: strategies for ethnographic research on virtual communities*, in *JCMC* 3(1), disponibile online all'indirizzo: <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/paccagnella.html>.
- Paccagnella L. (2000), *La Comunicazione al Computer*, il Mulino, Bologna
- Paccagnella L. (2004), *Sociologia della Comunicazione*, Il Mulino, Bologna.
- Papacharissi Z. (2002), *The self online: The utility of personal home pages*, in *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 46.
- Papacharissi Z. (2011), *Conclusion, a network self*, in Z. Papacharissi (a cura di), *A Network Self, Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, Routledge, London.
- Parmiggiani P. (2001), *Consumatori alla Ricerca di Sé. Percorsi di identità e pratiche di consumo*, Franco Angeli, Milano.
- Perna S. (2013), *Superfici a intensità variabile. Schermi, cornici, finestre nei media digitali*, in N. Riccio (a cura di), *Schermi Finestre Cornici: L'esperienza mediale nel tempo digitale*, Liguori Editore, Napoli.
- Pink S. (2013), *Doing Visual Ethnography*, Sage, London.
- Plummer K. (1995), *Telling Sexual Stories: power, change, and social words*, Routledge, London.

- Polillo S. (2004), *The network structure of the self: The effects of rituals on identity*, in American Sociological Association Online, disponibile online all'indirizzo: [www.allacademic.com/meta/p108922\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p108922_index.html).
- Polkinghorne D. (1988), *Narrative Knowing and the Human Sciences*, State University of New York Press, Albany.
- Portus L. M. (2008), *How the urban poor acquire and give meaning to the mobile phone*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Pucci E. (1992), *Review of Paul Ricoeur's oneself as another: personal identity, narrative identity and 'selfhood'*, in *The Thought of Paul Ricoeur, Philosophy and Social Criticism* 18(2).
- Rainie L., Wellman B. (2012), *Networked: the new social operating system*, The MIT Press; trad. it. (2012) *Networked: Il nuovo sistema operativo sociale*, Angelo Guerini e Associati, Milano.
- Restrepo E., Escobar A. (2005), *Other anthropologies and anthropology otherwise: Step to a world anthropologies framework*, in *Critique of Anthropology* 25(9).
- Rheingold H. (2003), *Smart Mobs. The next social revolution*, Perseus Publishing, Cambridge; trad. it. (2003), *Smart Mobs. Tecnologie senza fili, la rivoluzione sociale prossima ventura*, Cortina Editore, Milano.
- Rheingold H. (2008), *Mobile media and political collective action*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Riccio N. (2013), *Schermi Finestre Cornici: L'esperienza mediale nel tempo digitale*, Liguori Editore, Napoli.
- Ricoeur P. (1983), *Time and Narrative* (vol. I); trad. ing. K. McLaughlin, D. Pellauer, University of Chicago Press, Chicago.
- Ricoeur P. (1991), *Life in Quest of Narrative*, Routledge, London.
- Ricoeur P. (1992), *Oneself as Another*, Chicago University Press, Chicago.

- Ricoeur, P. (1985), *Time and Narrative* (vol. III); trad. ing. K. McLaughlin, D. Pellauer, University of Chicago Press, Chicago.
- Riessman C. K. (1990), *Divorce Talk*, Rutgers University Press, New Brunswick.
- Riessman C. K. (1993), *Narrative Analysis*, Sage, Thousand Oak.
- Rogers R. (2009), *The End of the Virtual*, *Vossiuspers UvA*, Amsterdam University Press, Amsterdam.
- Rogers R. (2010), *Internet research: the question of method – a keynote address from the YouTube and the 2008 Election Cycle in the United States Conference*, in *Journal of Information Technology & Politics* 7.
- Rogers R. (2012), *Digital Methods*, The MIT Press, Cambridge.
- Rojek C., Urry J. (1997), *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory*, Routledge, London.
- Roversi A. (2001), *Chat line. Luoghi ed esperienze della vita in rete*, Il Mulino, Bologna.
- Scannel P. (2001), *Authenticity and experience*, in *Discourse Studies* 3(4).
- Scelsi R. (1991), *Cyberpunk. Antologia*, Shake, Milano.
- Scifo B. (2005), *Culture Mobili: Ricerche sull'adozione giovanile della telefonia cellulare*, Vita e Pensiero, Milano.
- Senft T. M. (2008), *Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks*, Peter Lang, New York.
- Sheller M., Urry J., (2006), *The New Mobilities Paradigm, Enviroment and Planning A* 38(2).
- Silverstone R. (1994), *Television and Everyday Life*, Routledge, London.
- Silverstone R., Haddon L. (1996), *Design and the domestication of information and communication technologies: technical change and everyday life*, in R. Silverstone, R. Mansell (a cura di), *Communication by Design. The Politics of Information and Communication Technologies*, Oxford University Press, Oxford.

