

Lorenzo Marmo (Università Roma Tre)

*Fotografia, aura e atmosfera: l'esperienza filtrata ai tempi di Instagram*

1. *Fotografare, modificare, condividere*

Instagram è un'applicazione gratuita per i possessori di *smartphones*, che permette agli utenti di scattare foto, modificarle e subito condividerle. Sviluppata da Kevin Systrom e Mike Krieger e lanciata il 6 ottobre 2010, Instagram ha raggiunto un milione di utenti già nell'arco dei primi due mesi di attività, per superare poi i quattrocento milioni nel settembre 2015. Nel frattempo, nel 2012, è stata acquistata da Facebook, al prezzo di un miliardo: questa mossa è stata evidentemente messa in atto dalla compagnia di Mark Zuckerberg come parte di una strategia più ampia per non rimanere indietro rispetto alla connessione sempre più stretta tra l'universo del web e gli sviluppi della telefonia mobile d'ultima generazione. La ragione per cui Instagram ha velocemente e nettamente eclissato le precedenti piattaforme di condivisione fotografica *online* – prime fra tutte Flickr – risiede infatti proprio nella capacità che essa ha dimostrato di saper capitalizzare sulla svolta introdotta dalla tecnologia *smartphone*. Si tratta di un cambiamento veramente epocale, la cui portata non può essere sottostimata, perché, come scrivono Gómez Cruz e Meyer,

«per la prima volta nella storia della fotografia, ci viene data la possibilità di controllare attraverso un singolo dispositivo l'intero processo, gestendo cioè non solo la produzione delle immagini e la loro distribuzione (come avveniva già con qualsiasi telefono cellulare) ma anche la possibilità di rilavorare quelle immagini, all'interno dello stesso dispositivo, per ottenere risultati diversi»<sup>1</sup>.

A partire da queste premesse, nell'intervento che segue cercherò di indagare le peculiarità di Instagram, provando a rintracciare alcune delle implicazioni sia socio-culturali che estetiche che caratterizzano questa *app*, pur tenendo conto dell'inevitabile eterogeneità degli atteggiamenti, degli stili e dei prodotti che ne scaturiscono.

<sup>1</sup> E. GÓMEZ-CRUZ, E.T. MEYER, *Creation and Control in the Photographic Process: iPhones and the emerging fifth moment of photography*, «Photographies», 5.2 (2012), pp. 203-221, p. 216, traduzione mia (come per tutte le altre citazioni da testi in lingua non italiana).

Elemento essenziale del funzionamento di Instagram è, naturalmente, la sua piena partecipazione alla cultura della connettività che caratterizza la comunicazione contemporanea, all'interno della quale esso non è che un singolo microsistema connesso ad altri microsistemi, insieme a cui costruisce una più ampia ecologia mediale tendenzialmente uniforme nell'ideologia e nelle strategie commerciali<sup>2</sup>. Instagram permette infatti di condividere le immagini non solo sulla propria *home page*, ma anche su *social* alleati (Facebook, appunto) e rivali (Twitter), nonché su quelli che ha soppiantato (il summenzionato flickr<sup>3</sup>). Prendere in considerazione Instagram autonomamente è dunque un'operazione per forza di cose parziale. Nonostante la sua importante caratteristica di snodo, però, essa mantiene una sua identità autonoma e peculiare, in un certo senso anche resistente alla incessante commistione tra immagini fisse e in movimento che, come sottolinea Peppino Ortoleva, caratterizza l'odierna «iconosfera *on line*»<sup>4</sup>: a partire dal 2013 si possono anche realizzare e pubblicare video su Instagram, ma l'incidenza complessiva dell'immagine in movimento vi rimane nettamente minoritaria. L'identità di Instagram come *social* fortemente connotato in quanto fotografico è dunque, forse, uno dei segnali più forti del ruolo ancora cruciale svolto dall'immagine fissa nella situazione contemporanea. Cercheremo di indagare più a fondo le implicazioni di questa persistenza, investigando prima il rapporto di Instagram con la temporalità e poi quello con la spazialità, e compiendo un percorso in cui risulterà particolarmente importante il ricorso ai concetti di aura (a partire naturalmente da Walter Benjamin) e di atmosfera (nell'accezione che ne dà il dibattito della Nuova Fenomenologia).

