

IMMAGINI, TONI, EMOZIONI: PER UNA CITTÀ “INSTAGRAMMATA”

FABIO LA ROCCA
UNIVERSITÉ PAUL VALÉRY MONTPELLIER 3

Abstract – We are increasingly contaminated by images marked by an accelerated digital reproducibility that generates the incessant movement and directions of multiple visual signs through the panoply of screen devices. We are faced with a world that is increasingly becoming image and reflection, a world of shared images, exchanged in the simultaneity of emotional flows effected by an interactivity of the digital environment with urban space. Within this context, the present paper focuses on the emergence of an instagrammed city, which can be seen as an archetypal form of visual reproduction of urban spaces and their atmospheres.

Keywords: city, images, emotions, digital environment, instagram

Apertura

Il nostro mondo è sempre più contaminato dalle immagini che continuano a strutturare e influenzare il vissuto quotidiano in molteplici forme. Ritorno delle immagini, presenza delle immagini, nuova civilizzazione delle immagini: diversi modi espressivi che ci indicano, in maniera forse ossessiva, che la nostra relazione all’ambiente che ci circonda è connotata da questa presenza sempre più banale dell’immagine. Banale qui va inteso nel senso di un’abitudine, di un fattore ricorrente e di una parte integrante del vissuto in cui bisogna constatare la presenza costante di immagini che formano una sorta di “epidemia visuale” (La Rocca 2018). Epidemia visuale da intendere come una sensibilità fenomenologica della conoscenza del mondo contemporaneo.

In quest’ottica si attribuisce una decisiva rilevanza a quel quotidiano dove la componente simbolica, come mostra tra l’altro l’analisi sociologica di Michel Maffesoli (1979), risulta essere uno dei punti essenziali per capire e interpretare il quotidiano. La logica simbolica, d’altronde, ci indica come l’individuo dà corpo e senso alle sue attività costruendo una tipologia di narrazione del quotidiano attraverso le immagini che devono essere pensate nelle varie sostanze (fotografia, cinema, arte, videogiochi...). I vari tipi di immagini raccontano l’esperienza del vissuto condivisibile tramite il dominio del digitale e che confermano, in un certo modo, quella centralità oculocentrica (Rose 2001) ormai nota e assodata. Questa centralità, dal nostro punto di vista, deve essere pensata in legame con una potenza dell’immaginario che nell’attuale scena culturale e sociale assume un ruolo preponderante e si attualizza in una propagazione e circolazione di immagini. In un certo senso l’immagine deve essere pensata ugualmente come una persistente presenza nell’era contemporanea nelle varie sfere esistenziali. Bisogna anche valutare la tipicità dell’accelerazione del presente come una costante socio-antropologica dell’odierna società, come ben espresso anche dalle note analisi del filosofo Hartmut Rosa (2010), in cui la circolazione di immagini rispecchia questa enfasi di un tempo sempre più condiviso nell’immediatezza e nella velocità. In questo contesto l’immagine, nel suo magma digitale, può essere vista come un residuo, un frammento dell’esperienza vissuta e degli spazi urbani anche all’interno di una dinamica estetica: ovvero il condividere e generare emozioni. Dunque un’estetica relazionale che mette in risalto le costellazioni del percorso esistenziale degli individui in legame con l’apparenza spaziale: ovvero un essere della città che si rispecchia nelle immagini captate e amplificate della circolazione, in quella che potremmo definire come una spirale dell’ubiquità dell’essere e dello spazio-tempo. Si tratta, a nostro avviso, di una percezione del vissuto dove non possiamo

dissociare la tecnica e i suoi dispositivi, che permettono un'amplificazione del reale, come fattore di influenza sulla presenza e visibilità. In questo senso, siamo intrecciati in un rapporto con le interfacce che a loro volta generano la visualizzazione del mondo: si tratta di uno dei principi dell'esistenza e del fare esperienza (La Rocca 2011) e al tempo stesso di un tragitto dell'immaginario (Durand, 1960, 1994) che mostra in che modo le forme esistenziali influiscono sulla nostra sfera socio-spaziale.

Tecnica e immagine sono delle sfere di senso che agiscono sul quotidiano producendo alterazioni che devono essere comprese come forme di un vissuto sempre più impregnato dalla modalità visiva e del rendere il mondo in immagine. Rendere il mondo in immagine significa, dal nostro punto di vista, evidenziare quella parte d'immaginario che potenzia il nostro quotidiano attraverso una sollecitazione visuale di svariate immagini come simboli del tempo e della cultura contemporanea in cui materiale e immateriale si fondono e agiscono insieme nel produrre una conoscenza del mondo. Si sviluppa in questo modo una conoscenza per immagini che mette in risalto la profondità del sociale. Una profondità che si unisce alla circolazione visuale digitale come atto banale dell'esistenza quotidiana, e che è possibile mettere in corrispondenza con la teoria fenomenologica del mondo sociale proposta da Alfred Schütz (1972). La proposta del filosofo e sociologo austriaco è quello di una sociologia fenomenologica in quanto modalità significativa del mondo in cui decifrare, attraverso una prospettiva comprensiva, il senso dell'azione che possiamo evidenziare in quella logica del senso comune mostrata dalle sue stesse analisi.