- Simmel G. (1903), *Die Großstädte und das Geistesleben*, *Jarbuch der Gehe-Stiftung* IX; trad. it. (1995), *La metropoli e la vita dello spirito*, Armando, Roma.
- Skog B., Jamtøy A. I. (2002), *Ungdom og SMS*, ISS NTNU, Trondheim.
- Sobchack V. (1992), *The Address of the Eye. A phenomenology of film experience*, Princeton University Press.
- Somers M. R. (1994), *The narrative constitution of identity*, in *Theory and Society* 23.
- Somers M. R. (1994), *The narrative construction of identity: A relational and network approach*, in *Theory of Society* 23(5).
- Somers M. R. (1994), *The narrative construction of identity: a relational and network approach*, in *Theory and Society* 22.
- Song C., Qu Z., Blumm N., Barabasi A.-L. (2010), *Limits of predictability in human mobility*, in *Science* 327.
- Srivastava, L. (2008), *The mobile makes its mark*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Stahl D. O. (1989), *Oligopolistic pricing with sequential consumer search*, in *American Economic Review* 79.
- Steinbock D. (2005), *Mobile Marketing: The making of mobile services worldwide*, Kogan Page, London.
- Taylor A., Harper R. (2001), *'Talking Activity': Young eople and mobile phones*, in *Mobile Communication: Understanding Users, Adoption and Design*, Seattle.
- Thumin N. (2006), *Mediated self-representation: Ordinary people in communities*, in S. Herbrechter, M. Higgins (a cura di), *Returning (to) Communities: Theory, culture and political practice of the communal*, Rodopi Press, New York.
- Thumin N. (2008), *It's good for them to know my story: Cultural mediation as tension*, in K. Lundby (a cura di), *Digital Storytelling Mediatized Stories: Self-representation in new media*, Peter Lang, New York.

- Todorov T. (1969), *Grammaire du Decameron*, The Hague, Paris.
- Tolson A. (2001), *Being yourself: the pursuit of authentic celebrity*, in *Discourse Studies* 3(4).
- Tosoni S. (2004), *Identità mediate al computer*, in *Giovani Sociologi* 2003, Franco Angeli, Milano.
- Tosoni S. (2004), *Identità Virtuali. Comunicazione mediata dal computer e processi di costruzione dell'identità personale*, Franco Angeli, Milano.
- Townsend A. (2001), *Mobile communication in the Twenty-First century City*, in B. Brown, N. Green, R. Harper (a cura di), *Wireless World. Social, Cultural and Interactional Issues in Mobile Communication and Computing*, Springer, London.
- Trosby F. (2004), *SMS, the strange duckling of GSM*, in *Teletronikk* 3.
- Turkle S. (1995), *Life on the Screen: Identity in the age of the Internet*, Simon & Schuster Paperbacks, New York.
- Turkle S. (2008), *Always-on/always-on-you: The tethered self*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Turkle S. (2011), *Alone Together: Why We expect more from Technology and less from each other*, Basic Books.
- Urry J. (1990), *The Tourist Gaze. Leisure and travel in the contemporary societies*, Sage, London.
- Urry J. (2000), *Mobile sociology*, in *British Journal of Sociology* 51(1).
- Virilio P. (1998), *Architecture in the age of its visual disappearance: an interview with Paulo Virilio (1993)*, in J. Beckman (a cura di), *The Virtual Dimension: Architecture, Representation, and Crash Culture*, Princeton Architectural Press, New York.
- Walker J. (2004), *Rebels On the Air: An alternative history of radio in America*, New York University Press, New York.
- Walker K. (2000), *It's difficult to hide it: the presentation of self on internet home pages*, in *Qualitative Sociology* 23(1).