## 2. *Creatività e compensazione*

*«Capture and share the world's moments.*

Instagram is a fast, beautiful and fun way to share your life with friends and family.

Take a picture or video, choose a filter to transform its look and feel,

<sup>2</sup> Cfr. J. VAN DIJCK, *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, Oxford University Press, Oxford-New York 2013.

<sup>3</sup> Per un'analisi del funzionamento di Flickr si veda *Ibid.*, capitolo V.

<sup>4</sup> Secondo Ortoleva l'intero mondo del web è dominato dall'idea della mobilità, della fluidità e del dinamismo, mentre ogni idea di visione statica tende a recedere. Cfr. P. ORTOLEVA, *YouTube e l'iconosfera on line*, in *Estetica dei media e della comunicazione*, a cura di R. Diodato e A. Somaini, Il Mulino, Bologna 2011, pp. 295-312.

then post to Instagram — it's that easy.  
 You can even share to Facebook, Twitter, Tumblr and more.  
 It's a new way to see the world.  
 Oh yeah, did we mention it's free?»<sup>5</sup>

Ciò che più salta agli occhi nel leggere il motto di Instagram riportato qui sopra è la sua retorica ad un certo livello spregiudicata, la sua rivendicazione risolutamente anti-realista della necessità di trasformare e modificare la nostra percezione dell'ambiente circostante per arrivare ad un nuovo modo di vedere il mondo. Per operare tale metamorfosi, Instagram propone quaranta filtri da applicare *ex-post* alla foto (Fig. 1): non si tratta certamente di una prerogativa soltanto sua, ma Instagram pure si staglia nel panorama delle numerose applicazioni che propongono filtri fotografici perché permette di combinarli con tutta un'ulteriore messe di opzioni d'intervento sull'immagine, regolandone il taglio, la luminosità, il contrasto, la saturazione, la sfumatura, la nitidezza e così via. La velocità con cui, con i successivi aggiornamenti del software, questo armamentario si modifica, si arricchisce e diventa sempre più elaborato dà pienamente conto della temporalità sfuggente con cui devono confrontarsi gli studi sul mondo *online* contemporaneo, destinati a interessarsi di oggetti le cui caratteristiche mutano incessantemente<sup>6</sup>.

Le varie evoluzioni di Instagram puntano comunque tutte nella medesima direzione, ovvero quella di rendere fruibile al dilettante ciò che un tempo costituiva il bagaglio del fotografo professionista, sganciando questa possibilità da ogni conoscenza tecnica pregressa e offrendola all'utente con una semplicità disarmante<sup>7</sup>. La presenza di una griglia che divide l'immagine in sei riquadri invita anche il profano, a digiuno di competenze specifiche in merito, a seguire le regole compositive armoniche della tradizione della storia dell'arte: l'applicazione dunque lavora in tutti i

<sup>5</sup> La fonte è la pagina Facebook di Instagram stesso: <[https://www.facebook.com/InstagramEnglish/info/?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/InstagramEnglish/info/?tab=page_info)> (ultimo accesso 12.09.2015).

<sup>6</sup> I filtri erano soltanto ventotto al momento della prima stesura del presente lavoro, ma l'offerta di Instagram si rinnova a gettito quasi continuo.

<sup>7</sup> Naturalmente Instagram viene utilizzata anche da professionisti (celebri fotografi come Stephen Shore, Joel Meyerowitz e Gregory Crewdson, o importanti direttori della fotografia come Emmanuel Lubetzki o Rodrigo Prieto), ed è stata inoltre già adoperata per attività che si distaccano dall'auto-racconto del quotidiano (si veda M. ALPER, *War on Instagram: Framing conflict photojournalism with mobile photography apps*, «New Media & Society», vol. 16:8, (2014), pp. 1233-1248 per una disamina dei reportage di guerra proposti su Instagram, ed il conseguente aspro dibattito in relazione alla manipolazione delle immagini). Il centro della produzione fotografica di Instagram rimane però comunque la pratica amatoriale, e su questo aspetto ci concentreremo nel presente lavoro.

modi per facilitare la produzione di immagini ‘belle’.

Questa proposta di democratizzazione della creatività si intreccia, su Instagram, con un altro discorso cruciale: la *app* sembra infatti costituire l’inveramento di una fantasia tipica dell’epoca digitale, quella della fotografabilità assoluta del mondo. L’utente si abitua a confidare nell’idea che, se pure la foto così com’è stata scattata sembra sfocata, storta o semplicemente buia, con tre minuti di lavoro essa potrà risplendere, divenire più leggibile e magari perfino acquisire un valore estetico – in sintesi, potrà trasformarsi in un oggetto soddisfacente. La potenza della tecnologia digitale si esplica così nella possibilità di recuperare un’immagine sbagliata tramite una breve post-produzione che riveli le informazioni in più nascoste nel file, informazioni che esso ha comunque immagazzinato da qualche parte nei suoi pixel, e che bisogna solo riuscire a tirar fuori con un minimo di *know-how*. Si può dunque probabilmente affermare che – al di là dell’idea suggerita dal motto citato in apertura, ovvero quella del filtro come pratica attivamente creativa – la prima e fondamentale funzione del lavoro di post-produzione reso disponibile da Instagram sia un’attività compensativa: il filtro e le varie modificazioni apportabili all’immagine lavorano per coprire quella che è spesso percepita dall’utente come una frustrante incapacità di restituire tramite l’apparecchio la bellezza del mondo esperito.

Tale funzione compensativa va naturalmente vista anche in relazione alla bassa definizione delle immagini e ai limiti del dispositivo in sé per sé, anziché in connessione con la presunta mancanza di *expertise* da parte dell’utente. Se ci volgiamo alla celebre categorizzazione di Marshall McLuhan<sup>8</sup>, gli smartphone e le loro fotocamere rientrano evidentemente nell’alveo dei media freddi, ovvero di quei media che, proprio in virtù della loro bassa definizione, necessitano, per la produzione di un discorso pieno, di una partecipazione attiva da parte dei loro utenti: il lavoro di post-produzione proposto da Instagram mira dunque a coprire questa logica fredda tramite l’accesso a una strumentazione che riscaldi l’immagine<sup>9</sup>.

D’altra parte, l’attività di post-produzione può anche servire ad abbellire un’immagine che non è percepita come malriuscita, ma semplicemente come insoddisfacente, carente di personalità, troppo banale e simile a mille altre. Il fatto è che il mito della fotografabilità assoluta che anima il digitale porta con sé, come tutti i miti totalizzanti, un notevole carico d’ansia (quella stessa già individuata da Siegfried Kracauer nel suo saggio sulla fotografia del 1927, allorché parlava della «marea di foto [che]

<sup>8</sup> M. McLuhan, *Media caldi e media freddi*, in ID., *Capire i media. Gli strumenti del comunicare* (1964), il Saggiatore, Milano 2008, pp. 42-50.

<sup>9</sup> Per una rilettura del discorso di McLuhan in relazione al contesto contemporaneo si veda il saggio di Antonio Somaini in questo stesso volume.

spazza via gli argini della memoria»<sup>10</sup>). Rispetto a questo discorso, il filtro diventa uno strumento contro la minaccia inquietante di un assolutismo trasparente del digitale, che rischierebbe di appiattire tutti gli elementi del mondo senza permettere di distinguere le cose importanti. Possiamo perciò rideclinare il discorso accennato sopra, dandogli una sfumatura (è il caso di dirlo) leggermente diversa: tramite il filtro e le modificazioni l'utente cercherebbe di inspessire l'esilità del digitale, per evitare che la propria sia, per usare la celebre espressione hegeliana, una «notte nella quale, come si suol dire, tutte le vacche sono nere»<sup>11</sup> – tingendola piuttosto di blu Nashville, o di giallo Kelvin (si tratta del nome di alcuni dei filtri più popolari).

### 3. *Im/mediatamente memorabile*

Che le immagini vadano lette più in senso creativo o compensativo – ammesso e non concesso che si possa distinguere nettamente tra questi due piani – nel complesso, possiamo dire che Instagram, come probabilmente tutto il mondo *online*, intrattenga un rapporto piuttosto complesso e stratificato con i concetti di mediazione ed immediatezza. Infatti, se da una parte le sue immagini sono in genere fortemente e palesemente rilavorate (mediate), dall'altra esse non mancano di partecipare dell'enfasi che la cultura digitale contemporanea accorda all'idea di simultaneità temporale e di efficacia comunicativa (immediata).

Innanzitutto, come abbiamo già detto, i filtri e le modificazioni rendono evidente l'intervento del medium nel rapporto tra soggetto e realtà. La fotografia di Instagram non si limita insomma a costituirsi come modalità d'elezione con cui relazionarsi allo spazio ed alle situazioni: essa diventa, grazie ai filtri, un modo per dare forma *ex-novo* ad una vita che non si è mai esperita, ma che può essere potentemente comunicata e fruita, dagli altri così come da sé stessi. Instagram contribuisce insomma ad una potente tendenza di estetizzazione del quotidiano, che giunge finanche a sacrificarne le caratteristiche più vicine al nostro vissuto ad occhio nudo pur di produrre un'immagine che lasci il segno. Centrale in questo senso è proprio l'aspetto cromatico: il *surplus* di colore non viene usato per la

<sup>10</sup> S. KRACAUER, *La fotografia* (1967), in ID., *La massa come ornamento* (1963-64), Prismi, Napoli 1982, pp. 111-127, p. 123.

<sup>11</sup> G.W.F. HEGEL, *Prefazione alla Fenomenologia dello spirito* (1807), Bompiani, Milano 2000, p. 67. Hegel adoperava l'espressione proprio per contestare all'idealismo tedesco precedente (ed in particolare a Schelling) un culto eccessivo dell'Assoluto.

sua prossimità con la vita di tutti i giorni, ma per la sua qualità *glamour*, fantastica e fantasmatica (Fig. 2). Il colore è qui sinonimo di intensità, di vividezza, di capacità evocativa e finanche aptica<sup>12</sup>.

Al tempo stesso però, proprio in quanto *social* che si propone come mezzo potenziale di un auto-racconto quotidiano, Instagram invita l'utente a condividere la *location* in cui la foto è stata scattata tramite il meccanismo del *geo-tag*, e a fare delle proprie immagini un diario in tempo più o meno reale. Tutto ciò rivela un aspetto finanche paradossale della gestione della temporalità nella nostra vita quotidiana *online*: dietro all'insistenza sulla simultaneità come principale modalità di comunicazione sembra infatti emergere una diversa tessitura temporale, in cui parte del nostro tempo libero viene di fatto dedicato ad un 'lavoro' di messa in scena della simultaneità stessa – lavoro che poi, nella migliore tradizione marxiana, viene rimosso e nascosto. Esisterebbe insomma una vera e propria retorica della spontaneità che oblitera l'attenzione e lo *studium* che si dedicano a trasformare la propria vita in un oggetto estetico fruibile<sup>13</sup>.

In effetti, ciò che è davvero subitaneo e velocissimo non è tanto l'elaborazione delle immagini quanto il loro consumo da parte dei destinatari: ci si rivolge infatti ad un pubblico di amici e sconosciuti il cui rapporto con la foto prodotta consisterà nel premere velocemente il dito su un cuore per mostrare la propria approvazione, e poi via verso altri scatti<sup>14</sup>. Quello che ci si aspetta dalle proprie foto, perché abbiano successo nell'arena mediatica, è

<sup>12</sup> Che il discorso coloristico sia cruciale per Instagram è confermato anche dall'aggiunta di un'opzione che permette di attribuire un colore determinato sia alle ombre che alle luci dell'immagine, di fatto trasformandola ancor più nettamente in un'immagine virata, anche senza che sia necessario applicare un filtro.

<sup>13</sup> A proposito dell'insidiosa confusione tra gioco e perdita di volontarietà delle dinamiche ludiche nell'esperienza *online* dei nativi digitali si veda S. TURKLE, *Insieme ma soli. Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri* (2011), Codice, Torino 2012. Per comprendere appieno la questione della gestione del tempo su Instagram sembra d'altronde necessario prestare attenzione ad alcuni degli *hashtag* più popolari in assoluto, quali #photooftheday, #picoftheday, #bestoftheday #instadaily. Essi segnalano infatti il tentativo di rinegoziare il rapporto tra condivisione compulsiva e obblighi *social* attraverso l'*escamotage* di una struttura temporale ordinatrice: concentrandosi su una sola immagine al giorno si cerca di allentare l'ansia legata all'istanza diaristica in tempo reale, tramite una serializzazione di quel momento pregnante caro a tanta teoria della fotografia a partire da Cartier-Bresson. Allo stesso scopo fungono anche i vari discorsi connessi a progettualità anche più estese nel tempo, primo fra tutti il progetto più diffuso di Instagram, #project 365, in cui si richiede agli utenti di scattare e postare una fotografia ogni giorno dell'anno.

<sup>14</sup> Per un'archeologia delle strategie dell'attenzione e della distrazione nello spettro cronologico ampio della modernità, si veda J. CRARY, *Suspensions of Perception. Attention, Spectacle, and Modern Culture*, The MIT Press, Cambridge (MA) and London 1999.

che riescano a catturare l'attenzione distratta degli altri *igers* al primo sguardo: una corsa all'effetto sicuro in cui sembra sia necessario essere disposti a modificare la propria esperienza quotidiana, a mediarla pesantemente, pur di ottenere un'immagine che sia immediatamente memorabile.

Naturalmente, l'eccesso rappresentato dai filtri ha già suscitato da tempo rivendicazioni di spontaneità da parte degli utenti stessi di Instagram: tra gli *hashtag* più popolari del 2013 c'era infatti *#nofilter* (Fig. 3), vessillo di una sorta di protesta in nome di una presunta autenticità della percezione che per certi versi ricorda la posizione polemica espressa da Walter Benjamin nella sua *Piccola storia della fotografia*. Benjamin si scagliava contro gli effetti posticci cui si volgevano i fotografi (dopo il 1880!) cercando invano di replicare con i loro mezzi a buon mercato la perdita aura che caratterizzava l'arte premoderna e gli incunaboli della fotografia. Opponendosi a queste pratiche artificiali, Benjamin ne parlava nei termini di una abdicazione alla moda e alla creatività, termine adoperato qui nella sua accezione più negativa. La fotografia creativa, scrive Benjamin, è una fotografia che «anche quando affronta i soggetti più gratuiti, è più una prefigurazione della loro vendibilità che della loro conoscenza»<sup>15</sup>.

Ma anziché interpretare questo tipo di pratica fotografica solo come l'ennesima dimostrazione dell'odierno dilagare dell'alienazione e della crescente incapacità di vivere esperienze non mediate, anziché leggerla nei termini di una crisi dell'idea di presenza e demonizzarla come sintomo di una mercificazione dell'interiorità, per approfondire il discorso converrà ragionare ulteriormente, e senza pregiudizi moralistici, sul nesso pregnante che esiste tra le idee di mediazione e immediatezza ed il problema della temporalità, continuando ad utilizzare il pensiero benjaminiano come punto di partenza per la riflessione.

#### 4. *La permanenza dell'aura*

La complessa temporalità del quotidiano che sembra emergere da Instagram va collegata infatti al particolare rapporto che la piattaforma ha con il passato, il suo immaginario e le sue pratiche fotografiche. Nonostante l'enfasi sulla novità che come abbiamo visto caratterizza il motto di Instagram, i filtri rivelano infatti una tendenza a rifarsi esplicitamente a modelli iconografici pregressi: una moda *vintage* che ambisce in particolare a

<sup>15</sup> W. BENJAMIN, *Piccola storia della fotografia* (1931), in ID., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica* (1936), Einaudi, Torino 2000, pp. 59-78, p. 75.

recuperare la lezione di macchine analogiche estremamente semplici come la Lomo, o la Instamatic (da quest'ultima deriva evidentemente anche il nome stessa della piattaforma). Si tratta di apparecchi che facevano della povertà delle immagini il proprio punto di forza, il nocciolo della propria peculiarità espressiva. Paradossalmente, dunque, i filtri sembrano voler replicare i limiti espressivi di queste macchine fotografiche, evocandoli a garanti del sicuro impatto delle fotografie sulle comunità *online*: un nuovo modo di vedere il mondo, come recita il motto di Instagram, che fa però riferimento a un vecchio modo per riprodurlo, un modo capace di riempire di significati, grazie all'esperienza analogica, l'immagine digitale<sup>16</sup>. Se il filtro funge insomma da codice formale per la comunicazione dell'esperienza, lo fa soprattutto ammantandola di un'aura di passato (Fig. 4).

Per comprendere a fondo le implicazioni di questo discorso, conviene probabilmente fare una breve ricognizione sul rapporto che la fotografia e il dibattito fotografico intrattengono con il concetto di aura, a partire dalla riflessione benjaminiana (ma senza evidentemente alcuna aspirazione all'eshaustività, vista l'ampiezza del tema). Com'è noto, secondo Benjamin l'epoca della riproducibilità tecnica costituisce un momento di svolta proprio in quanto marcata da un'inesorabile perdita dell'aura sacrale dell'opera d'arte, e dal costante avvicinamento delle masse agli oggetti del proprio desiderio. Secondo Paolo Virno<sup>17</sup> è però altresì essenziale comprendere come, anche dopo questa profonda metamorfosi delle dinamiche estetiche (intendendo l'estetica in senso ampio, come scienza della percezione), la fotografia continui in verità a operare secondo una struttura patemica che, pur differenziandosi nettamente dall'aura, ha ancora molte caratteristiche in comune con essa. Tale struttura patemica si incentra proprio sul rapporto con il passato nel suo aspetto di fugacità effimera. Secondo Virno infatti, anche se la modernità ha portato alla perdita dell'aura come forma di rapporto culturale con le immagini, questo non significa che la nostra relazione con esse non sia caratterizzata da una dinamica che ci sottolinei «l'apparizione unica di una lontananza, per quanto possa essere vicina»<sup>18</sup>, per riprendere le precise parole con cui Benjamin definiva, appunto, l'aura. Anzi, a dire il vero è proprio la caduta delle strutture preordinate dell'esperienza estetica premoderna a favorire una costante problematizzazione del rapporto di distanza e prossimità tra il soggetto

<sup>16</sup> Ringrazio Paolo Bory per le proficue discussioni relative tanto a questo specifico passaggio del ragionamento quanto più in generale all'argomento del saggio tutto.

<sup>17</sup> P. VIRNO, *Convenzione e materialismo. L'unicità senza aura* (1986), DeriveApprodi, Roma 2011.

<sup>18</sup> BENJAMIN, *Piccola storia della fotografia*, cit., p. 70.

(o i soggetti) e le immagini. La differenza è che ora il pathos non è dato da un'aura che protegge l'opera d'arte, oggetto unico e irripetibile, dalla fugacità. Al contrario, i mezzi della riproducibilità tecnica, con la loro capacità di eternare momenti passati per sempre, creano una nuova forma di pathos, dovuta alla capacità di «[mettere] in luce il fugace come fugace». In questo modo la riproducibilità tecnica attinge, secondo Virno, ad una propria forma di «unicità senza aura», relativa non più al concetto di originale bensì alla percezione dell'effimero: questa unicità senza aura «non ottunde, bensì acuisce la ricezione della contingenza»<sup>19</sup>. Una tale forma di pathos non è più diretta verso una qualche pratica culturale trascendente: essa è invece connessa ad un atteggiamento ambivalente, in cui coesistono (e ci allontaniamo qui dal vocabolario di Virno per avvicinarci a quello di Susan Sontag) «una consapevolezza di tipo acquisitivo», ed una coscienza diversa, relativa all'«aspetto melanconico e donchisciottesco della disciplina fotografica»<sup>20</sup>, destinata a non garantire alcun vero possesso ma solo la costante ripetizione di questo melodramma della perdita. In sintesi, al posto dell'aura come modalità di accesso ad un sistema di significati pre-determinati e apodittici, l'unicità senza aura sarebbe dunque la forma di pathos relativa ad un'epoca in cui l'esperienza non garantisce la comprensione di alcun senso preciso, e trova piuttosto in sé stessa, e nella comunicazione quasi compulsiva delle immagini che cercano di sintetizzarla, la propria giustificazione.

Virno non è d'altronde certo l'unico ad aver ripreso in esame il concetto di aura benjaminiana, e ad averlo messo in relazione con la questione temporale: probabilmente il ruolo pionieristico della summenzionata Sontag nella problematizzazione di questo discorso non è stato ancora sufficientemente riconosciuto<sup>21</sup>. Ad ogni modo, molti studiosi hanno di recente rivalutato sfumature diverse del discorso auratico, complicandone e approfondendone la portata anche attraverso l'indagine di scritti minori

<sup>19</sup> VIRNO, *Convenzione e materialismo*, cit., p. 20.

<sup>20</sup> S. SONTAG, *Sulla fotografia* (1977), Einaudi, Torino 2004, pp. 4 e 68.

<sup>21</sup> Sontag parla della «contraddizione insita» nell'analisi della fotografia di Benjamin, contraddizione che ella vede derivare «dalla sfida rivolta dalla sua sensibilità surrealista ai suoi principi marxisti e brechtiani» (Ivi) e che avrebbe condotto lo studioso ad una svalutazione dell'idea di aura, relegata a fenomeno sostanzialmente premoderno. Ciò a cui viceversa sembra puntare Sontag è proprio una rivalutazione della categoria auratica, a cui andrebbe accordato uno spazio più strutturante. Per Sontag infatti è essenziale che non solo si riconosca come «trascorso un sufficiente periodo di tempo, molte fotografie acquistano un'aura» (*Ibid.*, p. 122), ma anche che si colga l'importanza del pathos melanconico come dimensione cruciale per interpretare tutta la storia della disciplina fotografica, tanto in senso diacronico che come elemento della fruizione sincronica delle immagini.

di Benjamin, nonché di redazioni diverse dello stesso lavoro sull'*Opera d'arte*. Di particolare rilevanza è stata negli ultimi anni, insieme al lavoro di Andrea Pinotti e Antonio Somaini<sup>22</sup>, la riflessione di Miriam Hansen<sup>23</sup>, il cui respiro e rilievo è impossibile restituire in questa sede. Ci basti sottolineare che secondo Hansen non è nemmeno necessario parlare, come fa Virno, di «unicità senza aura»: una volta riesaminato l'utilizzo, talvolta contraddittorio e ad ogni modo proteiforme, della parola da parte di Benjamin, è possibile recuperare lo stesso termine «aura» per esprimere il concetto che stiamo indagando. La mossa decisiva consiste appunto nell'ampliare, come implicitamente fa lo stesso Virno, l'interpretazione della categoria auratica da un discorso strettamente spaziale ad uno in cui si tenga conto anche della dimensione temporale. Per Hansen infatti, se intesa in questo senso, quella «apparizione unica di una lontananza per quanto possa essere vicina» che per Benjamin caratterizza la percezione auratica, viene a configurarsi, come riassume Valerio Coladonato, nei termini di «un momento fuggevole che rende presente un passato, un passato che normalmente non sarebbe a disposizione della coscienza», un momento in cui «il soggetto si trova in una posizione passiva e viene posseduto da qualcosa di esterno». Il punto è che «questa interruzione della linearità del tempo, questa connessione perturbante tra passato e presente è profondamente connessa con la riproducibilità tecnica e le proprietà dell'immagine fotografica»<sup>24</sup>: la categoria dell'aura viene insomma a trovarsi al centro stesso della disciplina fotografica, anziché in opposizione ad essa, proprio per il suo legame profondo con il noema fotografico, ovvero l'«è stato»<sup>25</sup> barthesiano.

