

Tra reale e digitale: nuove forme di narrazione nello spazio

Between Real and Digital: New Forms of Narration in Space

Paolo Bertetti
 Università di Siena
 Siena, Italia
 bertetti.paolo@gmail.com

LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada
 Año XI, #20, 2019
 Buenos Aires, ARG | Págs. 93 a 105
 ISSN 1851-8931 / eISSN 2545-658X

Recepción: 06/08/2019 – Aceptación: 24/10/2019

Sommario:

La svolta locative della comunicazione digitale ha reso sempre più attuale l'idea di "estraibilità": se per Jenkins essa era relativa all'idea che i fan prendessero con sé aspetti della storia per riportarli e riutilizzarli negli spazi della vita quotidiana (gli esempi andavano dai parchi giochi al merchandising), le nuove possibilità date dai locative media, dalle tecnologie di augmented reality ecc. spingono a una sempre maggior interazione tra *worldbuilding* digitale e esperienza del quotidiano se non a vera e propria sovrapposizione degli spazi reali e finzionali, in un'ottica che pone comunque al centro la performatività dei pubblici. Oggetto di questo articolo è il cosiddetto *Location-based Storytelling*, o *Site-specific mobile storytelling*: si tratta di esperienze narrative interattive costruite attraverso programmi e applicazioni che richiedono all'utente di muoversi fisicamente nello spazio allo scopo di rivelare dei frammenti narrativi attraverso dei *device* mobili. In questo contesto anche gli spazi, nella loro concretezza figurativa, diventano (o ridiventano) piattaforme per lo sviluppo di narrazioni, di storie che attraverso i media digitali vengono iscritte all'interno dei luoghi e con le quali il destinatario interagisce non solo mentalmente, ma anche fisicamente, in quanto corpo all'interno di uno spazio che è già narrativizzato, che è già è allestito come ambiente narrativo. L'articolo intende proporre una prima riflessione semiotica

a riguardo, soffermandosi in particolare su tre questioni: innanzitutto, le opportunità e le costrizioni che simili progetti offrono in merito alla costruzione narrativa; in secondo luogo, il rapporto tra nuove pratiche permesse e anzi stimolate dalle installazioni “digitali” e dalle tecnologie *locative* e la questione più generale (e assai dibattuta) delle pratiche spaziali urbane; infine, la reale natura del rapporto tra mondo reale e mondo digitale: parlare di *augmented reality* impone infatti di precisare il suo rapporto con il mondo “reale”, non tanto in termini ontologici, quanto semiotici, in relazione dunque con la costruzione del senso.

Parole chiave: *locative media, Location-based Storytelling, pratiche spaziali, realtà aumentata, installazioni site-specific*

Abstract:

The “locative turn” of digital communication has made the idea of “extractability” more and more up to date: for Henry Jenkins it was related to the idea that the fans would take aspects of the story with them in order to bring them back and reuse them into the spaces of their everyday life (for example from playgrounds to merchandising). The new possibilities given by locative media, augmented reality technologies, etc., lead to an increasing interaction between digital worldbuilding and everyday experience and even to an actual overlapping of real and fictional spaces, in a perspective that places the performance of the public at the centre. The subject of this article is the so-called Location-Based Storytelling (or Site-specific Mobile Storytelling), a kind of interactive narrative experience based on applications that require the user to physically move in a space in order to reveal narrative fragments through the use of mobile devices. Here, in their figurative concreteness, the spaces themselves become platforms for the development of narratives which, through digital media stories, are inscribed within the places. The recipient interacts with them not only mentally, but also physically, as a body within a space that is already narrativized and set up as a narrative environment. The article proposes a first semiotic reflection focusing particularly on three issues: first, the opportunities and constraints that similar projects offer about narrative construction; secondly, the relationship between the new practices allowed (and even stimulated) by digital installations and rental technologies and the more general (and much debated) question of urban spatial practices. Finally, the nature of the relationship between the “real” and the digital world: speaking of augmented reality requires in fact to specify its relationship with the “real” world, not so much ontologically but

rather in semiotic terms in relation, therefore, with the construction of meaning.

Keywords: *locative media, Location-based Storytelling, spatial practices, augmented reality, site-specific installations*

Oggetto di questo articolo è il cosiddetto *Location-Based Storytelling* (Azuma, 2015), o *Site-specific Mobile Storytelling* (Farman [a cura di], 2014). Si tratta di esperienze narrative interattive costruite attraverso programmi e applicazioni che richiedono all'utente di muoversi fisicamente in uno spazio che contiene *Quick Response* (QR) Codes, o che è geotaggato, allo scopo di rivelare dei frammenti narrativi attraverso dei device mobili (Lai Tze, 2017: 5). L'informazione narrativa, sotto forma di suoni, immagini, testi, video ecc., è specificatamente legata al luogo in cui l'esca è posta, prevede quindi la presenza fisica del destinatario ed è presentata in realtà aumentata.¹

Quelle che presenteremo sono soltanto alcune osservazioni preliminari di un lavoro in svolgimento. Non potrò qui, dato il tempo, fornire esempi o case studies, ma mi limiterò soprattutto di individuare alcune problematiche semiotiche che queste relativamente nuove forme di narrazione sollevano. L'interesse nasce da alcuni piccoli progetti sviluppati all'interno del Mufant, il Museo della Fantascienza e del fantastico di Torino, di cui sono coordinatore scientifico, realizzati attraverso la collaborazione con Mariano Equizzi di Komplex Cinema Group e con Domenico Morreale di Unimarconi e Politecnico di Torino, con il quale abbiamo iniziato una riflessione più ampia su questi temi, anche a partire da alcuni progetti didattici che hanno coinvolto gli studenti del suo corso di Transmedia, all'interno del corso di laurea in Ingegneria del cinema e dei mezzi di comunicazione.

Mi soffermo brevemente sul primo progetto pilota realizzato all'interno del Mufant, Gizmo, non per la sua valenza di caso (si tratta in realtà di una realizzazione assai semplice), ma giusto perché mi permette di mettere in evidenza alcune caratteristiche salienti di tali realizzazioni. Gizmo è una sorta di piccolo Pokemon-Go, basato sull'app Aurasma/HP Reveal. I visitatori, dopo aver scaricato la app, esplorano gli spazi del museo con il loro smartphone al fine di individuare e catturare i misteriosi

1 L'espressione "realtà aumentata" è utilizzata per descrivere un processo di arricchimento del reale, attraverso informazioni digitali visualizzate, nel campo visivo dell'utente, attorno agli oggetti cui si riferiscono e tipicamente veicolate attraverso il *display* di dispositivi mobili (*smartphone, tablet, wearable devices*). Il dispositivo ideale per la realtà aumentata sarebbero gli occhiali: tuttavia l'insuccesso dei Google Glass ha portato piuttosto all'utilizzo di applicazioni per smartphone e tablet come Unity, Vuforia, Blippar, Metaverse o Aurasma (ora diventata HP Reveal), per quanto di minore efficacia.

e fantascientifici *Gizmo*, oggetti di tecnologia digitale aliena, il cui nome si ispira alle creature del romanzo di Murray Leinster *Strange Invasion* (1958). Obiettivo dell'*experience* è scoprire un segreto, una rivelazione, che arriva soltanto dopo averli catturati tutti. Si tratta di una piccola realizzazione pilota, il cui scopo era essenzialmente quello di far esplorare il museo ai ragazzi, utilizzando l'*augmented reality* non per fornire informazioni suppletive ma per coinvolgerli in una pratica di gamification, stimolandone la partecipazione anche attraverso il loro coinvolgimento in azioni nel mondo reale.

Simili ricadute dell'immaginario sul reale sono spesso presenti in questo tipo di progetti, così come la narrazione di storie ispirate a fatti realmente accaduti. Esse declinano, a ben vedere, in maniera nuova la nota categoria di *estraibilità*, che secondo Henry Jenkins (2009) costituisce (assieme alla categoria opposta e complementare dell'*"immersione"* nei mondi immaginari) uno dei sette principi del *Transmedia Storytelling*. Tuttavia, se per Jenkins l'*estraibilità* era relativa all'idea che i fan prendessero con sé aspetti della storia per riportarli e riutilizzarli negli spazi della vita quotidiana (gli esempi andavano dai parchi giochi al merchandising), le nuove possibilità date dai locative media, dalle tecnologie di *augmented reality* ecc. spingono a una sempre maggior interazione tra *worldbuilding* digitale e esperienza del quotidiano, se non addirittura a una sovrapposizione degli spazi reali e finzionali, in un'ottica che pone comunque al centro la performatività dei pubblici (che tra l'altro, lo ricordiamo, è secondo Jenkins un altro dei principi del *Transmedia Storytelling*). Tale tendenza non è per altro strettamente legata all'evoluzione delle interfacce e delle tecnologie, ma si accompagna a un più generale mood culturale che accomuna una vasta serie di pratiche anche diverse tra loro, dalla gamification urbana al *cosplaying*, accomunate dall'annullare i confini tra reale e finzionale, tra ludico e serio, e così via, in una ormai quotidiana permeabilità tra sfere sociali e ambiti di vita diversi.

L'uso dello spazio

In questo contesto anche gli spazi (urbani e non solo), o – forse meglio – i luoghi nella loro concretezza figurativa, diventano (o ridiventano) piattaforme per lo sviluppo di narrazioni. Niente di nuovo sotto il sole, si dirà: per anni il teatro di ricerca ha lavorato in ottica di risemantizzazione e narrativizzazione degli spazi nella performance, usando gli spazi architettonici e l'ambiente fisico come medium per raccontare una storia.

Ben prima del teatro, tuttavia, è stata la celebrazione della *via Crucis*,

con il suo susseguirsi di stazioni, ad ognuna delle quali corrisponde un frammento di narrazione, a proporre un modello di racconto “localmente situato”, articolato performativamente nello spazio reale (Farman, 2014a: 7), ma gli esempi di narrazioni “localmente situate” può essere lungo, dalle rievocazioni storiche ai *walkabout* urbani. Si pensi anche alla rinarrazione degli spazi nelle celebrazioni carnevalesche, per certi versi vicina nel suo risemantizzare ludicamente gli spazi del quotidiano, anche se – forse – con una differenza fondamentale, se è vero che in molti di questi progetti (spesso orientati alla gamification) abbiamo piuttosto una dissoluzione dei confini tra carnevalesco e quotidiano, tra immaginazione e realtà, tra tempo della festa e tempo ordinario, in una sorta di ludicizzazione del quotidiano in definitiva non troppo bachtiniana.

A proposito di giochi, un modello a cui spesso si fa riferimento nei progetti di *locative digital storytelling* (e anche in Gizmo) è quello della caccia al tesoro, dove l'interazione narrativa con lo spazio avviene tramite la ricerca di oggetti nascosti, talvolta tramite indizi a loro volta da individuare nello spazio. È su questo meccanismo, ad esempio, che si basano più spesso gli *Alternate Reality Games*, che sono tra i precursori più diretti di molte forme di *location based mobile storytelling*.

Narrazioni frammentate

Occorre dire subito che l'impressione che si ha di fronte a molte di queste realizzazioni è quella di trovarsi in un momento nel quale dobbiamo ancora sviluppare una grammatica narrativa elaborata, e predomina piuttosto la fascinazione per il mezzo tecnico in sé, proprio come accadeva per i film dei Fratelli Lumière, nei quali l'attrattiva era già solo vedere il treno in partenza dalla stazione della Ciotat. Siamo insomma ancora nell'era della *mostrazione* piuttosto che in quella della *narrazione*, per usare una fortunata categoria ben nota negli studi di storia del cinema (cfr. Gaudreault, 1984).

Per altro è probabile che una narrazione digitale situata sia proprio per la natura del mezzo poco idonea a sviluppare costruzioni narrative complesse, o quantomeno narrazioni più tradizionalmente chiuse e sequenziali. Come osserva Ritchie (2014: 57), se tutte le narrazioni mediate digitalmente sono, più in generale, notevolmente aperte rispetto alla successione in cui sono esperite, questo è vero a maggior ragione per quelle interattive: in quanto mediato attraverso l'interfaccia e il *device*, l'ordine in cui il pubblico vede/interagisce con gli elementi che compongono la narrazione è determinato dalle interazioni che questi ha con l'interfaccia.

E siccome le narrazioni che si diramano in direzioni diverse dipendono dalla scelta del pubblico, tali narrazioni non hanno necessariamente bisogno di avere un determinato inizio o una fine inevitabile.

La cosa diventa ancora più complessa nelle narrazioni digitali situate, proprio a causa delle caratteristiche legate allo spazio fisico con cui l'utente interagisce. Se consideriamo i singoli elementi narrativi, vale a dire gli spot con cui l'utente deve interfacciarsi per ottenere l'informazione narrativa, questi sono dispersi in uno spazio e richiedono che l'utente "navighi" nello spazio digitale e in quello fisico a un tempo. Tale spazio però non è, in linea di principio, necessariamente percorribile soltanto in maniera lineare; l'identificazione dei diversi elementi narrativi dipende quindi innanzitutto dai movimenti, dalle traiettorie seguite dal soggetto e in seconda battuta dalla sua attenzione e dalla sua capacità di individuare i diversi spot. Può diventare quindi problematico non solo interagire in un ordine prestabilito, ma anche riuscire ad accedere alla totalità dei frammenti narrativi.

A ciò si aggiunga che la possibilità di avere simultaneamente più informazioni (più spot in una stessa porzione di spazio, ad esempio; che danno accesso a differenti elementi narrativi), alcuni soltanto dei quali però balzeranno all'attenzione dell'utente.

L'ordine di interazione con i singoli elementi della storia e la stessa completezza dell'esplorazione dell'arco dell'universo narrativo, dipendono poi non soltanto dall'operato e dalla predisposizione del singolo utente, ma anche dalle mutevoli e spesso non controllabili condizioni percettive, e spesso anche tecniche, che ne influenzano la ricezione. Questo porta inevitabilmente, in assenza di altri supporti interpretativi, a narrazioni frammentate e destrutturate, e richiede in ogni caso un notevole sforzo di programmazione e di ricezione (quello che Ritchie chiama "really nontrivial effort"; Ritchie 2014: 56).

Ovviamente si può limitare la libertà dell'utente: si può indirizzare i movimenti e l'attenzione del pubblico in una determinata direzione, gli si possono fornire supporti paratestuali (percorsi numerati, mappe, materiale esplicativo) in grado di offrire una guida alle interazioni possibili e persino un inquadramento narrativo generale o un sommario.

Si tratta di una strategia comune a tutte le narrazioni inscritte nello spazio, non solo a quelle digitali: si pensi a come, in spettacoli teatrale che prevedono uno spettatore libero di muoversi all'interno di uno spazio scenico articolato in diversi punti di spettacolo la sua attenzione possa essere catalizzata attraverso fasci luminosi, suoni, percorsi guidati ecc.

Ciò detto, resta il fatto che questi lavori si presentano piuttosto come ambienti narrativi, al cui interno il senso è dato dall'interazione tra il testo

enunciato (lo spazio) e le singole differenti pratiche enunciatricive (i percorsi) degli utenti, che attualizzano in maniera sempre diversa e spesso parziale le virtualità in esso presenti.

Pratiche spaziali

Questo ci porta a un'altra questione semiotica assai dibattuta, quella delle pratiche spaziali, e in particolare le pratiche spaziali urbane. L'esempio più classico è lo studio di Jean-Marie Floch che ha analizzato come testo il percorso effettuato dagli utenti della metropolitana di Parigi (Floch, 1990); studi di questo tipo si basano sull'assunto che noi usiamo gli stessi modelli narrativi non solo per interpretare un romanzo, ma anche per comprendere la realtà, e persino per "agire nel mondo". Nel nostro caso di studio ci troviamo, almeno a prima vista, di fronte qualcosa di diverso: quelli che abbiamo di fronte sono infatti veri e propri racconti (per frammentati che siano) che attraverso i media digitali vengono iscritti all'interno dei luoghi e con i quali il destinatario interagisce non soltanto mentalmente, ma fisicamente, in quanto corpo all'interno di uno spazio (Farman, 2015a): uno spazio che è già narrativizzato e allestito come ambiente narrativo. In questo senso la pratica spaziale è sempre inscritta, e anzi addirittura prevista e preordinata, all'interno del testo/spazio digitalizzato: il risultato può essere più o meno aperto a seconda del progetto, ma comunque gli spazi di interazione sono sempre previsti a monte.

E tuttavia, a ben vedere, e a rileggere Michel De Certeau (1980), questo è – per certi versi – quanto capita usualmente nell'interazione con lo spazio, anche quello non digitalizzato e reso portatore di narrazioni. Innanzitutto, occorre evidenziare che uno spazio è sempre narrativizzato: l'attribuzione di senso a uno spazio è infatti sempre legata a una sua organizzazione narrativa. Se è vero che ogni narrazione "articola i propri contenuti attraverso una struttura spaziale" ("Ogni racconto è il racconto di un viaggio – una pratica spaziale" diceva De Certeau (1980: 149), è altresì vero – allo stesso tempo – che qualsiasi organizzazione topologica di uno spazio è sempre sottesa da una istanza narrativa: può, ad esempio, trattarsi di una narrazione fondativa che lo origina, lo giustifica, lo delimita, lo articola e gli attribuisce senso rispetto agli spazi "altri" circostanti. Ma ci sono anche le possibili narrazioni in esso virtualmente iscritte: un dato spazio consente determinate azioni, invita a compiere determinati percorsi piuttosto che altri – e talvolta li impone –; viceversa può interdire altri percorsi e altre pratiche. Esiste, insomma, un vero e proprio capitale narrativo dello spazio, di ogni spazio.

Tali virtualità narrative vengono attualizzate dall'operato dei soggetti che interagiscono con lo spazio, percorrendolo e praticandolo. Lo spazio è un luogo di pratiche, come dice De Certeau è un "luogo praticato", agito da un soggetto: "i racconti trasformano i luoghi in spazi e gli spazi in luoghi" (1980: 177), dove il luogo è appunto lo spazio dato, oggettivo, non abitato. Si tratta di un'attribuzione di senso sempre soggettiva, che si ritaglia però su una serie di norme e di usi, sulle costrizioni e le opportunità che regolano l'utilizzo degli ambienti: i "luoghi" per De Certeau sono appunto tali perché in essi le cose sono organizzate in un ordine stabilito. In altre parole, gli spazi, come ben sintetizza Mattia Thibaut in riferimento alle città,

sono veri e propri testi che vengono attualizzati (e trasformati) dalle pratiche di interazione e di attraversamento dei loro abitanti: il cammino di questi ultimi attraverso lo spazio urbano, allora, altro non è che un'enunciazione, attraverso la quale il singolo si appropria dei luoghi e li trasforma introducendovi la propria soggettività. La città diviene così un testo tutt'altro che fisso, risultato dell'intersezione di pratiche enunciative che allo stesso tempo lo attualizzano e lo modificano profondamente (Thibault, 2016: 22).

La città (ma lo stesso si può dire in misura diversa di qualsiasi spazio) è un testo che racchiude tutta una gerarchia di testi e di narrazioni: un testo sul quale su di esso si installano altri testi (*l'augmented reality*), che forniscono un incremento di discernibilità, una maggior comprensione (e una iper-semiotizzazione) di esso, ulteriori narrazioni. Quello che porta la ARS non è soltanto una risemantizzazione degli spazi, piuttosto un'attribuzione di nuovi ulteriori valori agli spazi urbani.

In un'ottica di questo tipo, viene a perdersi la distinzione tra testi e contesti, tra porzioni di mondo significanti e sfondi non significanti: partendo dall'idea – di ispirazione greimasiana – che il testo è qualsiasi porzione di realtà dotata di senso che può essere isolata e riconosciuta come tale ai fini dell'analisi, potremmo vedere l'agire spaziale come interazione tra due pratiche significanti un testo-progetto significante e un testo-pratica-interpretazione significante, che nella loro interazione danno origini a costruzioni di senso ulteriori e più ampie, sempre diverse.

Certamente, quelli che ci troviamo di fronte sono spazi (e città) mediatizzati, digitalizzati e spettacolarizzati, nei quali l'uso delle tecnologie "locative" porta sempre più a una fusione tra spazi reali e spazi virtuali. E tuttavia, ci sembra, la differenza tra nuove pratiche permesse e anzi stimolate dalle installazioni "digitali" e le pratiche permesse e

stimolate dall'ambiente è più quantitativa che qualitativa: a ben vedere, in entrambi i casi ci troviamo di fronte la stessa nozione di pratica, vista come forma di interazione con un testo-ambiente dotato di propri programmi narrativi. Nel progetto della metropolitana di Parigi (le cui pratiche d'uso spaziale erano state oggetto dello studio già citato di Floch, 1990) non meno che negli *augmented reality game* sono inscritte delle narrazioni, o se vogliamo delle proposte di interazione rivolte all'utente, il quale le può interpretare o usare in modi diversi², seguire i programmi narrativi proposti o instaurare dei controprogrammi.

Il rapporto con il reale

Questo ci porta a parlare, più in generale, dell'effettiva reale natura del rapporto tra mondo reale e mondo digitale: parlare di *augmented reality* impone di precisare il suo rapporto con il mondo "reale", non tanto, ovviamente, in termini ontologici, quanto semiotici, di costruzione del senso.

In semiotica, almeno nella tradizione della semiotica generativa, si parte – come sappiamo – dall'assunto che il mondo extralinguistico non si presenta alla percezione dell'individuo in modo "neutro", come puro insieme di qualità sensibili, ma è già semiotizzato e dotato di senso: il *Mondo Naturale* è già di natura discorsiva; in qualche modo esso è già un testo, ed è già narrativizzato (Greimas, 1968; si veda anche Marrone, 1995). Gli ambienti sono testi, così come sono testi – lo si è detto – gli spazi e le città: è questo "un assunto teorico fondamentale" della Semiotica dello spazio (Marrone, 2009). Non solo, la città digitalizzata – la *smart city* – è, come dice Patrizia Violi (2014), un "ambiente parlante", che ci fornisce informazioni su di essa in modi impensabili in passato.

Riccardo Finocchi, in un suo interessante volume sugli ipermedia e i *locative media* parla a riguardo di un "incremento di mondo" (Finocchi, 2016: 82), un incremento tecnico che si attua tramite la localizzazione, solo in parte determinato dall'azione del soggetto umano. Quello che ne risulta, a nostro parere non è però "un mondo altro delineato in opposizione reale", un "ipermondo" come dice Finocchi (2016: 82), fatto di informazioni digitalizzate che si integrano con la nostra esperienza sensibile. Quello che abbiamo di fronte certamente è un incremento della nostra articolazione e della nostra conoscenza del mondo, ma da un punto di vista teorico il meccanismo semiotico che sottende tale incremento non è a mio parere dissimile da quello che ritroviamo in modi più tradizionali. Lo ribadiamo:

2 Sulla distinzione tra uso e interpretazione dei testi si veda Eco, 1979.

la nostra esperienza del mondo è comunque sempre organizzata semioticamente attraverso modelli, narrazioni, testi attraverso i quali articoliamo la nostra esperienza del mondo; questo è vero allo stesso modo sia per le mappe, le narrazioni e le informazioni fornite in realtà aumentata che per le guide turistiche e le cartine più tradizionali. Quella che aumenta è semmai la quantità di informazioni, di dati attraverso i quali la nostra esperienza si configura: si accresce insomma la complessità organizzativa, si diversificano e si complessificano le narrazioni e le interpretazioni che possiamo costruire, ma – pur nella evidente diversità dell'esperienza – la natura della mediazione semiotico-linguistica data dai nuovi strumenti digitali non è nella sua essenza dissimile da quello dei media tradizionali.

È ovvio, solo per fare un esempio, che Google Maps è una forma ulteriore di mediatizzazione, e che l'interpretazione del mondo e il nostro stesso modo di relazionarsi con esso cambiano, ma il meccanismo di semiotizzazione è – sul piano strettamente teorico – comunque analogo a quello che si avrebbe con una mappa cartacea, la quale pure ci fornisce comunque “un incremento tecnico del mondo”, come lo chiama Finocchi (2016: 82). Quantunque differentemente mediati, si tratta sempre di discorsi relativi a un mondo che già si pone esso stesso come discorso.

Né del resto, è significativa la differenza tra materialità e non materialità dei media. Anche tecnicamente, del resto, è errato pensare a un “mondo digitale” contrapposto – e in questo caso sovrapposto – sovrapposto a un “mondo reale”: l'ipermondo dei dati non è qualcosa d'altro rispetto al mondo dell'esperienza sensibile: i device, le reti e le infrastrutture digitali hanno una loro materialità, come osserva Farman (2015b): l'idea di una “morte della geografia”, di un mondo digitale distinto da quanto accade nella vita reale è un retaggio di vecchie logiche – se non di vecchie ideologie e retoriche – ben distante dall'uso attuale dei media digitali.

Anche rispetto la percezione dello spazio, è scontato dire che i nuovi locative media funzionano da protesi sensoriale, nel senso che ci forniscono una nuova percezione del mondo (più ampia, filtrata dai dati che ci vengono forniti dai sistemi informatici), elaborando aspetti della spazialità che vanno al di là dell'esperienza sensibile di un essere umano, ma tale funzione protesica come già osservava McLuhan (1964) è proprio di tutti i media, e ogni nuovo media espande la soglia dell'esperienza.

Un caso apparentemente diverso è quello della *mixed reality*, nella quale frammenti dell'immaginario interagiscono con gli ambienti reali, come nel caso di *Pokemon-go*, o in quello del nostro *Gizmo*. Abbiamo qui, una sovrapposizione di storie all'interno di uno spazio dato, la “creazione

di domini ibridi che incorporano spazi fisici, digitali e rappresentati” (Oppegaard e Grigar, 2014: 28), nei quali la realtà aumentata sembra davvero in grado di “alterare la nostra esperienza con lo spazio fisico” (28). Anche qui, però, viene da chiedersi se si tratti realmente di un meccanismo diverso dal passato: senza dubbio, l’installazione in Alternate Reality porta a una risemantizzazione dello spazio (nel nostro piccolo *Gizmo* il museo diventa il terreno di uno scontro con entità aliene), a una sua rinarrativizzazione, ma si potrebbe osservare che lo stesso accadeva nelle performance *site-specific* che inscrivevano narrazioni teatrali all’interno degli spazi urbani che le accoglievano. Resta comunque un punto da approfondire con ulteriori analisi.

Altri elementi da approfondire riguardano inoltre l’intrinseca connessione tra spazi e narrazioni localizzate, e – in secondo luogo – il ruolo che ha l’utente in quanto corpo nello spazio. Progetti di questo tipo sono il risultato, come si è detto, dell’interazione di una narrazione mediale con uno spazio già narrativizzato e mediatizzato. Ed è proprio l’interazione tra luogo narrativizzato e narrazione localizzata che costruisce un effetto di senso complessivo; come osserva Farman (2014b: 533) nelle narrazioni attraverso dispositivi mobili, la relazione tra storia e spazio è dialogica: “lo spazio in cui una storia è letta influenzerà sempre il senso e l’esperienza della storia e, viceversa, la storia influenzerà sempre l’esperienza di un luogo”³. I contenuti medialità pertanto non sono automaticamente estraibili e trasportabili da uno spazio all’altro; quella che si crea è un’esperienza fisicamente situata. Un’esperienza che – estendendo quanto osserva Patrizia Violi a proposito delle smart cities – non si riduce solo a “uno scambio di informazioni, ma [costituisce] un reale processo di reciproca trasformazione [...] uno scambio interattivo che coinvolge attori differenti, alcuni umani altri no” (Violi, 2014: 4).

BIBLIOGRAFIA

Azuma, R. (2015). Location-Based Mixed and Augmented Reality Storytelling. In W. Barfield (a cura di), *Fundamentals of Wearable Computers and Augmented Reality – II Edition* (pp. 259-276). Boca Raton: CRC Press.

3 Altri tipi di mobile storytelling non sono però specificatamente legati a un determinato spazio; per alcuni esempi si veda Farman (a cura di), 2014.

- De Certeau, M. (1990). *L'invenzione del quotidiano*. Roma: Edizioni Lavoro, 1980.
- Eco, U. (1979). *Lector in fabula*. Milano: Bompiani.
- Farman, J. (a cura di) (2014). *The Mobile Story: Narrative Practices with Locative Technologies*. New York and London: Routledge.
- Farman, J. (2014a). Site-Specificity, Pervasive Computing, and the Reading Interface. In J. Farman (a cura di), *The Mobile Story: Narrative Practices with Locative Technologies* (pp. 3-16). New York and London: Routledge.
- (2014b). Storytelling with Mobile Media. Exploring the Intersection of Site-Specificity, Content, and Materiality. In G. Goggin e L. Hjorth (a cura di), *The Routledge Companion To Mobile Media* (pp. 528-537). New York and London: Routledge.
- (2015a). Stories, spaces, and bodies: The production of embodied space through mobile media storytelling. *Communication Research and Practice*, 1:2, 101-116. DOI: <https://doi.org/10.1080/22041451.2015.1047941>
- (2015b). The Materiality of Locative Media. On the Invisible Infrastructure of Mobile Media. In A. Herman, J. Ladlaw e T. Swiss (a cura di). *Theories of Mobile Internet. Materialities and Imaginaries* (pp. 45-59). New York and London: Routledge.
- Finocchi, R. (2016). *Ipermedia e Locative Media: Cronologia, semiotica, estetica*. Roma: Edizioni Nuova Cultura.
- Floch, J.-M. (1990). *Sémiotique, marketing et communication*. Paris: PUF.
- Gaudreault A. (1984). Narration et monstration en Cinéma. *Hors cadre*, 2, 87-98.
- Greimas, A.J. (1968). Conditions d'une sémiotique du monde naturelle. *Langages*, 10, 3-35.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- (12 dicembre 2009). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, two actually. Five more on Friday). *Confessions of an ACA-Fan* [messaggio su blog]. Accessibile in rete all'indirizzo http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html
- Lai-Tze F. (2017). Writing while wandering: Material and spatial contingency in locative media narratives". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(1), 5-19. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354856516679635>
- Marrone, G. (1995). *Il dicibile e l'indicibile*. Palermo: L'Epos.
- (2009). Dieci tesi per uno studio semiotico della città. Appunti, osservazioni, proposte. *E/C*, 9 giugno 2009. Accessibile in rete

- all'indirizzo http://www.ec-aiss.it/index_d.php?recordID=435
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Oppegaard, B, & Grigar, D. (2014). The Interrelationships of Mobile Storytelling. In J. Farman (a cura di) *The Mobile Story: Narrative Practices with Locative Technologies* (pp. 17-32). New York and London: Routledge.
- Ritchie, J. (2014). The Affordances and Constraints of Mobile Locative Narratives. In J. Farman (a cura di) *The Mobile Story: Narrative Practices with Locative Technologies* (pp. 53-67). New York and London: Routledge.
- Thibault, M. (2016). Città ludiche, città in gioco, città giocate. In M. Thibault (a cura di), *Gamification urbana. Letture e riscritture ludiche degli spazi cittadini* (pp. 20-69). Roma: Aracne.
- Violi, P. (2014). Smart city between mythology, power control and participation. *E/C*, 3, 1-6.

Paolo Bertetti lavora all'Università di Siena. Già vicepresidente dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici (AISS), si occupa di Mass media, Semiotica dell'audiovisivo e teoria semiotica. Le sue ricerche più recenti riguardano il transmedia storytelling, il worldbuilding e la teoria greimasiana del figurativo. Tra i suoi volumi: *Il mito Conan. Identità e metamorfosi di un personaggio seriale* (2011), *Il discorso audiovisivo. Teorie e strumenti semiotici* (2012; trad. spagnola: *El relato audiovisual. Teorías y herramientas semióticas*, 2015), *Lo schermo dell'apparire. La teoria della figuratività nella semiotica greimasiana* (2013) e *Transmedia Archaeology* (2014; con C. Scolari e M. Freeman).