Banalità del quotidiano e senso comune rappresentano allora degli elementi di comprensione di quest'azione di produzione di immagini, in particolare fotografica, da parte degli individui e del susseguente corollario della diffusione e narrazione transmediatica che si genera come principio del condividere. Potremmo parlare contemporaneamente di un mondo come immagine e di immagini del mondo che consideriamo, nella nostra riflessione, come forme di una narrazione nella logica immersiva digitale in quanto produzione di una poetica sensibile del mondo sociale. In questa direzione potremmo allinearci su quella concezione dell'immaginario indicata da Gilbert Durand (1960) per cui l'immaginario è una visione del mondo e di quel substrato che scintilla, diremmo noi, per emergere come qualità del sociale e come senso del mondo dove risaltano simboli e archetipi. E, in un certo senso, la profusione delle immagini è parte di una catena di significati costituita dall'unione simbolica archetipica dove riscontrare la realtà esistente dei frammenti urbani. In questo senso, le immagini diffuse e condivise creano una morfologia sensibile e sviluppano quella che definiamo come *estetica atmosferologica*, parte integrante dell'immaginario sociale di una realtà esistente e condivisa. Su questa base si sviluppa una narrazione visuale come archetipo di un immaginario delle atmosfere urbane che è possibile mettere in risalto nelle varie forme di immagini raffigurate nel magma digitale e in particolare, per quanto ci riguarda, nelle sezioni di Instagram come riproduzione delle urbanità. Nella nostra analisi faremo riferimento all'immagine fotografica che rappresenta nell'epoca digitale contemporanea una delle attività principali di estetizzazione del mondo. Illustrando la dinamica degli immaginari visuali, mostreremo in che modo la centralità degli schermi rappresenti un fattore di influenza della mediatizzazione dell'esistenza legata al fenomeno della riproducibilità (Benjamin 1936) dell'immagine fotografica digitale che, attraverso Instagram, riproduce le atmosfere e le sensibilità spaziali. Questo per evidenziare in che maniera la percezione visuale sensibile permette, attraverso il flusso continuo di fotografie, la configurazione di un tipo di aura urbana che evidenzia dei tratti simbolici dei vari frammenti delle città.

Immaginari visuali

In questa dinamica la visualizzazione del mondo diventa sempre più evidente tramite la proliferazione dei dispositivi tecnologici e comporta un’amplificazione dei luoghi urbani visualizzati attraverso la condivisione delle fotografie. Di conseguenza, si sviluppa un regime dell’immaginario visivo in cui la condizione ontologica dell’essere e dello spazio è condizionata dagli effetti degli schermi che generano una specie di “oscuro riflettere” (Attimonelli, Susca 2020). Questo è inteso come segno di una consolidata mediatizzazione del quotidiano che alimenta il sociale e crea un riflesso delle urbanità e spazialità vissute che conquistano lo spazio visuale della rete digitale riecheggiando gli effetti di una relazione tra simbolico, reale e immaginario.

In effetti, in un discorso legato all’immaginario sociale, l’intreccio di immagini può essere pensato come una modalità per l’individuo di creare un’affinità con l’ambiente urbano circostante che, tramite il digitale, si duplica nella reciprocità di scambi e dell’immagine condivisa; inoltre, in base all’analisi di André Gunthert (2015), tale rapporto è un riflesso di un cambiamento tecnologico che mette in risalto la trasmissione dell’immagine e la sua fluidità. Ed è in questo flusso che affiora come punto focale un’estetica sensibile della città contemporanea che attraversa i nostri schermi e si riflette nei nostri sguardi, dando vita ad una forma di *Musée imaginaire*, riprendendo qui il celebre lavoro di André Malraux del 1946, in quanto avventura visuale delle atmosfere urbane. Se questo *Musée imaginaire* è visto in quanto fenomeno di un’esperienza cumulativa e visuale, allora, riadattandoci alla nostra epoca culturale, possiamo certamente evidenziare come questo cumulo di immagini e la susseguente esperienza *in visu* del mondo (La Rocca 2011) sono il rimando di una riabilitazione dell’immaginario e una forma climatologica del sentire contemporaneo.

È dunque un dato di fatto, su cui l’analisi sociologica a nostro avviso non dovrebbe più aver dubbi, che l’immaginario, per mezzo di questa attuale profusione di immagini condivise, rappresenti una tipologia epistemologica e fenomenologica della conoscenza e al tempo stesso attualizzi una costruzione visuale del mondo su cui si fonda il nostro sguardo. Sguardi e visioni sono condizionati generalmente dai dispositivi che ne influenzano la ricezione; dispositivi ottici insieme alle tecnologie visuali, secondo Andrea Pinotti e Antonio Somaini, si “innervano nel corpo organico dell’uomo, ne ampliano protesicamente le possibilità percettive” (2016, p. 108).

Una percezione che diventa via via più immersiva nella condizione esperienziale dell’immagine contemporanea in cui, attraverso il dispositivo schermo, siamo sempre più dentro l’immagine, quasi come un richiamo a quel famoso fotogramma di *Videodrome* (1983), capolavoro socio-cinematografico di David Cronenberg. Immersione e dispersione come atto culturale di schermi e immagini che ci inondano e ci fanno penetrare nella realtà stessa delle immagini, e tramite esse, nella realtà amplificata. L’immagine è dunque “incarnata” (Pinotti, Somaini 2016, p. 137) e, a partire da questa incarnazione, possiamo mettere in rilievo l’attuale condizione schermatica dell’esistenza. Condizione in cui la realtà degli spazi urbani entra a far parte di un flusso di condivisione, generando nuovi rapporti di spettatorialità (Tirino 2020); rapporti che si riscontrano nelle varie estensioni protesiche di cui l’uomo contemporaneo, che definiamo come un “uomo-flusso”, si nutre nel suo vissuto quotidiano attraverso l’esperienza digitale.

Attraversamenti schermatici

Questo tipo di esperienza mette in risalto una centralità dell’occhio e una tipologia d’azione formata da un’attenzione/distrazione visuale dove lo sguardo rappresenta una peculiarità di un processo del sociale in cui la dinamica delle immagini – ribadiamolo – al di là di essere modalità

percettiva e comunicazionale è anche parte della costruzione sociale della realtà che genera una visione estetica-sensitiva del quotidiano. Siamo immersi così in una dimensione sensibile del mondo, laddove il sensibile deve essere inteso come attitudine e prerogativa del sentire. Un sentire in cui i sensi e le emozioni mostrano gli effetti di un processo di visualizzazione del mondo e di quel carattere visuale dell'esperienza che fabbrichiamo attraverso l'interazione con gli schermi. Le forme interattive come sostanza del vedere e del far vedere rientrano nella dinamica percettiva del vissuto che non può essere indipendente dalle strutture digitali e dai dispositivi di visualizzazione che alimentano la comprensione del reale.

Se da un punto di vista paradigmatico della cultura visuale si è tanto parlato dell'emergenza negli anni Novanta di un *iconic turn* – così definito da Gottfried Boehm nel suo famoso *Was ist ein Bild?* (1994) e sviluppato anche da W.J.T. Mitchell (1986, 1994) – potremmo oggi parlare di un tipo di *screen turn* ovvero un ampliamento di quella svolta delle immagini in quanto processo di conoscenza e di produzione di senso. Allora lo schermo è un dispositivo che ha un ruolo epistemologico e fenomenologico in relazione all'immagine, alla cultura e al quotidiano e va illustrato come una superficie abitata o, rifacendoci alla teoria dei media di Marshall McLuhan (1964), come un ambiente e come un'estensione dell'uomo contemporaneo. E in questa estensione possiamo simbolizzare ugualmente un prolungamento, attraverso le immagini esposte, del vissuto quotidiano e della spazialità urbana.

Lo schermo pertanto amplifica l'ormai nota proliferazione dell'immagine attraverso una "riproducibilità tecnologica" (La Rocca 2015) che permette un dilatamento della visione di un mondo dove l'immagine rappresenta una specificità del contesto culturale attraverso varie forme espressive che ne cristallizzano il vissuto quotidiano. Una cristallizzazione da intendere anche come specchio del vissuto dove si attua un processo di proiezione e trasmissione a partire dal quale le immagini acquisiscono un ruolo edificatore di reciprocità.

Lo sguardo, nella forma ibrida del nostro vissuto contemporaneo, ovvero quella fusione tra il reale e l'abitare digitale, è sempre più connotato dall'esistenza sullo schermo. In questo tipo di esistenza possiamo dire che siamo attraversati dagli schermi e ciò produce una dimensione di visualizzazione percettiva da intendere come sinonimo dell'istantaneità del vissuto che alimenta un sentimento di ontofonia¹ come qualità dell'abitare il mondo e forma di apparizione dell'essere. Un essere della città, nel nostro caso, poiché lo schermo ci proietta nei suoi interstizi attraverso la continua condivisione di fotografie, ci fa attraversare luoghi e spazi, sentirne le atmosfere, percepirne le *ambiances*. È anche questo il senso che possiamo dare all'immagine digitale e alla presenza schermatica: un tipo di ontofonia che rappresenta una forma di narrazione del sociale e delle urbanità. In quest'ottica bisogna pensare gli schermi come superfici di proiezione attraverso cui emerge un sentimento ontofatico (Vial, 2013), ovvero un modo per le cose di apparire attraverso la tecnologia. Ed è così che anche la città e i suoi spazi appaiono nella forma di riproducibilità fotografica che condiziona l'atto percettivo. Quindi il vedere, il percepire e l'essere al mondo e del mondo sono dipendenti dagli effetti tecnologici che amplificano le apparizioni. In questo senso la tecnologia è un elemento di influenza nel nostro rapporto al mondo e gli schermi sono, nella nostra logica analitica, una delle conseguenze di utilizzo o di gesto tecnologico che definiscono il nostro rapporto alle urbanità e alle loro atmosfere. La proiezione della città fotografata per mezzo degli schermi è da intendersi anche come ridefinizione dello sguardo, di quella centralità dell'occhio, che già Georg Simmel (1981) aveva identificato come atto sociologico, come produzione di conoscenza. Se in un'ottica simmeliana, vedere e osservare sono elementi del sapere possiamo ridefinire questa centralità dell'occhio attraverso l'influenza schermatica e la fotografia digitale

¹ Il termine di ontofonia è stato coniato da Mircea Eliade nella sua riflessione su *Le sacré et le profane* (1965) come modalità di manifestazione, apparizione dell'essere e quindi di un'essenza dell'esistenza. Al tempo stesso, recentemente Stéphane Vial (2013) ripropone una lettura dell'ontofonia in relazione al digitale.

nel senso di proiezione verso le cose. Si tratta di uno sguardo profondo nelle superfici visive degli schermi da cui far emergere la narritività urbana o anche ciò che potremmo definire un "doppio" dello spazio. Doppio nel senso che la città si riproduce nei suoi spazi attraverso gli schermi e, in particolare, tramite le immagini fotografiche, creando un'altra visione consumata e diffusa tramite le superfici schermatiche. In questa percezione, si evidenzia ugualmente un processo empatico attraverso il quale viviamo un'esperienza espressiva nella relazione con i *frames* diffusi della città fotografata/instagrammata.

Se nell'ottica della *media archaeology* di Erkki Huhtamo (2004) e la sua proposta di *screenology* la natura dello schermo è una superficie e un supporto di apparizione dei fenomeni visuali, ovvero è un *information surface*, allora lo schermo rappresenta un ambiente che ci connette con le diverse spazialità e i luoghi del vissuto ridefinendo ugualmente le nostre pratiche socio-spaziali. D'altronde è interessante in questa riflessione sottolineare il punto di vista di Francesco Casetti (2014): ovvero considerare lo schermo con cui siamo in relazione come un *display*, un punto di transito delle immagini che circolano e sono presenti in ogni luogo. Lo schermo/*display* è una nuova forma che permette la presenza istantanea delle immagini che transitano disponendole di fronte al nostro sguardo. Affermando che il quotidiano è sempre più vissuto davanti, dentro e attraverso gli schermi, ci troviamo di fronte ad un contatto con la realtà che transita per paesaggi schermatici generando una forma di alterità in cui lo schermo rappresenta il tramite che ci pone in contatto con il reale e rende visibile il vissuto nelle sue varie sfumature. Attraverso la mediazione schermologica, possiamo dire che si attualizza una messa a nudo del reale. La teoria di Huhtamo, tra l'altro, ci illustra in che modo lo schermo e la cultura contemporanea delle immagini condivise ridefiniscono l'immaginario visivo del corpo sociale attraverso una dimensione esperienziale in cui siamo sempre più proiettati nelle immagini attraverso gli schermi.

In un certo senso, ritroviamo attualizzato il pensiero di Walter Benjamin (1936), ovvero pensare il medium come percezione in cui i vari dispositivi influenzano i sensi e le sensazioni organizzando un ambiente sensoriale che plasma le nostre visioni e, dunque, influisce sulla formazione di un immaginario urbano-atmosferico dove lo schermo è da concepire come un dispositivo ottico ambientale che influenza il sentire e le emozioni.

Schermo come pratica sensibile-sensoriale: questa può essere una concezione di un dispositivo ontologico che ci offre la possibilità interattiva con un effetto specchio di quel reale urbano che si amplifica tramite la fotografia digitale e le connettività. Con la condivisione delle immagini, l'essere della città trova un dilatamento dei suoi luoghi e spazi nelle serialità di immagini di sé stessa nelle varie forme instagrammate.

Questa proposta di "instagrammizzazione" del vissuto della città la possiamo anche concepire attraverso una lettura di stampo goffmaniano, ovvero di una "drammaturgia del quotidiano" (1966) che si mostra nelle forme di rappresentazioni delle interazioni simboliche con lo schermo creando dei frammenti che attirano lo sguardo nella fluidità digitale verso le configurazioni et atmosfere urbane. L'immagine attraversa lo schermo e attua una sorta di risonanza delle forme urbane e del loro fluire nel contesto digitale che crea e ricrea la visione dell'ambiente socio-urbano con una connotazione di simbolicità estetica emozionale. In questo senso emerge una delle caratteristiche centrali dell'immaginario e dell'immagine, vale a dire il processo simbolico. E questo processo, a nostro avviso, produce e genera un'esperienza emozionale dello spazio urbano: una natura emotiva allora è in gioco in questo flusso di immagini digitali della città instagrammata che è anche una composizione narrativa con una sua estensione sensoriale.

Riproducibilità tecnica e percezione sensibile

Le interfacce schermatiche, da un punto di vista estetico e sensibile, permettono allora, tramite la riproducibilità delle immagini, la circolazione di atmosfere ed emozioni urbane. Se parliamo di schermologia del vissuto, siamo di fronte ad una dilatazione del mondo urbano come forma comunicativa e connettiva emozionale. Per noi questo è un sintomo, una traccia, di una produzione instagrammabile della città come modo di esistenza e di una *weltanschauung* urbana come manifestazione di un esserci (Heidegger, 1927). Sappiamo bene che ogni epoca è contraddistinta dalle sue convenzioni stilistiche e l'attuale momento socio-culturale ci permette di comprendere come le tecniche di visione siano il risultato di una azione percettiva dilatata e aumentata. E anche di capire come una sorta di geografia emozionale si attivi in una situazione di mobilità diffusa e di flusso permeante che modifica la maniera attraverso cui abitiamo il mondo e come lo esperiamo tramite le riproducibilità digitali.

La città è sempre stata legata storicamente alle immagini sin dall'emergere della fotografia e del cinema in quanto parte della nascita della modernità. L'immaginario prodotto dalla fotografia, e soprattutto dal cinema, ha condizionato da sempre le nostre visioni e, allo stesso tempo, le proiezioni dell'idea di città con i suoi spazi caratteristici, le varie atmosfere, hanno rappresentato una relazione intima con la natura urbana. O meglio, tramite le immagini e l'immaginario che ne scaturisce, si sviluppa un'immersione profonda all'interno del corpo urbano come segno di una formazione delle varie rappresentazioni collettive. Lo scenario cinematografico, ad esempio, ci ha offerto una miriade di immagini che ancora oggi influiscono sulla rappresentazione della città – di dimostrazioni ce ne sarebbero troppe da elencare qui, ma possiamo pensare a *Metropolis* (1927) di Fritz Lang, *Blow up* (1966) di Michelangelo Antonioni, *Blade Runner* (1982) di Ridley Scott, *C'era una volta in America* (1984) di Sergio Leone, *Mulholland Drive* (2001) di David Lynch... – che si trova in un rapporto di complessità con altri tipi di scenari e immagini e fa emergere un altro senso alle atmosfere urbane. Bisogna pertanto considerare l'attuale influenza del panorama transmediale per cercare di esplorare le nuove forme dell'immaginario urbano. C'è, dunque, un cambio di sensibilità, in quanto a prevalere è sempre più quell'effetto – ormai di moda – dell'ibridazione tra forme e immagini che vanno dal cinema, alla fotografia, alle arti visive, ai videogames, alle serie TV e al mondo della connettività rizomatica del web e delle immagini condivise. Ciò determina delle forme percettive ed estetiche del sentire che si attuano in una logica di digitalizzazione del vissuto, producendo un'attività simbolica e un immaginario socio urbano in conformità con lo spirito del tempo. Non dimentichiamo che il digitale è parte integrante del nostro vissuto e del reale: un prolungamento sensoriale della città è in questo modo in atto attraverso gli schermi che ne riflettono le sue forme e le sue dimensioni sensibili. E non tralasciamo un ulteriore fattore, e cioè che, da un punto di vista sociologico e di metodo, il web va considerato come rete empirica per l'osservazione. Ed è in questo senso che la connettività e la condivisione delle immagini via Instagram merita attenzione del nostro sguardo, di un occhio sensibile che scruta e capta come farebbe il *flâneur* (Benjamin 1989, Featherstone 1998) nelle sue deambulazioni urbane che, nel nostro caso, diventano anche deambulazioni digitali. In effetti, il nostro intento è quello di un'orientazione sociologica di comprensione delle narrazioni dell'immaginario urbano, delle sue atmosfere e delle sue tonalità attraverso l'immersione digitale. Un'immersione come attitudine soggettiva tipica del *flâneur* che è atta a scoprire e percepire al fine d'instaurare una comprensione e produrre una visione dell'immaginario urbano. Immergersi nella rete e, nello specifico, nel paesaggio di Instagram significa anche, per mezzo dello scrutare dell'occhio, costruire una specie di puzzle delle impressioni colte nello scorrimento dei flussi di immagini.

Scrollando le diverse fotografie presenti su Instagram relative al mondo urbano², è possibile cogliere, per mezzo di una relazione immediata e mediata, una certa qualità sensoriale degli spazi e realizzare quindi un inventario di un immaginario urbano che si manifesta a partire dagli schermi delle connessioni istantanee. La città dunque non è più solo oggetto/soggetto del cinema, ma si mostra progressivamente nelle reti digitali e in particolare su Instagram come tipico luogo esploratorio. Potremmo anche definirlo un laboratorio socio-fotografico della città che consente in un certo modo di realizzare una nuova forma di comprensione degli spazi e dei luoghi urbani³. La città come "laboratorio" – ricordiamo storicamente l'intuizione della proposta della sociologia urbana della famosa Scuola di Chicago negli anni Venti – è compresa anche nella sua essenza dall'esistere tramite immagini condivise, rappresentazioni collettive che formano una particolare morfologia in cui il corpo urbano si cristallizza nelle forme visive delle fotografie condizionandone l'appropriazione socio-estetica. Questo rappresenta a nostro avviso anche un metodo di comprensione nel senso che le immagini fanno parlare i luoghi e, dunque, la nostra osservazione/percezione sensibile passa per il medium schermo in quanto rappresentazione fotografica che ci permette di analizzare la città con un multi-sguardo che moltiplica le interpretazioni.

In questa direzione, ispirandoci alla teoria simmeliana, la percezione orienta le mobilitazioni sensoriali conducendo di conseguenza a una lettura sensitiva dell'esperienze atmosferiche urbane. Se Simmel (2013) aveva illustrato nella nascita della metropoli moderna delle trasformazioni dell'ambiente urbano che modificano l'apparato sensitivo umano condizionandone l'esperienza, potremmo riattualizzare questo effetto pensando alla dinamicità delle immagini condivise su Instagram come un nuovo tipo di intensificazione dello sguardo che produce un eccitamento dei sensi. È anche possibile parlare di una specie di *nervenleben* digitale che accelera e aumenta le impressioni della spazialità urbana. La fotografia in effetti è un'impressione e l'accumulazione di immagini sollecita la nostra percezione sensoriale. C'è una sorta di eccitazione dei sensi procurata dall'instagrammizzazione del quotidiano e delle sue atmosfere urbane che genera, in un certo modo, un aspetto onirico che, in ottica benjaminiana, rinforza la fantasmagoria. E, secondo il nostro punto di vista, la vetrina Instagram è un tipo di prolungamento di quella fantasmagoria della città moderna teorizzata da Benjamin (1989) dove il nostro sguardo è assorbito nel flusso visuale della città che ci si specchia tramite i vari frammenti fotografici.

Riproducibilità tecnica dell'aura urbana

C'è un certo incrocio di sguardi che si dissimula nel flusso di immagini: quello degli instagrammers e quello della curiosità sociologica come atto di scoperta e selezione delle tracce dell'immaginario urbano. Le molteplici foto instagrammate della città ci permettono di mostrarla nelle sue diverse sfaccettature e di dar vita ad un modo d'appropriazione socio-estetico della realtà urbana che corrisponde, inoltre, ad una scoperta e riscoperta di luoghi nascosti o invisibili. D'altro canto però bisogna anche evidenziare come la dinamica della città

² Per questione di diritti abbiamo scelto di non usare immagini captate da Instagram. Tra i profili interessanti per la nostra analisi possiamo evidenziare in particolare: #urbanandstreet, #streetphotography, #ambiancesurbaines, #streets_storytelling, #cyberscaping, #timeless_streets, #capturestreets....

³ In questa direzione evidenziamo le esperienze che si attuano nel ciclo di convegni *Métropole Sensible* da noi ideato all'Università Paul Valéry Montpellier 3 in cui si presentano aspetti della "*ville instagrammée*" lanciata come idea di esercizio pratico di ricerca permanente. Si noti ad esempio l'edizione #7 del 2019 con le esperienze proposte da Fernando Gonçalves dell'UERJ (Università statale di Rio de Janeiro) e dagli studenti Bianca Antues e Vanessa Freitas a proposito di Rio de Janeiro su Instagram e l'edizione #8 del 2020 con Caroline Pierre-Elien (LEIRIS, Université Montpellier 3) sul quotidiano messo in scena su Instagram attraverso le immagini della mobilità urbana.

instagrammata divenga uno strumento per la fabbricazione di un immaginario del turismo che si attualizza tramite i vari filtri che danno l'impressione di svariate cartoline. E, in un certo senso, la foto instagrammata dei luoghi delle città può essere intesa come un'evoluzione del formato delle cartoline che viene riutilizzata dalla comunicazione visuale dalle agenzie di turismo. La città ha bisogno di immagini per esistere, per mostrarsi, sentirsi viva e apprezzata e questo produce una contemplazione che ha anche l'effetto di un consumo, di una finestra di esposizione permanente riprodotta dai gesti fotografici degli utenti. Quindi c'è un tipo di attrazione per lo sguardo e di un'immagine riflessa che può essere intesa anche come feticismo visuale. Questo feticismo lo riscontriamo finanche nella proposta delle classifiche dei vari luoghi instagrammabili che ritroviamo disseminate nelle pagine web e sembra quindi che l'esperienza *tout court* della città non conti più ma che, piuttosto, emerga un sentimento dell'"esserci-stato" in quei luoghi.

Questo tipo di feticismo visuale a nostro avviso è partecipe di quell'effetto di *hype city* (La Rocca 2013) in cui si consuma l'immagine stessa riproducendo le foto dei luoghi per marchiare l'impronta della presenza. I vari effetti dei luoghi più instagrammabili delle città e la generalizzazione delle città più instagrammate, dimostrano una spettacolarizzazione a colpi di hashtag che simbolizza una riproducibilità dell'aura urbana di luoghi simbolo e predisposti alla fotografia di massa che non è altro che la conseguenza della popolarizzazione del viaggio e del turismo, la cui essenza è sempre più visuale: cioè risultato di una visualizzazione permanente della presenza nei luoghi. Qui, i luoghi urbani diventano immagine-oggetto, dando vita a uno spettacolo permanente di immagini dove ogni luogo e spazio non sfugge alla captazione. Questo sembra un effetto di quell'influenza della cultura partecipativa e in particolare della cultura Instagram che condiziona sotto vari aspetti le rappresentazioni collettive dell'immaginario urbano. Se da un lato il turismo visuale di chi è riversato in permanenza sullo schermo dello smartphone riproduce luoghi e spazi già noti al nostro immaginario, sottolineando l'effetto di presenza di massa, dall'altro lato varie forme di fotografie su Instagram rivelano invece una certa riscoperta urbana. Quindi, se la massificazione e il ritrarsi in foto in luoghi simbolo danno l'impressione che lo schermo diventi protagonista separandoci dalla sensazione urbana, è anche vero che alcune specie di fotografie tematiche – ad esempio la strada – ci mostrano una volontà di ricreare un'altra aura urbana attraverso le intensità tonali.

Instagram permette anche una forma di scoperta e di rivisitazione degli interstizi urbani attraverso la pratica fotografica attuata con la *flânerie* e le varie *balades urbaines*⁴ che l'individuo contemporaneo realizza, evidenziando le varie scene della strada che formano così una specie di galleria sensoriale. La strada, in effetti, è una delle scene privilegiate della forma fotografica contemporanea perché è lì che si mostrano le forme dell'abitare il quotidiano con le sue diverse caratteristiche che vanno dai corpi umani, agli istanti vissuti, ai ritmi, alle atmosfere, sino agli stili e alla moda, ovvero vari elementi simbolici che ne definiscono la fenomenologia o, meglio, un'ontologia. Quell'essere della strada e di quello che ci si trova: è questa una delle essenze delle scene fotografate e sparse su Instagram. L'individuo cattura le scene dei tracciati urbani creando tramite la foto condivisa un'esperienza estetica espressiva, che potremmo definire come una specie di poetica urbana. Questa, quella dello stile "sensibile" specifico di Pierre Sansot (1973), è fatta di sensazioni, di impressioni vissute tramite l'osservazione e la pratica dell'immersione negli spazi. Oggi, questa poetica sensibile si attua anche tramite l'immersione fotografica che ne rappresenta un punto di vista sensoriale e sensuale e le foto che possiamo scrutare e osservare nell'empirismo di Instagram, formano un panorama di

⁴ Nella nostra esperienza di ricerca al CeaQ (*Centre d'étude sur l'actuel et le quotidien*) alla Sorbonne tramite la creazione nel 2004 del GRIS (attivo fino al 2013) un gruppo di ricerca sull'immagine e la città, abbiamo istituito un ciclo di *balades urbaines* con la pratica della fotografia per captare le varie *ambiances* dei luoghi tematici attraversati.

tonalità e *ambiances* dove queste ultime fanno riferimento all'esperienza vissuta attraverso la sensibilità. Se la strada è un ricettacolo di qualità sensoriali, allora le varie fotografie ne risaltano le particolarità, le mostrano, le accentuano. Il tragitto dell'immaginario contemporaneo della città, in questa dinamica, attraverso le reti digitali e le varie finestre di Instagram, rappresentano un'apertura verso il sensibile urbano mediante una valorizzazione del quotidiano delle strade e dei quartieri.

La città dell'istante: questo è il senso che possiamo dare al fenomeno di *ininstagrammizzazione* del quotidiano. È una modalità differente di conoscere la città, un altro punto di vista che sviluppa una nuova modalità di sguardo che va al di là dello schermo e genera un'immersione tesa alla ri-scoperta delle strade, dei quartieri. Si tratta di un'esplorazione urbana, una mobilità foto-estetica del camminare da intendere anche come un'impostazione sociologica di conoscenza e comprensione. Quindi, al di là della semplice visione di sentimento di "inquinamento" visuale, la città *ininstagrammata* è un tipo di particolarismo socio-estetico in cui lo spazio urbano riacquista un'aura magica di sensazioni e sensualità. Ma è anche vero che spesso si mette l'accento sull'*instagrammer* di successo o dei vari luoghi *ininstagrammati* massificati legati alla presenza urbana delle star. Accade spesso che alcuni luoghi frequentati da celebrità siano presi d'assalto per un effetto di emulazione pop, per immortalarsi fotograficamente e condividere una spazialità simbolica. Questo è il segno di come l'immagine oggi posseda un'influenza sul vissuto e di come alimenti le azioni collettive che, in questo caso, ci mettono di fronte a quell'esito di uniformizzazione dello spazio già tipico del turismo di massa. La città in Instagram – o potremmo anche azzardare a dire la città di Instagram –, trasmette visioni ricorrenti di luoghi emblematici come una forma di tendenza (di cui si nutre il business turistico) che ci fa pensare a quell'effetto di *generic city* evidenziato dall'architetto olandese Rem Koolhaas (1995). Copia e incolla di spazi per riprodurre quello che si vuole vedere, il simile o il conosciuto in cui ritrovarsi come forma d'un immaginario che potremmo definire programmato e omogeneo. C'è dunque un'estetica dell'omogeneo che si raffigura grazie alla riproducibilità fotografica digitale.

Al di là di questa critica (che meriterebbe un discorso a parte), gli effetti della pratica di *ininstagrammismo* possono essere pensati anche in una configurazione che evidenzia una certa estetica poetica che genera una trama narrativa della città. Come abbiamo cercato di mostrare attraverso la rilevanza della particolarità della strada come elemento fotografato, si determina un'emozionalità urbana legata alle diverse immagini postate su Instagram che diventa un modo di esaltare la città costruendone delle narrazioni visuali che influenzano la nostra relazione con la spazialità. Una polifonia visuale è generata da quest'effetto di *ininstagrammizzazione* e bisogna interpretarla come un'espressione di mediazione estetica tra la città e l'umano che a sua volta forma l'idea di una "metropoli come medium"⁵. Si tratta quindi di una visione prodotta da un universo di dispositivi e di molteplici immagini, da un assortimento di luoghi che orienta e codifica il nostro sguardo, la nostra sensorialità, le nostre emozioni e l'immaginario collettivo. Come tra l'altro ci indica l'analisi di Alain Mons (2002), siamo immersi o meglio viviamo in un universo di immagini diffuse che abbiamo integrato ed esse ci inglobano e sono dunque il nostro doppio quotidiano. Questo, dal nostro punto di vista, produce un fenomeno morfologico come nuovo tipo di paesaggio della città: dunque quello digitale di Instagram in cui circolano le varie immagini-flusso che scandiscono la nostra quotidianità. Il nostro sguardo non è più fisso e, in accordo con le riflessioni di Mons, diventa mutevole, mobile e multi-dimensionale e dunque la diversità delle immagini crea uno sguardo in movimento che condiziona la visione

⁵ Ci preme sottolineare che il tema e la riflessione sulla "metropoli come medium" è stato lanciato nel 2008-2009 a São Paulo in collaborazione con Antonio Rafele nel quadro di incontri con il centro di ricerca ATOPOS organizzati da Massimo Di Felice alla USP (Università di São Paulo).

dello spazio urbano creando un'*atmosferologia*⁶ che documenta la vita urbana, le sue architetture, i suoi toni. La possiamo pensare come una cartografia dell'immaginario contemporaneo che forma una cristallizzazione delle impressioni rese dalle fotografie. L'*atmosferologia* ci pone di fronte ad un rapporto tra l'individuo e la realtà da un punto di vista affettivo ed emozionale. Tonino Griffiero (2017), tra i più noti specialisti dell'*atmosferologia*, ci indica come strada teorica quella della conoscenza sensibile legata alla nostra percezione e alla vita quotidiana. Le atmosfere sono allora delle qualità emotive che si irradiano dagli ambienti e dalle cose. Ispirandoci a Griffiero, notiamo come questi "ambienti" e "cose" possano essere pensati anche attraverso la fotografia. Un impianto fenomenologico si genera a partire dall'emotività delle immagini che, ponendo al centro i frammenti urbani, amplifica l'emozione vissuta. Ciò che si presenta nelle varie fotografie condivise può essere percepito, nella sostanza atmosferologica, come un corollario di spazi emotivi. Nella sostanza filosofica e nell'estetica, il senso delle atmosfere rappresenta l'espressività delle cose e una percezione del mondo attraverso le proprietà emotive che, dunque, possono essere emanate anche dalle immagini. In questo senso, la città instragrammata assume queste qualità emotive con il circolare di immagini che ne evidenziano un'effusione tonale con lo spazio urbano che si mostra. Il guardare e scrutare le immagini instragrammate dei vari frammenti urbani costituisce un modo di penetrare nelle sostanze tonali dell'esperienza quotidiana e di attuare un'esperienza sensibile dello spazio dove appunto l'atmosfera, basandoci sulle idee di Gernot Böhme (2018, 2020) è quel qualcosa che ci colpisce emozionalmente. Si concepisce in questo modo, un'affettività socio-estetica che si predispone in un'ottica sensibile nel percepire le qualità ambientali di un luogo, di uno spazio, di una strada. In quest'ottica, a nostro avviso, siamo di fronte ad un'intonazione urbana contaminata dalle immagini che ci fanno "sentire" e "provare" le *ambiances*. L'aura della spazialità urbana è riprodotta allora tramite le foto instragrammate in quanto modalità percettive tonali che irradiano il nostro quotidiano attraverso l'effetto schermatico. In sostanza, la proposta di città instragrammata acquista varie sfaccettature in quanto la qualità polisemica delle immagini ci mette di fronte a vari tipi di interpretazioni e informazioni. E le molteplici situazioni foto-urbane che si irradiano in questo flusso digitale partecipano ad una proliferazione dell'immersione tonale, affettiva ed emozionale che bisogna prendere in considerazione in quanto essenza di un'attualizzazione della riflessione sulla città e sui suoi spazi tramite le atmosfere e le *ambiances*.

Bionota: Fabio La Rocca is Maître de conférences in sociology at the University Paul-Valéry Montpellier 3 where he is a researcher at LEIRIS (Laboratory of Interdisciplinary Studies on the Real and Social Imaginaries). He is Editorial coordinator of the journal *Sociétés* (DeBoeck ed.), member of the Kinopoliticon research group at Universidad PUC-RS in Porto Alegre, and of the CAC (Comunicação, Arte e Cidade) research group of the Universidad do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ Brésil). Among his interests are the imaginary of urban ambiances, visual sociology, media, and pop culture. He is the author of the book *La ville dans tous ses états* (Paris 2013, Porto Alegre 2018).

Recapito dell'autore: fabio.la-rocca@univ-montp3.fr

⁶ Tema vasto e che ovviamente richiede un approfondimento ma che in questo articolo è accennato come un elemento teorico di comprensione sensibile del fenomeno che analizziamo. Sull'*atmosferologia* esiste una vasta bibliografia filosofica e noti studi come quelli svolti da G. Böhme (2018, 2020), H. Schmitz (2019), T. Griffiero (2017, 2018). Nella nostra ricerca (che sarà l'oggetto della realizzazione di un lavoro pratico per l'HDR all'Università di Montpellier nel laboratorio LEIRIS) legghiamo l'*atmosferologia* alla teoria delle *ambiances* al fine di decriptare e analizzare la percezione delle emozioni urbane e dei frammenti sensitivi in atto nella città contemporanea.

Bibliografia

- Attimonelli C., Susca V. 2020, Un oscuro riflettere. Black Mirror e l'aurora digitale, Mimesis, Milano-Udine.
- Benjamin W. 2003, L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique (1936), Allia, Paris.
- Benjamin W. 1989, Paris, capitale du XIX siècle. Le livre des passages, Cerf, Paris.
- Boehm G. 1994, Was ist ein Bild?, Fink, Munich.
- Böhme G. 2018, The Aesthetics of Atmospheres, Routledge, London.
- Böhme G. 2020, Aisthétique. Pour une esthétique de l'expérience sensible, les presses du réel, Dijon.
- Casetti F. 2014, "Che cosa è uno schermo oggi?", in Carbone M., Dalmasso A. C. (a cura di), schermi/screens, Rivista di estetica, n. 55, Rosenberg & Sellier, Torino, pp. 103-121.
- Durand G. 1960, Les structures anthropologiques de l'imaginaire, PUF, Paris.
- Durand G. 1994, L'imaginaire. Essai sur les sciences et la philosophie de l'image, Hatier, Paris.
- Eliade M. 1965, Le sacré et le profane, Gallimard, Paris.
- Featherstone M. 1998, "The Flaneur, the City and Virtual Public Life", in Urban Studies (1998), Vol. 35, N°5-6, Sage Journals, New York, pp. 909-925.
- Goffman E. 1966, La mise en scène de la vie quotidienne, Éditions de Minuit, Paris.
- Griffero T. 2017, Atmosferologia. Estetica degli spazi emozionali, Mimesis, Milano.
- Griffero T., Moretti G. (a cura di) 2018, Atmosphere/Atmospheres. Testing a new paradigm, Mimesis international,
- Gunthert A. 2015, L'image partagée. La photographie numérique, Textuel, Paris.
- Heidegger M., 1986, Sein und Zeit (1927), Être et Temps, trad. fr. Vezin, Gallimard, Paris.
- Huhtamo E. 2004, "Elements of Screenology: Towards and Archeology of the Screen", in ICONICS: International Studies of the Modern Image, Vol.7 (2004), The Japan Society of Image Arts and Sciences, Tokyo, pp. 31-82.
- Koolhaas R. & Mau B. 1995, S,M,L,XL, The Monacelli Press, New York.
- La Rocca F. 2011, "Culture visuelle et visualisation du monde: l'expérience in visu", in Sociétés, N°112, DeBoeck, Bruxelles, pp. 95-102.
- La Rocca F. 2013, La ville dans tous ses états, CNRS Éditions, Paris.
- La Rocca F. 2015, "La sociologie visuelle à l'époque de sa reproductibilité technologique par l'image", in Iconocrazia, "Potenza dell'immaginario" N°7.
- La Rocca F. (a cura di) 2018, Epidemia visuale. La prevalenza delle immagini e l'effetto sulla società, Edizioni Estemporanee, Roma.
- Maffesoli M. 1979, La conquête du présent. Pour une sociologie de la vie quotidienne, PUF, Paris.
- Malraux A. 1996, Le musée imaginaire (1946), Gallimard, Paris.
- McLuhan M. 1964, Understanding Media: The Extensions of Man, Mc Graw-Hill, New York.
- Mitchell W.J.T. 1986, Iconology. Image, Text, Ideology, University of Chicago Press, Chicago.
- Mitchell W.J.T. 1994, Picture Theory. Essays on verbal and visual representation, University of Chicago Press, Chicago.
- Mons A. 2002, La traversée du visible. Images et lieux du contemporain, Les éditions de la Passion, Paris.
- Pinotti A., Somaini A. 2016, Cultura visuale. Immagini, sguardi, media, dispositivi. Einaudi, Torino.
- Rosa H. 2010, Accélération. Une critique sociale du temps, La Découverte, Paris.
- Rose G. 2001, Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials, Sage, London.
- Sansot P. 1973, Poétique de la ville, PUF, Paris.
- Schmitz H. 2019, « L'atmosphère d'une ville », Les Cahiers philosophiques de Strasbourg, 46, 147-167.
- Schütz A. 1972, The Phenomenology of the Social World, Heinemann, London.
- Simmel G. 2013, Les grandes villes et la vie de l'esprit. Suivi de "Sociologie des sens", 1903, Petite Bibliothèque Payot, Paris.
- Simmel G. 1981, Sociologie et épistémologie, 1ère édition en allemand 1917, PUF, Paris.
- Tirino M. 2020, Postspettatorialità. L'esperienza del cinema nell'era digitale, Meltemi, Milano.
- Vial S. 2013, L'Être et l'Écran, PUF, Paris.