- Wallace P. (1999), *The Psychology of the Internet*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Walther J. B., et. al. (2008), *The role of friend' appearance and behavior on evaluations of individuals on Facebook: Are we known by the company we keep?*, in *Human Communication Research* 34.
- Weber M. (1958), *Il Metodo delle Scienze Storico-Sociali*, Einaudi, Torino.
- Weiner E. (2007), *Our cell phones, ourselves*, disponibile online all'indirizzo:  
<http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=17486953>.
- Wellman B., Haythornthwaite C. (2001), *The internet in everyday life*, in *Special issue of American Behavioral Scientist* 45(3).
- Wertsch J. V. (1998), *Mind as Action*, Oxford University Press, Oxford.
- White H. (1987), *The Content of the Form*, Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- White P. B., Rosh White, N. (2008), *Maintaining co-presence: tourist and mobile communication in New Zealand*, in J. Katz (a cura di), *Handbook of Mobile Communication Studies*, The MIT Press, Cambridge.
- Whyte W. (1943), *Street Corner Society: the social structure if an Italian Slum*, University of Chicago Press, Chicago.
- Wiley N. (1994), *The Semiotic Self*, University of Chicago Press, Chicago.
- Williams G. (1997), *The genesis of chronic illness: narrative reconstruction*, in L. P. Hinchman, S. K. Hinchman (a cura di), *Memory, Identity, Community: the idea of narrative in the human sciences*, State University of New York Press, Albany.
- Williams R. (1974), *Television. Technology and Cultural Form*, Fontana, London.
- Willis P. (1977), *Learning to Labor: How Working Class Kids Get Working Class Jobs*, Columbia University Press, New York.
- Wittel A. (2001), *Toward a network sociality*, in *Theory, Culture & Society* 18(6).

Wu Ming 2, Wu Ming 4, (2002), *Homo fabulans. Dai libri ai nomi delle strade, dalle favole alle memorie dei vecchi: tutto è racconto e i racconti sono di tutti*, in L'Unità, 18 settembre 2002.

Wurtzel A. H., Turner C. (1977), *Latent functions of the telephone. What missing the extension means*, in I. De Sola Pool (a cura di), *The Social Impact of the Telephone*, The MIT Press, Cambridge.

Zhao S., Grasmuck S., Martin J. (2008), *Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationship*, in *Computer in Human Behavior* 24.



## **Sitografia**

Connected Life Market Watch su mobile e wi-fi condotto da Cisco Consulting Services:

<http://www.cisco.com/web/IT/press/cs14/20140204.html>

Cose Molto Tumblr, Facebook:

<https://www.facebook.com/COSEMOLTOTUMBLR/>

Cose Molto Tumblr, Twitter: <https://twitter.com/SincerelyTumblr>

<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

International Communications Market Report 2015:

[http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/cmr15/icmr15/icmr\\_2015.pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/cmr15/icmr15/icmr_2015.pdf)

Internet-Based Research, Guide Lines, University of California:

[http://cphs.berkeley.edu/internet\\_research.pdf](http://cphs.berkeley.edu/internet_research.pdf)

ITU (2015) Online Statistics: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics>

Know Your Meme: <http://knowyourmeme.com/>

L'Unità, 2/ Homo Fabulans:

<http://cerca.unita.it/ARCHIVE/xml/60000/57378.xml?key=Wu+Ming&first=1&orderby=0&f=fir>

Policy di Facebook: <https://www.facebook.com/help/112146705538576>

Social, Digital & Mobile in Europa 2014:

<http://www.slideshare.net/wearesocialit/social-digital-mobile-in-europa-2014>

Tumblog dello staff di Tumblr: [staff.tumblr.com](http://staff.tumblr.com)

Tumblr Tv: <https://www.tumblr.com/tv/>

Web Site Host Review, How Big is Tumblr?:

<http://websitehostreview.com/tumblr/>

What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software: