

Iconomania e iconomana.

Contributi filosofici alla veicolazione delle immagini nel paesaggio

Enrico Orsenigo

Enrico Orsenigo è psicologo e dottorando in *Learning Sciences and Digital Technologies* all'Università di Modena e Reggio Emilia.

enrico.orsenigo@unimore.it

Maria Valentini

Maria Valentini è pedagoga e dottoranda in *Learning Sciences and Digital Technologies* all'Università di Padova.

maria.valentini@unifg.it

Michela Bongiorno

Michela Bongiorno è pianificatrice, collaboratrice di ricerca presso Indire e dottoranda *Learning Sciences and Digital Technologies* all'University of Torino.

m.bongiorno@indire.it

This article sets out to examine the contemporary landscape through the dichotomy of iconomania and iconomana, accompanied by an introductory visual lexicon that includes the definitions of the five keywords forming the substrate of the entire work.

Iconomania and iconomana, along with the ways in which these trends induce alterations in the visibility and enunciation curves, resulting in qualitative variations in the landscape, serve as the lens through which to interpret the territory and its milieu from a macro perspective. Alongside this macro perspective, a micro scale is introduced, allowing for the analysis of specific spaces in the city of Venice by juxtaposing Guy Debord's theories on spectacle with Emanuele Severino's theoretical reflections on technology and architecture.

153

Philosophy Kitchen. Rivista di filosofia contemporanea
#21, II/2024, 155 — 169

Ouverture

La circolazione di immagini ha subito un'immensa trasformazione con la comparsa di dispositivi tecnologici ad alta portabilità e con lo sviluppo di tecnologie che offrono la possibilità di fruire immagini digitali, veicolate su grandi schermi, ad alta nitidezza, anche alla luce del giorno. Si tratta di uno scenario ben descritto da alcuni autori attraverso proposte teoriche che continuano ad avere una certa utilità per leggere anche le ultimissime evoluzioni tecnologiche, coinvolgenti non solo il singolo ma l'intera comunità, negli spazi dedicati alla convivialità e al flusso. Tra questi concetti teorici ne ricordiamo alcuni, utili a collocare il presente contributo in una linea di pensiero che ha le radici più profonde nella seconda metà del secolo scorso: la produzione dello spazio urbano come complesso stratificato di processi sociotecnici (Foucault 1975); l'estensione dell'uso di reti telematiche (*mediascapes-ideoscapes*) per la veicolazione di movimenti ideologici, simboli, significati, tendenze immaginali (Appadurai 2001; Albarea & Orsenigo 2019; Orsenigo 2023); l'automatizzazione generalizzata della produzione e la possibilità di stimolare le facoltà cognitive ad ogni ora del giorno, nel privato (attraverso i dispositivi personali) e nel pubblico (attraverso superfici schermiche e altoparlanti) (Stiegler 2019); la necessità di sviluppare una pedagogia dell'immaginazione, un set di pratiche per salvaguardare la capacità umana di traduzione di input alfabetici in immagini, coltivando l'esperienza della generazione visuale in uno spazio mentale privato, in assenza di input visuali già dati all'esterno (Calvino 1988; Diotto 2022); l'uso dello spazio urbano nelle modalità tipiche della *surmodernité*, nello specifico della teoria dei non-luoghi (Augé 1992).

Come detto in precedenza, in questa linea di pensiero si colloca il presente studio, che nel primo paragrafo fornisce un lessico minimo che fa da "tessuto" per i paragrafi successivi; il secondo paragrafo tratta della pressione tecnologica sullo stile di attrezzamento visuale degli spazi; il terzo paragrafo, indaga quanto detto nei precedenti ma concentrandosi sulla città di Venezia; in conclusione, una riflessione sulla necessità di "frequentare" un'etica dei paesaggi ibridi, segnati dalla presenza sempre più costante di schermi e dunque di stimolazioni cognitive ed emotive.

Lessico visuale

Riteniamo opportuno muovere da alcune indicazioni, attraverso la definizione delle parole-chiave, utili ad una maggiore comprensione delle sezioni che costituiscono il saggio. In questo senso, abbiamo nominato il paragrafo *Lessico visuale*, intendendo con questa formula sette parole significative che nondimeno stringono un raccordo tra urbanistica e filosofia della tecnica.

ICONOMANIA: questo termine, che appartiene alla filosofia della tecnica di Günther Anders, da un lato spiega la tendenza delle società contemporanee a trasformare gli oggetti, i fenomeni e gli eventi della vita reale in contenuti visuali; dall'altro lato, pone l'accento sulle condizioni di incontrollabilità della diffusione delle immagini, garantita sia dal continuo progredire in termini di potenza macchinale, sia dall'avere a portata di mano dei dispositivi personali che rendono

elementare la messa in circolazione delle immagini stesse.

ICONOMANA: con questo termine, intendiamo una doppia accezione: a) la pervasività e la portabilità delle superfici schermiche su cui vengono messe in circolazione le immagini; b) la capacità delle immagini, in termini di “cattura” dell’attenzione, di impegnare il soggetto in esperienze visuo-aptiche, massificate ma fruite solisticamente.

SOGLIE DI MUTAZIONE: in *Tools of Conviviality*, Ivan Illich (1973) ipotizza due soglie di mutazione, che definiscono il rapporto tra soggetto e strumento tecnico/tecnologico. L’attraversamento della prima soglia di mutazione muove l’uomo verso lo strumento, in un rapporto di amplificazione in cui l’uomo è ancora detentore di un sapere tecnico e la macchina si limita ad estendere le possibilità dell’operatività dell’uomo; l’attraversamento della seconda soglia, invece, abilita la macchina alla presa di decisione; in questo senso, la macchina, attrezzata e superiore all’uomo in materia di processualità e velocità di calcolo, lo sostituisce in una serie di campi in cui viene richiesta una superiore bontà di funzionamento.

CURVE DI VISIBILITÀ: con questo termine si intendono le modalità in cui vengono portati alla luce alcuni contenuti visuali, sia in termini strutturali che funzionali. Il risultato è sempre il rendere visibile la struttura che sostiene la circolazione e ciò che effettivamente circola.

CURVE DI ENUNCIAZIONE: il risultato fruibile dell’operatività delle curve di visibilità porta alla luce una serie di enunciati, le cui modalità lessico-sintattiche rappresentano specifiche misture di sapere-potere. Tali misture vengono influenzate sia dagli obiettivi che dalla filosofia che sta alla base di chi gestisce le curve; questi ultimi possono essere apparati istituzionali, piattaforme digitali, agenzie pubblicitarie, organizzazioni, e così via.

Iconomania e iconomana

L’apporto della filosofia della tecnica di Günther Anders alla lettura delle trasformazioni urbanistiche di questo decennio, si riflette prima di tutto nella capacità dello stesso Anders di definire i significati delle relazioni tra natura naturale e natura tecnica. In questo senso, sulla scia de *La questione della tecnica* di Martin Heidegger (1953/2017), Anders identifica i nuovi scenari urbani come scenari tecnici e tecnologici in cui la natura naturale svolgerebbe il ruolo di enclave. **[FIG. 1]**

La configurazione degli spazi e la strutturazione del tempo sono questioni strettamente influenzate dall’evoluzione tecnologica della quarta rivoluzione industriale. Da *frame* a *frame*, l’uomo di oggi vive questo andamento cominciato con la fine delle grandi narrazioni; nella vita degli uomini, la caduta dei grandi ideali storici e simbolici ha segnato irrimediabilmente parole e concetti chiave come direzione, traiettoria, durata, intensità e chiarezza. La scarsità di orbite narrative solide non garantisce la stratificazione simbolica e, in questo senso, la Fondazione emozionale e sentimentale entra in una nuova fase omeoretica.

Simboli e immagini, oggi, raramente vengono decisi e veicolati da una catena di azioni pianificate; attualmente, è difficile farsi un’idea del tessuto storico-culturale di una popolazione osservandone il

centro città: Alexander Platz a Berlino si comunica visualmente in una maniera simile a Piazza San Marco a Venezia. ^{CD}

La cultura visuale, la sua disposizione nel paesaggio e la fruizione sia massificata che solistica, sono operazioni che spettano perlopiù a moda e pubblicità. Lo stile in cui tali contenuti vengono veicolati segue la teoria dei flussi di Arjun Appadurai (2001), che identifica nei seguenti cinque flussi automatizzati i canali in cui tali contenuti “viaggiano” e, continuamente, subiscono alterazioni. Il primo flusso riguarda i movimenti

^{CD} CARLO DEREGIBUS:

A me sembra in realtà che sia sovrastimato l'impatto dei media nell'urbanità rispetto al tema, specifico, della riconoscibilità dei luoghi. Nel senso che la sensibilità rispetto alle differenze ha maglie molto più larghe, ed è per questo che l'East Montage a Dalian viene, da moltissimi, vista “come” Venezia, cosa che ci pare inconcepibile solo perché non ammettiamo che, a un non esperto, la musica barocca, i quadri di paesaggi ottocenteschi, o le città medievali, sembrano sostanzialmente tutti molto simili tra loro. Le differenze sono cioè percettibili solo nel confronto tra una cosa che si conosce bene, magari la propria città, e l'alterità. Attribuire a uno sguardo esterno la medesima capacità introspettiva è però impossibile, e ce ne accorgiamo con l'intenzionalità da turisti. I cinque flussi descritti cioè non sono automaticamente prevaricanti perché veicolano immagini, ma quando i loro referenti – turisti, multinazionali ecc. – siano eccezionali o extra-ordinari, superando la miopia assimilante dello sguardo esterno.

[FIG. 1] Ozgu Ozden, senza titolo, Unsplash





[FIG. 2] Denys Nevozhai, senza titolo, Unsplash

di persone (*ethnoscapas*) costituito da turisti, immigrati, rifugiati e profughi. Il secondo riguarda la produzione e la distribuzione a carico delle compagnie nazionali e multinazionali (*technoscapas*). Il terzo, i flussi di moneta e il mondo finanziario (*finanscapas*). Il quarto i prodotti dei media comprese le reti telematiche (*mediascapas*). Il quinto e ultimo riguarda il flusso dei movimenti ideologici, dei simboli, e dei significati (*ideoscapas*). [FIG. 2]

A proposito delle direzioni non isomorfe, Appadurai evidenzia come vi sia una multicentralità dei flussi; essi tendono ad incrociarsi moltiplicando i centri e le periferie e generando nuove zone intermedie tra di essi. Questi flussi contribuiscono alla propagazione della disintermediazione del settore turistico, educativo, terapeutico, istituzionale, fino talvolta alle pratiche amministrative. Non si parla più di operazioni condotte in termini statici ma, in ogni campo, in termini processuali.

Adornare un paesaggio, oggi, significa inoltre seguire la logica del Sì impersonale heideggeriano (1927); le immagini e la loro disposizione, veicolata sia su superfici schermiche sia su pannelli pubblicitari, subendo l'influsso del quarto flusso automatizzato, porta a visione ciò che si deve notare, nella maniera che si deve mostrare. Lo stile è ancora una volta regolato dai trend nelle quantità e nelle qualità in cui viene messo in circolazione lungo le "maglie" delle piattaforme che costituiscono il *mediascapas*.

Per ritornare a Anders, i fenomeni delineati qui in precedenza contribuirebbero a continue variazioni della personalità dei soggetti fruitori, prima a causa della struttura stessa del mezzo veicolante e della sua insita potenzialità, poi della iconomania di cui gli apparecchi stessi soffrono (Anders 1956) e che oggi coinvolge anche ampi spazi e pareti dei paesaggi; questi apparecchi attraverso le loro superfici schermiche e queste zone di città costituite da pareti dedicate (concesse) alla trasmissione di materiale

pubblicitario, trasformano qualitativamente il tessuto storico-culturale e diventano a tutti gli effetti delle tecniche di coinvolgimento visuo-aptico. In questo senso Anders può parlare di continue variazioni di personalità, poiché, il coinvolgimento sensoriale, determina la formazione di specifici e talora inediti set comportamentali. Da qui, il passaggio da iconomania a iconomana.

La distribuzione del materiale visuale tra le pareti che adornano i paesaggi di città segue una logica simile a quella delle *filter bubble* che caratterizzano l'esperienza e la fruizione nelle bacheche virtuali. ^{FR} Si tratta di filtri che personalizzano la trasmissione dei contenuti a seconda degli interessi

^{FR} FEDERICO RUDARI

Trovo che nelle dinamiche relazionali che caratterizzano le bacheche virtuali ci sia uno stato di sfocatura intenzionale che determina una sostanziale differenza rispetto all'esperienza delle pareti dei paesaggi cittadini. Se pensiamo alle strutture e architettura dei social media, il consumatore è anche il prodotto, il posizionamento perde di valore diacronico (il prima e il dopo rispetto al momento di consumo, vedi il concetto di *présentisme* in François Hartog), così come privato e pubblico si scambiano e confondono, solo per fare alcuni esempi. Per questo motivo credo che nella distribuzione di tali materiali visuali cambiando il mezzo cambia strutturalmente anche la sua logica.

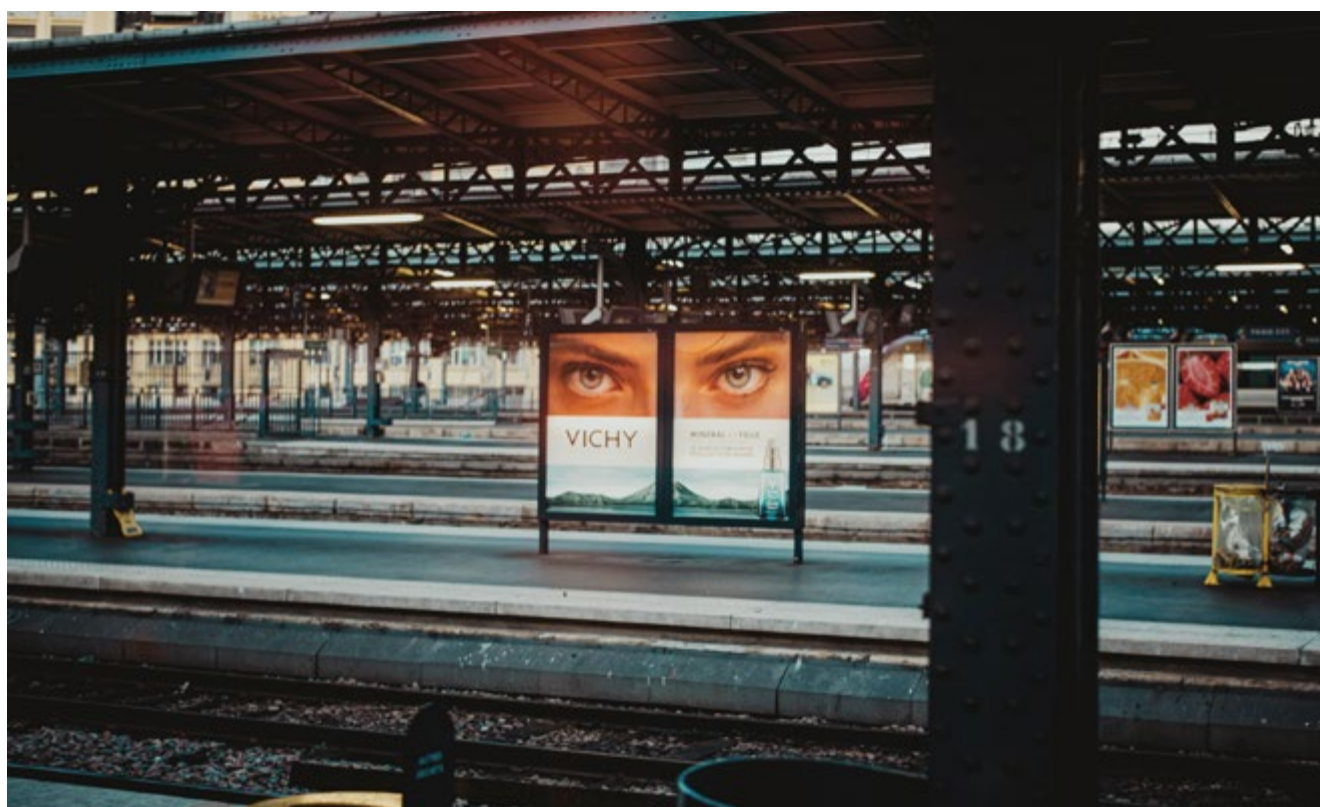


[FIG. 3] Silvia Micheli, senza titolo, Gizmo

(analizzati dagli algoritmi); tuttavia, gli algoritmi seguono a loro volta una linea di tendenza generalizzata e, per questo, ad emergere come prodotto visuale non sarà tanto ciò che viene preferito dal singolo ma ciò che viene preferito in termini di prossimità statistica alla media. E' per questo che in un luogo come Piazza San Marco a Venezia si possono incontrare dei riferimenti visuali molto simili a quelli di molte altre piazze europee; non solo, la trasmissione dei contenuti visuali non ha sempre come unico fine la moda e la pubblicità; sempre nel caso della città di Venezia vengono utilizzati i pannelli pubblicitari per ricoprire le facciate delle chiese durante il periodo della manutenzione; in questo senso, la pubblicità funziona con una doppia tecnica: da un lato, il mettere in mostra ciò che si deve notare, dall'altro l'oscuramento di ciò che non è utile vedere, ossia l'impalcatura. Moda e pubblicità, in questo esempio, agiscono alterando le curve di visibilità e le curve di enunciazione (Deleuze 1987) di un lato luogo del paesaggio, in questo caso di città. Agire in termini di alterazione della visibilità significa portare ad un livello di luce diverso la zona coinvolta nei lavori di restauro; la facciata verrà oscurata per un certo tempo e al suo posto i cittadini e i passanti si abitueranno ad un'altra visuale; per quanto riguarda i viaggiatori, ricorderanno e fotograferanno il luogo per come si mostra nelle sue sembianze momentanee, facendo circolare nei canali costituenti la *mediascapes* un paesaggio nella sua sostanza, per così dire, secondaria. [FIG. 3]

Tuttavia, è indispensabile rilevare che, una volta concessa la disponibilità di una certa parete di città ad una agenzia pubblicitaria o più generalmente ad un apparato istituzionale, essa è obbligata a segnalare (nella parte bassa del contenuto visuale) che la stessa pubblicità è impegnata nel sostentamento economico del restauro.

[FIG. 4] Aleks Marinkovic, senza titolo, Unsplash



Questo, però, non cambia il risultato in termini di percezione e di ecologia visuale. Anche se la pubblicità stessa risulta utile e talora fondamentale per il mantenimento di un edificio storico, più o meno rilevante nel contesto della città, comunque non rende immune l'alterazione contenutistica dei messaggi visuali e degli enunciati insiti in essi. Con questa ultima affermazione sosteniamo che la scelta di posizionare o non posizionare una nuova configurazione visuale (nel caso delle chiese, tendenzialmente nella facciata), unita alla scelta di cosa e in che modo testimoniare il contenuto, avvia la trasmissione di una catena significativa irrimediabilmente differente rispetto alle catene significanti precedenti. Non stiamo immaginando una regressione, non si tratta, in questa sede, di stabilire se moda e pubblicità aggravano la condizione ecologico-visuale e morale della popolazione in cui i contenuti visuali vengono alterati (La Cecla 1993). Si tratta di constatazioni enucleate dall'osservazione e strutturale e funzionale di alcuni luoghi. [1]

Nondimeno, ci teniamo a precisare che l'utilizzo di muri, schermi, pannelli pubblicitari, scocche di mezzi pubblici e, più generalmente, ogni tipo di supporto utilizzato come dispositivo di circolazione pubblicitaria nel momento stesso in cui concentra le sue forze per diffondere un contenuto di tendenza, contemporaneamente innesta una certa variazione storico-culturale. In altre parole, il fenomeno di cui sopra, riteniamo debba essere colto come fenomeno non neutrale e trasformativo della cultura stessa (Severino 2021). Per quanto esso sia generalizzabile in quanto fruibile in molte località del mondo, distribuite in tutti i continenti, non significa che non abbia in sé un quantitativo simbolico reagente al simbolico collettivo già in circolazione. Gli sviluppi per il singolo e per la collettività, in termini morali e di ecologia visuale, invece, sono un discorso differente che deve essere affrontato in un'altra sede – ci limiteremo ad accennare alcune caratteristiche di questo secondo discorso nel successivo paragrafo, quando prenderemo in esame la gestione di alcuni spazi nella città di Venezia.

Considerato lo scenario contemporaneo precedentemente delineato, Anders può indicare come conseguenza una mutazione antropologica in dieci punti (1956). Tra questi, il punto nove risulta particolarmente centrale nella nostra discussione. Esso recita: se l'originale si conforma alla riproduzione, allora l'avvenimento è per diventare matrice della riproduzione. In questo senso, la catena di operazioni di ornamento tecnico/tecnologico di un paesaggio altera qualitativamente le possibilità schiuse dal luogo stesso; non solo, provoca delle variazioni in termini di sensazione/percezione dei soggetti coinvolti nel paesaggio. Ad essere fruite sono perlopiù delle rappresentazioni bidimensionali, distribuite nello spazio tridimensionale; in una certa misura, tali rappresentazioni influenzano la percezione avviando molteplici transfigurazioni prospettiche: non più, solamente, relazioni con corpi e avvenimenti tridimensionali, ma anche e allo stesso tempo con corpi e avvenimenti appiattiti, purtuttavia circondanti il soggetto-fruitor. [FIG. 4]

La nascita, la morte e la scomparsa di specifiche rappresentazioni, pur configurandosi come occupanti degli spazi solidi di un paesaggio, non sono soggette alle decisioni del paesaggio stesso. Esse, nei loro tre tempi, vengono regolate dalle strutture di circolazione della

[1] Si fa riferimento a una lunga lista di città, dove negli ultimi decenni si rilevano intensi cambiamenti urbanistici e socio-culturali; tra queste: Venezia, Marrakech, Lagos, Nairobi, Istanbul, Tel Aviv, Bukhara, Samarcanda, Bangkok, Phnom Phen, Kuala Lumpur.

mediascapes. In una certa misura, allo spazio reale costituito da erba e cemento, si sovrappone lo spazio regolato da un invisibile elettronico e semi-automatizzato.

Quale fenomeno rileva Anders, come conseguenza dell'esposizione quotidiana alla moltitudine di immagini nel proprio domicilio e nel paesaggio pubblico? Per il filosofo è un sentimento, che chiama *familiarizzazione del mondo* (Anders 2007, 113). La connessione implicita tra paesaggi, attraverso le reti elettroniche, facilita la stabilizzazione del set di immagini e delle possibilità immaginali. I soggetti fruitori si ritroverebbero nella condizione di confidenza verso gli altri, i luoghi e le situazioni; condizione schiusa dal senso di familiarità delle immagini e veicolate nei propri dispositivi, sia di stazionamento come la televisione che altamente portabili come gli smartphone, e dispiegate nel paesaggio.

Un'azione visiva familiare, del tipo appena delineato, riteniamo possa venire identificata come tecnica di semplificazione delle versioni del mondo (la prossimità alla media di cui parlavamo in precedenza), che agiscono in un dato scenario storico-culturale; non solo, potrebbe persino agire come tecnica di semplificazione del quotidiano personale: una limitazione dell'operatività di *tyche* su *automaton*.

Dispiegare il già-conosciuto, ossia il già-visto nei suoi vari formati circolanti, ancora una volta, ci appare come lo scenario contemporaneo della gestione delle curve di visibilità e delle curve di enunciazione.

Guardare Venezia con Debord e Severino

Evidentemente, Venezia non è l'unica città dove negli ultimi anni si assiste ad una evoluzione dell'operatività del binomio iconomania/iconomana. Tuttavia, questo paragrafo vuole essere un tentativo di lettura di alcuni spazi della città lagunare, facendo reagire le tesi sullo spettacolo di Guy Debord (1967) con le riflessioni teoriche su tecnica e architettura di Emanuele Severino (2021).

Venezia, trovandosi sull'acqua ed essendo collegata alla terraferma da un unico ponte (il *Ponte della Libertà*), non ha possibilità in termini di estensione. Lo sviluppo della città è sempre uno sviluppo nelle posizioni occupate da elementi che già esistono. Nondimeno, i circuiti di passeggio non possono subire drastiche variazioni: anche essi rimangono tendenzialmente fissi. Sì, storicamente è possibile rintracciare delle variazioni qualitative del paesaggio che sono andate ad assommarsi ai percorsi già esistenti, tuttavia, ancora una volta, non si tratta di operazioni estensive; a tal proposito possiamo citare due esempi: il primo, del XIX secolo, con l'interramento di molti rii da parte degli austriaci, per facilitare il trasferimento delle merci che giungevano attraverso le navi; il secondo, più recente, riguarda la costruzione del ponte di Calatrava, che collega Piazzale Roma con la Stazione dei treni.

Considerata tale configurazione della città, chiusa entro le sue caratteristiche più o meno uniche al mondo, negli ultimi decenni le scelte di promozione e cura hanno perseguito una filosofia di implementazione a macchia di leopardo; in altre parole, Venezia si ritrova ad essere una città conosciuta e vissuta soprattutto in quelli che sono i tragitti turistici. Esiste una significativa differenza, in termini qualitativi, del modo in cui si presenta la città in questi tragitti rispetto a quelle che oggi sono le zone

periferiche, ma che fino a tre decenni fa venivano considerate le zone in cui la tradizione si esprimeva ancora in maniera vitale. [FIG. 5]

I percorsi turistici, che oggi sono la città, sono essenzialmente tre: dalla Stazione S. Lucia al sestiere di Cannaregio, dalla Stazione S. Lucia a Rialto, da Rialto a Piazza San Marco. In questi percorsi, la strutturazione dello spazio persegue le logiche che abbiamo illustrato nel capitolo precedente. Il fenomeno binomiale iconomania/iconomana, in questo momento, a Venezia, si esprime soprattutto attraverso tre pratiche: a) il coinvolgimento visuale dato dai pannelli pubblicitari e dalle superfici schermiche; b) il coinvolgimento visuo-aptico dei dispositivi personali; c) l'apertura degli antichi edifici e ville come sedi collaterali della Biennale di Arte e Architettura: i piani vengono utilizzati per le mostre, ottenendo ad ogni stanza un intreccio tra antico (dei muri) e contemporaneo (fotografie, superfici schermiche, proiezioni). Non solo, per quanto riguarda il punto c), ogni stanza è talvolta suddivisa in tre esposizioni differenti, una per parete:

Là dove il mondo reale si cambia in semplici immagini, le semplici immagini divengono degli esseri reali, e le motivazioni efficienti di un comportamento ipnotico. Lo spettacolo, come tendenza a *far vedere* per il tramite di diverse mediazioni specializzate il mondo che non è più direttamente coglibile, trova naturalmente nella vista il senso umano privilegiato che in altre epoche fu il tatto; il senso più astratto, e più mistificabile, corrisponde all'astrazione generalizzata della società attuale. Ma lo spettacolo non è identificabile al semplice sguardo, sia pure combinato con l'ascolto. È ciò che sfugge all'attività degli uomini, alla riconsiderazione e alla correzione della loro opera. È il contrario del dialogo. Ovunque vi è rappresentazione indipendente, lo spettacolo si ricostituisce. (Debord 1967/2004, 58)

In effetti, con Debord, possiamo parlare di spettacolo integrato perché i soggetti fruitori stessi, trovandosi di fronte o circondati dalle immagini, hanno la possibilità di sentirsi chiamati (coinvolti) nell'estendere a loro volta le immagini stesse verso altre terminazioni capillari della 'maglia' di circolazione. In altre parole, immersi nell'esperienza, registrano e veicolano a loro volta un contenuto che già in partenza è stato registrato e veicolato. Il soggetto ha la possibilità di duplicare il già duplicato che si trova appresso; ed è la possibilità stessa della duplicazione che si configura come chiamata, che è determinante nella scelta tra la contemplazione e la transfugazione verso la registrazione.

Lo spettacolo integrato, come risultato di questa messa in circolazione che può essere garantita da ogni nodo singolare della maglia (da ogni soggetto che ne ha la possibilità tecnica/tecnologica), sintonizza la percezione del mondo reale su di una frequenza il cui contenuto è perlopiù *mediato*. La traduzione di un fenomeno reale in virtuale, da materialità tridimensionale a bidimensionale, porta in scena ciò che non è presente, eppure c'è: una catena di assenze che, tanto quanto le presenze, costituiscono e segnano il tessuto socio-culturale di un paesaggio. Anche la traduzione di un fenomeno reale tridimensionale in fenomeno virtuale tridimensionale, come nel caso di Oculus, è pur sempre un'esperienza di assenze sostanzialmente differente dalla stessa esperienza nel mondo reale: attraverso Oculus, la visita della Basilica di San Marco non prevede le ore di coda all'ingresso, i sistemi di sicurezza, il pagamento del ticket di

ingresso, gli inciampi a causa di alcuni dissesti del pavimento, la scarsa illuminazione di alcuni antri che non garantisce la piena fruizione delle opere; non solo: attraverso Oculus, che garantisce una esperienza che è stata privata preventivamente di tutti gli stimoli irrilevanti, non corriamo il rischio di essere sporcati dai piccioni (rischio reale a Venezia) e, qualora venisse programmata una esperienza nel medesimo luogo e che prevede la presenza di piccioni a loro volta programmati per sporcare le persone in coda, il residuo non avrebbe odore.

Tornando al fenomeno della fruizione dei contenuti mediati dispiegati nel paesaggio, in *Warped Space*, Anthony Vidler (2002) dimostra come l'interesse contemporaneo nel campo dell'arte e architettura sia completamente assorbito dal tema dell'*informe*. Data la capacità dell'apparato tecnico e tecnologico e considerata la mutazione dell'ambiente di natura naturale ora enclave dell'ambiente tecnico, la propensione odierna è quella di uno spazio che deve essere «fluido, scorrevole, sottile e ibrido, [in accordo con la] tendenza globale, sostenuta dall'imponente apparato tecnico dei media, del virtuale, del cinema, dell'arte in genere» (Severino 2021, 22-23).

La tecnica, con Severino, consente di portare le cose a *divenir altro*. Le apparecchiature garantiscono questa mutazione e la quantità di variazioni di ogni cosa dipende sempre dal livello dell'apparato tecnologico. Nonostante questo programma, nella società dello spettacolo integrato, ogni variazione dell'oggetto (del prodotto, dell'esperienza pubblicizzata) viene cerimoniosamente presentata come la singolarità decisiva (Debord 2004, 84). Questa qualità viene mantenuta fintantoché l'oggetto compare nelle forme e nei supporti che ne garantiscono il dispiegamento nel paesaggio, nei luoghi della vita sociale. Nel momento in cui esso viene portato a domicilio, progressivamente è destinato ad entrare nelle dinamiche dell'abituazione. [FIG. 6]

Inserite nella logica del *divenir altro*, le cose, inoltre, cambiano facilmente di posizione e di funzione; vengono “catturate”, nella loro forma commerciale, in ambienti in cui sono desiderate e sfruttate, fino appunto all'asetticità; tuttavia, per il tempo in cui hanno stazionato a domicilio (o in ambienti pubblici), ne influenzano la scansione temporale dettata dalle logiche preventive che soggiacciono al loro utilizzo, e la strutturazione dello spazio alterandone la disposizione. Un classico esempio lo ritroviamo ne *L'uomo è antiquato* di Günther Anders (1956-2007), in cui l'autore descrive gli anni in cui il televisore è entrato nelle case, alterandone non solo le abitudini ma anche la posizione di stazionamento, le traiettorie degli sguardi tra familiari, e le relazioni interpersonali. Infatti, il tavolo non è più centro gravitazionale della vita familiare, geometria che garantisce una serie di modi di guardarsi e parlarsi; oggi, è cambiata la dinamica di stazionamento: la famiglia si ritrova di fronte al televisore o fruisce solisticamente, in camere diverse, lo stesso contenuto.

In una certa misura, possiamo affermare che la città e la casa hanno due facce: una materiale, reale, rappresentata dalla struttura e dall'aspetto della città stessa; l'altra mentale, incarnata nelle rappresentazioni artistiche, letterarie e teoriche della città; ciononostante è importante sottolineare che la faccia materiale è figlia di quella mentale,

giacché la configurazione di un edificio dipende non solo da ciò che l'architetto o l'urbanista ha voluto costruire – per esempio un tempio o un mercato o una

macchina per abitare -, ma, anche, e soprattutto, da ciò che egli ritiene che siano e di quali valori ritiene che siano espressione un tempio, un mercato, una macchina abitativa. (Severino 2021, 150-151)

In accordo con Debord, e ritornando alla città di Venezia, il fenomeno della circolazione di materiale visuale non coinvolge solamente i prodotti; nella tesi 168, Debord (1967/2004) parla di un sottoprodotto della circolazione delle merci, il turismo, che si riduce in alcune città nell'*andare e vedere* il modo in cui i prodotti vengono presentati nella loro organizzazione economica materiale. Anche per questo sottoprodotto il movimento oscilla dalla città alla casa (all'albergo), dalla frequentazione dei posti in cui sono dispiegate o stoccate le cose, fino al momento del rientro nei luoghi in cui *si* deve alloggiare (di nuovo, per queste città a misura di soggetto-passeggero, la tendenza è il perseguimento del Sì impersonale heideggeriano).

Nei *Commentari* del febbraio-aprile 1988, al capitolo II, Debord afferma che «lo spettacolo ha continuato a consolidarsi ovunque, cioè ad estendersi alle estremità da tutti i lati, e al tempo stesso ad accrescere la sua densità al centro» (Debord 2004, 190); se utilizziamo questo passaggio per leggere i tre percorsi della città di Venezia citati in precedenza, rileviamo ancora una volta l'esistenza di tragitti nei quali la varietà di stimoli e di prodotti che si incontrano, reali e virtuali, sembra indicare ai soggetti di passaggio di trovarsi in zone ad alto grado di libertà, familiarità, agiatezza, confidenza. Non solo: l'impressione è quella di essere nel fulcro dell'intera città. In effetti, il modo in cui sono adornati i tragitti, e le offerte dispiegate, risponde coerentemente all'immaginario della città sviluppato e circolante nelle piattaforme della *mediascapes*. Tuttavia, questa concentrazione di merce e uomini lungo questi percorsi – come linee di forza – sottraggono alle altre zone la possibilità di essere frequentate e conosciute; riducono, in sostanza, la possibilità di svilupparsi un'idea della città nella sua complessità.

Questo fenomeno di densificazione oggettuale ed esperienziale, dà vita ad un ibrido filosofico-urbanistico descritto nel capitolo XXIX dei *Commentari* debordiani:

Una legge generale del funzionamento dello spettacolo integrato, almeno per coloro che ne gestiscono la direzione, è che, in questo ambito, tutto ciò che si può fare deve essere fatto. In altre parole ogni nuovo strumento deve essere utilizzato, a qualsiasi costo. L'attrezzatura nuova diventa ovunque il fine e il motore del sistema; e sarà l'unico a poter modificare in modo considerevole il suo andamento, ogni volta che il suo uso si sarà imposto senza altre riflessioni. (Debord 1967/2004, 241-242)

Note conclusive

Nelle sezioni precedenti abbiamo proposto la lettura della distribuzione delle immagini e delle superfici veicolanti il visuale nello spazio, attraverso l'iconomania e l'operatività dell'iconomana. Nelle note conclusive cercheremo di sviluppare una riflessione che vuole essere un contributo all'etica della distribuzione di contenuti visuali nello spazio urbano.

Mediare nello spazio significa far giungere, laddove di per sé non giunge, il fantasma, la rappresentazione, di un prodotto, di un evento o di un fenomeno. Facente parte delle pareti, questo fantasma si trova integrato agli edifici; altresì, potremmo dire che si trova in stato di erogazione nel paesaggio.

Nel momento in cui sovrapponiamo al paesaggio la dimensione mediale, fino al punto di integrazione, dobbiamo interrogarci della necessità di costruzione di una cura mediale, ossia una cura del paesaggio attrezzato. Negli ultimi decenni, la cura del paesaggio è ancora di più una cura nel senso ambientale, nelle sue componenti strutturali e funzionali, ecosistemiche. Tuttavia, oggi, gli artefatti dispiegati nelle città non provocano più curiosità e sorpresa: sono entrati nella condizione di familiarità e, proprio per questa condizione, riteniamo utile avviare la riflessione teorica sulle pratiche della gestione di questo secondo paesaggio.

Evidentemente, il primo livello di cura mediale deve agire avendo come fuoco dell'attenzione la sostenibilità energetica. Nel 2019 alla Biennale d'Arte di Venezia, il padiglione dell'Irlanda ha suscitato un certo interesse nei visitatori mettendo in scena la situazione, dello stato di allora, dei server presenti nel territorio irlandese. La scena era costituita da un grande server, ricco di fenditure provocate dal fuoco che più volte ne ha bruciato e compromesso la struttura; sia all'esterno che all'interno un numero sproporzionato di ventilatori, che avevano il compito di mantenere ad una temperatura ideale i macchinari all'interno, indispensabili per garantire la veicolazione dei dati. Il senso dell'opera voleva considerare



[FIG. 5] Birger Strahl, senza titolo, Unsplash



[FIG. 6] Thanongsak Kongtong, senza titolo, Unsplash

166

[FIG. 7] Davide Ragusa, senza titolo, Unsplash



l'inquinamento provocato dai dati stessi, che necessitano di sistemi di ventilazione sempre più potenti e innovativi, rendendo prima di tutto insostenibile la gestione delle strutture fisiche dei server, fino alla compromissione del territorio circostante. La necessità di aumentare la potenza e l'efficacia della ventilazione è data nondimeno dalla sostanza più visuale che alfabetica dei contenuti mediali, una sostanza che richiede una mole di 'peso' elettronico decisamente superiore soprattutto se pensata moltiplicata per tutti i dispositivi attivi presenti nelle famiglie.

Il secondo livello, invece, deve agire tenendo presente una certa *capacità di scelta*: ci si riferisce alla necessità odierna di saper scegliere quando e perché è o non è necessaria l'implementazione di un apparato mediale in uno spazio specifico.

Con una attenzione ad entrambi i livelli, l'adornamento e l'equipaggiamento di un ambiente avrebbe come conseguenza la realizzazione di un paesaggio rispondente, vivo e rivolto alle necessità multistratiche, ossia di tutto l'ecosistema. Se la logica attuale persegue la possibilità – attrezzo perché posso –, la logica della capacità di scelta si configura sia a livello biologico che sociale, per garantire degli spazi facilitanti la convivialità delle specie.

Se il primo livello che abbiamo identificato si pone in accordo con il classico concetto di sostenibilità, discusso nei tavoli della comunità scientifica e nondimeno nell'Enciclica *Laudato si'* di Papa Francesco, il secondo livello chiama in causa l'educazione alle scelte e la capacità di immaginare un tempo futuro credibile e alternativo. Si tratta di sviluppare un percorso che non abbia come fattore determinante la presenza delle apparecchiature necessariamente più innovative. In questo senso, l'apparecchiatura ultima in termini di novità offerta dal mercato, non è detto diventi l'apparato tecnologico migliore e rispondente nella maniera più efficace alle necessità di uno spazio; la novità informa solamente della condizione di possibilità di erogazione di una data società in un dato momento storico. Oggi, invece, la novità tecnologica si dispiega negli spazi avviando l'operatività del Sì impersonale heideggeriano, forgiando la familiarizzazione del mondo; l'alternativa al sì, capace di sedimentarsi tra le pratiche e i set comportamentali, passa irrimediabilmente per la configurazione del secondo paesaggio (mediale) non ricco in termini di innovazione ma vivo, rispondente, relazionale. **[FIG. 7]** Una sostenibilità relazionale, con al centro una domanda: questo equipaggiamento è necessario? Se sì, per quale ragione lo è in questo paesaggio?

Intendiamo questa domanda avendo ben presente la riflessione in merito alla collaborazione e al rispetto tra specie; la lezione contemporanea della bioispirazione e della biomimetica invita a pensare gli ambienti, gli oggetti e i comportamenti stessi come favorenti o compromettenti la vita sociale della nostra e delle altre specie. Una prospettiva di allargamento del proprio ambiente, riteniamo debba necessariamente prendere in considerazione chi altro, in quel medesimo ambiente, vive e ha instaurato una certa modalità di costruzione delle proprie zone di vita. Per questo, una attenzione distribuita alle modalità utilizzate dalle altre specie non solo informa del territorio in cui entrambi viviamo, ma può fornire indicazioni cruciali alle scienze umane fino all'urbanistica e all'architettura. In questo senso, la risposta alla domanda "questo equipaggiamento è necessario?" raccoglie in sé il senso della cura ecosistemica. Per questo, in

alcuni paesaggi, la risposta alla domanda potrebbe essere “no”. Tuttavia, siamo consapevoli che una tale condizione prevederebbe una mistura differente da quella attuale di politica ed economia: la seconda, di tanto in tanto, al servizio della prima. ^{CD}

^{CD} CARLO DEREGIBUS:

Benché convinto di molte delle tesi del testo, non credo che il termine “necessità” sia quello corretto, a meno di non voler rimanere in un discorso utopico. In senso sistemico, è evidente che le immagini sono necessarie, il punto è “a chi” – al mercato, certamente, ma anche agli edifici restaurati, ad esempio. Inoltre, l’ipotizzata opposizione tra politica e economia richiederebbe che la prima sia estranea e superiore alla seconda, condizione impossibile non solo dal neoliberalismo imperante, ma anche nei totalitarismi o nelle monarchie assolute. In ultimo, i valori di sostenibilità, scelta, democrazia, non sono valori altrettanto globalizzanti e retorici delle immagini? Porterebbero nuovi significati – forse – ma sarebbero questi più affini al “tessuto storico-culturale di un luogo”?

ENRICO ORSENIKO, MARIA VALENTINI, MICHELA BONGIORNO
È una domanda difficile da esaurire, anche se rendere più vivibile un paesaggio, a misura di uomo o ancor meglio di cittadino, forse offrirebbe qualche propulsione in più nella costruzione di spazi dedicati alla convivialità. Lo sappiamo: un tessuto storico-culturale non è qualcosa, ma è un processo. In quanto processo è costitutivamente sottoposto alle influenze di chi ci vive (ovviamente, nel bene e nel male). Ma una città come Venezia è anzitutto sottoposta alle influenze di chi ci passa e in particolare turisti e... immagini. Questo, ma evidentemente non solo questo, contribuisce tuttora alla vertiginosa diminuzione dei residenti, che sfiora ormai quota quarantottomila. Non possiamo che ringraziarla ancora per averci offerto questi ulteriori spunti; ne faremo tesoro per un futuro lavoro.

Bibliografia

- Albarea, R. & Orsenigo, E. (2020). Educazione e Post-Democrazia. *IUSVEducation*, 14, 8-33.
- Anders, G. (1956/2007). *L'uomo è antiquato. I. Considerazioni sull'anima nell'epoca della seconda rivoluzione industriale*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Appadurai, A. (2001). *Modernità in polvere*. Roma: Meltemi.
- Augé, M. (1992). *Non-Lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris: Seuil.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Paris: Galilée.
- Calvino, I. (1988). *Lezioni americane. Sei proposte per il nuovo millennio*. Milano: Garzanti.
- Debord, G. (1967/2004). *La società dello spettacolo*. Milano: Baldini Castoldi Dalai.
- Deleuze, G. (1987). *Foucault*. Milano: Feltrinelli.
- Diotto, C. (2022). *Formare per trasformare. Per una pedagogia dell'immaginazione*. Milano-Udine, Mimesis.
- Foucault, M. (1975). *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*. Torino: Einaudi.
- Heidegger, M. (1927/2005). *Essere e tempo*. Milano: Longanesi.
- Heidegger, M. (1953/2017). *La questione della tecnica*. Firenze: goWare.
- Illich, I. (1973). *Tools of Conviviality*. New York: Harper & Row.
- La Cecla, F. (1993). *Mente locale*. Milano: Elèuthera.
- Orsenigo, E. (2023). Società automatica e sostenibilità relazionale. *Culture della sostenibilità*, 32, 183-197.
- Severino, E. (2021). *Tecnica e architettura*. Milano-Udine: Mimesis.
- Stiegler, B. (2019). *La società automatica. L'avvenire del lavoro*. Milano: Meltemi.
- Vidler, A. (2002). *Warped Space: Art, Architecture, and Anxiety in Modern Culture*. Massachusetts: MIT Press.