

RECENSIONI

Jason Farman, *Mobile Interface Theory. Embodied Space and Locative Media*, Routledge, London, 2012.

Sono le pratiche che generano, e non gli strumenti sui cui si basano, a definire i media mobili. A partire da questo assunto, Jason Farman ricostruisce una genealogia e una teoria delle interfacce mobili che si serve dei media locativi come esempi attuali del rapporto fra *site-specificity*, corporeità e tecnologie. Il libro inizia dall'elaborazione di una definizione operativa e situata di corporeità che verte sulla nozione di *sensory-inscribed body* come corpo sensorialmente percettivo e culturalmente iscritto. Rifacendosi alla tradizione fenomenologica, soprattutto attraverso la rilettura di Heidegger proposta da Casey, e ibridandola con la lezione poststrutturalista di Derrida, Farman immagina un corpo che non esiste separatamente dallo spazio che abita, ma che si attualizza attraverso diverse interfacce mediali nello spazio ibrido. Ogni pratica spaziale incarnata è un'esperienza culturalmente e socialmente specifica che diventa leggibile, secondo Farman, solo facendo riferimento alla nozione fenomenologica di percezione e sensorio come fondamentalmente intersoggettivi. Al di là della rischiosa distinzione tra spazio e luogo che percorre il libro, legata al costante riferimento a Casey, non è ben chiaro quale sia il passaggio teorico che riconduce l'autore da Hayles a Merleau-Ponty ed Heidegger per definire il rapporto con il mondo in termini di relazionalità, data la permanenza, nella teoria fenomenologica, di una forte nozione di soggetto, di cui invece ambiti come l'actor-network theory (ANT) o la teoria non rappresentazionale mostrano l'inadeguatezza proprio in discorsi come quelli sui media locativi. Ancor più dal momento che questa nozione incarnata di soggettività accomuna sia l'uso consapevole che quello preconsco degli strumenti tecnologici, trovando espressione nei modi di iscrizione delle interfacce mobili e nelle loro più o meno trasparenti forme di mediazione (stupisce che non vi sia alcun riferimento alle teorie suddette nemmeno quando Farman cita Massumi per parlare di propriocezione e "affetto").

Al di là di questi passaggi teorici nella parte introduttiva e nel primo capitolo, tuttavia, il libro offre una panoramica chiara e documentata della reciprocità fra media mobili, collocazione e costruzione nello/dello spazio, e forme di interazione

Sociologia della Comunicazione 44, 2012

Copyright © FrancoAngeli

N.B: Copia ad uso personale. È vietata la riproduzione (totale o parziale) dell'opera con qualsiasi mezzo effettuata e la sua messa a disposizione di terzi, sia in forma gratuita sia a pagamento.

sociale. Nel secondo capitolo si discute l'annoso rapporto fra rappresentazione ed esperienza dello spazio, di cui la fluidità delle interfacce mobili mette pienamente in luce le dinamiche di co-costruzione. Tutte le pratiche di mappatura si caratterizzano per una specificità sociale e culturale, nonché per una componente ideologica, che opere come *San Francisco↔Baghdad* di Paula Levine (2010), o le forme di *crowdsourced mapping* usate nelle situazioni di crisi – per esempio da Ushaidi dopo il terremoto di Haiti nel 2010 – mettono molto bene in evidenza. Il terzo capitolo è dedicato a tutte quelle pratiche locative che implicano la comunicazione della posizione attraverso il *check-in*, nelle quali si evidenzia al massimo grado, secondo Farman, il carattere di reciprocità dell'esperienza spaziale incarnata, una dinamica di lettura-scrittura circolare basata sulla visibilità del proprio posizionamento per l'altro e sul riconoscimento dell'altro come altrettanto posizionato. In questo contesto, l'autore propone la propria idea di interfaccia come insieme di relazioni prodotte dal *sensory-inscribed body*, nelle sue parole, "il nesso della produzione incarnata dello spazio sociale". Lo strumento mobile non è dunque in sé un'interfaccia, ribadisce Farman, ma lo diventa nel momento in cui si fa luogo della performatività dei corpi nello spazio.

Il successivo capitolo discute la dinamica immediatezza/ipermidiazione nei giochi locativi, quali per esempio il *geocaching*, auspicando l'apertura di uno spazio critico per l'audience nella resistenza all'immersione totale negli ambienti ludici ubiqui, una sorta di alienazione brechtiana attraverso cui leggere il rapporto ibrido fra ambito del gioco e spazio "reale". Tema del quinto capitolo, fra i più interessanti e ricchi di spunti del libro, è la nozione di interazione mediata in riferimento alla performatività delle relazioni *face-to-face* così come di quelle a distanza (spazio-temporale). Farman mostra come le tecnologie mobili abbiano profondamente mutato le categorie di presenza sincrona e assenza asincrona attraverso una serie di esempi che vanno dalle pratiche di *texting* alla danza (IntuiTweet, 2009) e alla mobile media performance (*Rider Spoke* di Blast Theory, 2007). Il quinto capitolo riguarda le forme di storytelling locativo e le iscrizioni dello spazio urbano legate ai media mobili, nelle quali convergono oralità e scrittura, esperienza personale e collettiva dello spazio, come nel caso delle narrazioni che animano l'esperienza di markup urbano di lavori come [*murmur*] (2003-2009). Nella conclusione, infine, dove riemerge (in modo non del tutto convincente) il ricorso teorico alla fenomenologia, Farman decostruisce un'altra delle concatenazioni concettuali più comuni legate ai discorsi sui nuovi media e sui media mobili, ovvero che movimento sia sinonimo di velocità e che la conseguenza logica di questo sia l'obsolescenza delle tecnologie. Criticando la posizione di autori come Rushkoff e l'ultima Turkle, Farman recupera allora la nozione heideggeriana di *dimora* come coinvolgimento attivo nell'ambiente circostante all'interno della quale anche la pausa diventa produzione di uno spazio altro per il *sensory-inscribed body*, che esperisce così diversamente il movimento.

Federica Timeto

Mauro Moruzzi, *Alta comunicazione. Aziende, fascicoli elettronici, emozioni e dematerializzazioni*, FrancoAngeli, Milano, 2012.

Il primo evidente merito di questo volume è la grande attualità del tema del tema di cui si occupa. Andando un po' oltre la terminologia di Moruzzi, riformulerai l'oggetto del libro come uno studio sulla rilevanza dell'Internet delle cose, della diffusione di modelli tipo social network, del cloud e delle reti semantiche (web 2.0, o 3.0 e oltre) per la definizione e il modo di lavorare delle organizzazioni. Il lavoro dell'autore (inventore del CUP, sistema elettronico di accesso alla sanità, e Direttore Generale di CUP 2000 SpA) lo porta inoltre a presupporre l'interessante distinzione tra le organizzazioni di tipo economico e le organizzazioni che operano nel settore pubblico. Nei due ambiti si realizzano dei modi di elaborare le informazioni e delle modalità di rapporto con il pubblico molto differenti, e questo evidenzia degli aspetti di grande interesse, in particolare in un settore ad alta densità sociale e organizzativa come la cura della salute.

Il testo si basa sul concetto centrale di Alta Comunicazione, che secondo Moruzzi porta a una nuova forma di gestione dei confini del sistema, in particolare nei confronti del suo ambiente di senso (psichico e comunicativo) – con l'interessante “allegato” dei corpi connessi ai sistemi psichici, che sono ovviamente centrali per l'ambito sanitario. Una delle conseguenze dall'elevata intensità della comunicazione in rete è la molto discussa *personalizzazione*: il passaggio a un modello di pubblico molto più attivo e propositivo (oggi si dice proattivo), che sembra mettere in discussione la distinzione tra interno ed esterno della teoria dei sistemi. Niklas Luhmann, autore molto citato e molto usato da Moruzzi, sostiene addirittura che le persone (come coscienze e come corpi) sono definitivamente all'esterno dei sistemi sociali, quindi anche all'esterno delle organizzazioni. Come si devono considerare allora questi partecipanti sempre più attivi – i *prosumers* nelle aziende di consumo, i *pro-users* nel settore pubblico analizzato da Moruzzi? Si può ancora mantenere una distinzione così netta? O il “fuori” entra dentro e opera nel sistema, e viceversa?

A partire da questi interrogativi, Moruzzi sviluppa una complessa disamina del ruolo e delle trasformazioni delle organizzazioni. Nella tradizione sistemica le organizzazioni sono considerate costituite da comunicazioni, in cui le persone non possono intervenire direttamente (solo la comunicazione comunica). Le persone sono ovviamente fondamentali come presupposti e come costante fonte di irritazioni, ma il riferimento alle loro operazioni e alle loro informazioni (se non addirittura alle loro intenzioni) non consente di spiegare le forme e il senso delle organizzazioni. Ora invece Moruzzi propone la forma della Hub-organizzazione (p. 111) che gestisce i flussi comunicativi: una sorta di snodo e di smistamento tra dati e informazioni sempre più difficili da collocare univocamente all'interno o all'esterno del sistema – o forse in entrambi i posti, in un complesso gioco di feedback e di “retro-organizzazione”.

L'aggancio con le tendenze recenti della comunicazione digitale è evidente e molto stimolante: si parla di intelligenza collettiva (e Moruzzi la riprende) e di Web

intelligence, in una forma del tutto nuova di costruzione del futuro. Queste trasformazioni portano a porre in forma nuova anche un vecchio enigma: come faccio a costruire un futuro aperto, cioè a condizionare con le mie decisioni qualcosa che non conosco e che mi affascina proprio perché è imprevedibile?

Moruzzi parte dal concetto di informazione e dal suo rapporto con la disponibilità di dati. I dati non sono informazioni. Le informazioni devono sempre essere riferite a sistemi, per i quali alcuni dati sono o non sono informativi, o sono informativi in modo molto diverso. Ma il punto è sempre lo stesso: di quali sistemi si tratta? Come operano le informazioni nei sistemi organizzativi?

Nelle organizzazioni si osserva oggi quella che Moruzzi chiama la forma inedita dell'azienda atomica, in cui si attua una "comunicazione potenziata" (cap. 10): un esempio significativo è il servizio CUP 2000 a Bologna, che realizza una forma di organizzazione a matrice e ottiene un'inedita flessibilità e porosità dei confini tra interno ed esterno. Le considerazioni di Moruzzi richiamano le riflessioni molto attuali delle più recenti tendenze della teoria dell'organizzazione, che raccomandano la capacità di realizzare un "sense of dissonance" (David Stark) e una forma di controllo flessibile – in pratica una specie di controllo della rinuncia al controllo, che consente all'organizzazione di apprendere dall'esperienza fino a modificare anche le proprie strutture. Sempre Stark riprende il concetto di Eterarchia (che risale a Warren McCulloch ed era già stato trattato da Luhmann) come evoluzione e decostruzione della gerarchia – non il rifiuto della gerarchia, ma la presenza contemporanea di più gerarchie non coordinate tra di loro, che non si possono sostituire l'una all'altra ma si integrano reciprocamente.

Questo consente anche di considerare modelli sempre più diffusi come il cloud – nei termini di Moruzzi: «l'azienda si scioglie nelle rete» (p. 204). E allora evidentemente è sempre più urgente il problema da cui era partito Moruzzi: come si fa a decidere che cosa sta dentro e che cosa sta fuori da questo confine "sciolto"? E che rapporto c'è tra le comunicazioni, le coscienze e gli altri "attori" sempre più presenti nelle forme in rete: i socio-technical devices dell'ANT, i dispositivi di Foucault, tutte le forme che elaborano informazione senza poter essere ricondotte alla coscienze di qualcuno? Tutti i giorni noi otteniamo dalla rete delle informazioni che non sono state pensate e comunicate da nessuno, ma risultano dall'interazione tra i pensieri dei partecipanti e la capacità di elaborazione delle macchine. Come può gestire questa complessità un'azienda pubblica, che deve fornire (come gli utenti sperimentano ogni giorno) servizi efficienti e comprensibili a una grande massa di utenti imprevedibili? Probabilmente lo fa utilizzando la complessità esterna per strutturare le proprie operazioni, come utilmente ci descrive Moruzzi – ma a questo punto la discussione è ancora del tutto aperta: si tratta ancora di comunicazione? Come cambia la nozione di coscienza? Che ruolo hanno i corpi? Riflessioni come quella di Moruzzi aiutano a impostarla, con il preziosissimo supporto di una ricca esperienza empirica nell'organizzazione del settore sanitario, che aumenta di giorno in giorno.

Elena Esposito

Elena Valentini, *Dalle gazzette all'iPad. Il giornalismo al tempo dei tablet*, Mondadori, Milano, 2012.

Come è cambiato il giornalismo nell'era di Internet e dei tablet? Quali mutazioni hanno subito i linguaggi dell'informazione nel passaggio al digitale? Come sono cambiate l'abitudini informative degli italiani nell'epoca della moltiplicazione delle piattaforme di espressione del giornalismo? E soprattutto: che ruolo giocheranno i tablet nell'ecosistema informativo? Sono soltanto alcuni dei quesiti presi in consegna da Elena Valentini nel volume *Dalle gazzette all'iPad. Il giornalismo al tempo dei tablet*, edito nella collana mondadoriana "Libri per la comunicazione", diretta da Mario Morcellini e Michele Rak. Ricercatrice di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale della Sapienza Università di Roma, l'autrice analizza le modalità d'uso e i processi di diffusione dei nuovi *media* all'interno del villaggio globale dell'informazione in cui oggi siamo immersi, complice l'avvento del *mobile* e delle connessioni *wireless*. Un lavoro di ricerca che non si limita a registrare le ripercussioni sociali che l'uso di *smart phone* e *tablet* inevitabilmente ha sul piano dei comportamenti quotidiani, ma che contestualizza le dinamiche mediologiche della modernità in un quadro epistemologico più ampio, scandito dallo studio dei linguaggi espressivi, dall'analisi dei paradigmi economici che regolamentano il mercato dell'informazione, dall'esame dei significati sociali legati all'uso dei nuovi media digitali. Aspetto evidenziato da Morcellini nella prefazione al volume: «Siamo dunque in una fase di passaggio, in cui, accanto a rilevanti forme di fuoriuscita dall'informazione o almeno da molte delle sue piattaforme di veicolazione, continua a manifestarsi una permanente vitalità del giornalismo in quanto azione dotata di senso, capace di rintracciare nuovi interlocutori sociali possibili. Una bella scommessa, al tempo della modernità, che proviamo a rendere più chiara affidando a un set di parole chiave una prima ricostruzione critica dei nodi che accelerano la transizione, e che dunque possono aiutarci a costruire una ridefinizione dell'informazione e un possibile scenario di nuovo sviluppo».

Con questa ricerca l'autrice si addentra nel macrocosmo delle nuove piattaforme espressive del giornalismo, che deve fare i conti con un'accelerazione tecnologica e una circolarità dei saperi senza precedenti nella storia dell'informazione. Un viaggio a tutto tondo, che prende le mosse dalla nascita del giornale cartaceo, spaziando dalle origini del quotidiano nel Seicento alla mappatura dei giornali e delle gazzette attive in Italia agli albori dell'Illuminismo. La premessa storica consente all'autrice di analizzare gli sforzi profusi dai nuovi fogli nel processo di smarcamento dal *medium* librario, in una costante ricerca del formato, della grafica, del taglio informativo più adatti a rispondere alle esigenze di una nuova classe di lettori. Una ricerca d'identità che i quotidiani sviluppano nei secoli a seguire, nel Settecento prima, e nell'Ottocento poi, quando la Rivoluzione industriale, l'invenzione del telegrafo e della rotativa, l'avvento di un pubblico di massa, trasformano la pubblicità in una grande risorsa economica, su cui i giornali prima, e l'industria culturale poi, fonderanno molte delle loro *chance* di sussistenza. Senza contare

l'*appeal* esercitato dalla politica, destinata a influenzare in maniera sempre crescente la vita dei giornali. Proprio per questa ragione l'autrice sottolinea che «il giornalismo è nato avendo stretti legami con dimensioni economiche e politiche e, soprattutto agli inizi, i quotidiani sono stati pensati e realizzati per ristrette élites. Gradualmente, attraverso tempi e tappe differenti, sia il giornalismo americano che quello europeo hanno ampliato i loro *targets* e sono andati alla ricerca di un pubblico più esteso. Contemporaneamente sono aumentati gli interessi del pubblico e nei giornali si è esteso lo spazio per soddisfarli, allargando progressivamente temi e argomenti».

In Italia, come sappiamo, le cose sono andate diversamente. Ma anche il giornalismo di casa nostra, tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento, vive una fase di importanti novità, che investono il formato, la grafica, la diffusione, la qualità stessa delle notizie. L'evoluzione del giornalismo italiano si alimenta di nuovi impulsi sociali, politici, economici e tecnologici, nel tentativo di incontrare gli interessi di un pubblico sempre più esteso ed eterogeneo, proiettato verso la nuova alba della modernità. All'orizzonte si staglia il profilo proteiforme dell'industria culturale, in cui i *mass media* (e in particolare la televisione) svolgono un ruolo predominante, mettendo sempre più a rischio non solo la diffusione, ma la stessa sopravvivenza del quotidiano. Di qui l'attenta analisi che l'autrice svolge del ruolo svolto dai giornali nel «nuovo ecosistema dell'informazione», con particolare riferimento agli «attori mediali in concorrenza». Ancor prima della rete, è la televisione ad affermarsi come primo e maggiore competitor del quotidiano, con conseguenze dirette anche sul piano delle strategie di *newsmaking*. Ne derivano alcuni fenomeni peculiari: «nuove logiche sulla base della selezione e della costruzione delle notizie (semplificazione, sensazionalismo, frammentazione degli eventi); l'avvicinamento della stampa quotidiana non solo alle logiche spettacolari della televisione, ma anche a quelle dei settimanali, come l'attenzione alle storie, allo scoop e all'approfondimento». Ciò non toglie che il giornalismo italiano continuerà a soffrire di alcune criticità strutturali, che ancora oggi ne caratterizzano la portata informativa: tra i limiti strutturali dei nostri quotidiani vi sono innovazioni introdotte «per accelerazioni e ritardi», il rapporto ambivalente con la politica, l'intreccio costante con i grandi gruppi di potere economico, la carenza regolamentativa. Peculiarità che si palesano in tutta la loro evidenza se rapportate ad alcune criticità tipiche (anche) dei nostri giorni: il duopolio televisivo, il rapporto dei giornalisti con i cittadini, il precariato diffuso nella categoria, l'influenza che i privati esercitano mediante la pubblicità.

Criticità soltanto in parte attenuatesi con l'avvento del *web*, che segna cambiamenti importanti per l'informazione quotidiana, sottoposta a un processo ineludibile di aggiornamento istantaneo: «con l'arrivo di Internet non sono solo le testate *on-line* ad aggiungersi agli altri *media* che danno notizie, ma anche soggetti non giornalistici, come motori di ricerca, aggregatori di notizie, blog e comuni cittadini». Insieme ai *format* mutano anche i linguaggi dell'informazione, ispirati ad alcuni fenomeni tipici della modernità in connessione: la banalizzazione della fruizione, il sensazionalismo tipico della cronaca nera, il distacco emotivo. Non solo:

«Internet ha ridefinito il concetto di pagina e le logiche di impaginazione e di posizione rispetto agli altri elementi». L'informazione è esposta così a un costante rischio di atomizzazione, complice la grande diffusione dei *social network* e dei nuovi *media*. Di qui lo spazio dedicato dall'autrice allo studio delle notizie *on-line*, sospese tra «consumo partecipativo e conversazione continua». Assistiamo così a un ampliamento del valore della notizia, assurta da merce di scambio economico a merce di scambio sociale: un processo agevolato da nuove forme di interazione con il lettore, chiamato a commentare la notizia attraverso forum e blog gestiti direttamente dalla redazione. Il giornalista professionista diviene l'interprete di questa nuova dimensione sociale costituita dai quotidiani *on-line*, proliferati al punto da disegnare una vera e propria rete sociale dell'informazione.

Arriviamo così all'era dei tablet, che offrono ai quotidiani nuove opportunità di penetrazione sociale: nella seconda parte del volume l'autrice presenta i risultati di una ricerca volta a studiare le nuove modalità informative introdotte dai quotidiani proprio per i tablet, con l'obiettivo di «interpretare meglio i cambiamenti legati all'opportunità di utilizzare nuove piattaforme di distribuzione, con particolare riferimento a usi individuali e sociali del *medium*, a modalità di consumo, a modelli di business e strategie di marketing editoriale, in un'ottica sistemica rispetto all'evoluzione del contesto mediale più recente». Si disegnano così i contorni di una nuova cornice per le notizie, che in Italia stenta ancora a sostanzarsi in proposte realmente innovative. Nel volume si analizzano le ragioni e le prospettive dell'«innovazione debole» proposta dai giornali nell'era di Internet, spesso limitata alla riproposizione del giornale cartaceo in pdf su iPad e altri tablet. Ma non mancano prospettive di scenario più incoraggianti, messe in evidenza da alcuni giornalisti professionisti e studiosi intervistati dall'autrice: i giornali su tablet potranno definire meglio la propria identità, a condizione che evitino di riportare ciò che è stato proposto altrove e che la natura «chiusa» (o a pagamento) del giornale sul tablet si scontri con la natura «aperta» (o gratuita) dei *social network*. Da questo punto di vista i professionisti del settore non hanno dubbi: «La direzione e le caratteristiche di questo legame dipenderanno da diversi fattori, quali l'identità che assumerà il tablet, le modalità di impiego del *device* e dei *social network*, i costi di connessione, la risposta e l'estensione dei pubblici. L'identità e gli usi del tablet saranno legati, a loro volta, ai bisogni individuali e sociali che il dispositivo riuscirà a intercettare e alle funzioni in base alle quali verrà modellato dagli utenti». Senza trascurare l'importanza che, sul piano professionale, riveste il recupero della dimensione valoriale che il giornalismo ha progressivamente perso nel corso degli anni, sotto la spinta di un lento ma incessante indebolimento della credibilità e del ruolo di mediazione del giornalista. Prova ne è il nuovo spazio riservato alle inchieste, che sul *web* trovano nuove e inaspettate opportunità, considerato che la rete e i tablet «permettono di conservare memoria». È questo soltanto uno degli aspetti che caratterizza l'informazione che viaggia sul nuovo *medium* multimediale, sospesa tra innovazione e continuità: «Al di là dei formati, delle esperienze di lettura e della modalità di business e delle forme che assumeranno i tablet, quest'ultimo non salverà i gior-

nali, né li condannerà definitivamente alla scomparsa. È piuttosto un'occasione per il giornalismo di ripensare ad alcuni suoi processi». Tra tutti, quelli legati alla rappresentazione di una realtà sociale composita e in continuo divenire, cui i giornali sono chiamati a contribuire in termini di veridicità e attendibilità delle notizie, sempre più fluttuanti nel magma globalizzato dell'informazione.

Andrea Lombardinilo