### 5. *Eccessi atmosferici*

A fronte di tale connessione profonda tra fotografia, pathos temporale e percezione auratica, quali sono le specificità e le novità del discorso prodotto da Instagram? Possiamo innanzitutto affermare che, a partire da

<sup>22</sup> W. BENJAMIN, *Aura e choc. Saggi sulla teoria dei media*, a cura di A. Pinotti e A. Somaini, Einaudi, Torino 2012.

<sup>23</sup> M.B. HANSEN, *Cinema & Experience. Le teorie di Kracauer, Benjamin e Adorno* (2012), Johan & Levi, Monza 2013.

<sup>24</sup> V. COLADONATO, *Cinema, Aura, Experience: Benjamin According to Miriam Hansen*, «La Valle dell'Eden», *Film Theory/Film History: In Memory of Miriam Hansen*, nn. 27-28 (2012-2013), pp. 20-36, p. 23.

<sup>25</sup> R. BARTHES, *La camera chiara* (1980), Torino, Einaudi, 2003, § 32, pp. 77-79.

questo rapporto particolarmente cruciale del medium con la temporalità e la contingenza, i filtri di Instagram operino per eccesso, caricando tale rapporto, tramite il riferimento ai modelli del passato analogico, di un portato affettivo che permetta una «produzione convenzionale dell'irripetibile»<sup>26</sup>. In equilibrio precario tra creatività ludica e standardizzazione, tale lavoro per eccesso sembra ambire a rendere esplicita, anziché sottintesa, la dimensione auratica strutturale del dispositivo fotografico, dandole forma concreta all'interno del quadrato dell'immagine.

Già Sontag sosteneva che «oltre al romanticismo sul passato, la fotografia ci dà inoltre un romanticismo istantaneo sul presente»<sup>27</sup>. Tale dinamica sembra essersi fortemente intensificata con il passaggio al digitale: nella sovrabbondanza di marche temporali e spaziali del presente Janet Harbord (che scrive in una prospettiva apertamente influenzata dalle riflessioni antropologiche di Marc Augé) ravvisa una forma di ossessione collettiva, un desiderio frenetico di catturare il presente proprio nel suo diventare passato: è «come se una prospettiva futura sul momento presente fosse il nostro inevitabile punto di vista e obiettivo»<sup>28</sup>. Lo scopo dei filtri sembra insomma essere quello di riuscire a percepire il proprio presente come già passato, per assicurarsi che sia significativo e leggibile (dagli altri come da sé stessi).

Per comprendere ancor meglio questa svolta è probabilmente utile spostare il nostro ragionamento dalla categoria di aura a quella, affine ma al contempo più ampia, di «atmosfera». Il concetto di atmosfera va emancipato dal suo legame con discorsi meramente impressionistici, e qualificato dal punto di vista teorico: è ciò che ha cercato di fare una branca della filosofia estetica, la cosiddetta Nuova Fenomenologia (autori tedeschi come Hermann Schmitz e Gernot Böhme, ma anche italiani come Tonino Griffero ed Antonio Somaini)<sup>29</sup>. Beninteso, quello di atmosfera è un concetto che non ha direttamente a che vedere con il mediale, ma è legato *in primis* all'esperienza sensibile. Le atmosfere sono concepite da Böhme come «l'oggetto percettivo primario» o «fatto percettivo basilare», un fatto

<sup>26</sup> VIRNO, *Convenzione e materialismo*, cit., p. 21.

<sup>27</sup> SONTAG, *Sulla fotografia*, cit., p. 60.

<sup>28</sup> J. HARBORD, *The Evolution of Film. Rethinking Film Studies*, Polity Press, Cambridge and Malden (MA) 2007, p. 106.

<sup>29</sup> Si tratta di una riflessione filosofica sviluppatasi relativamente di recente (a partire dagli anni Sessanta) ma fortemente intrecciata con una lunga e complessa tradizione precedente, legata a concetti solo parzialmente sovrapponibili quali *Stimmung*, *Ambiance*, *Umwelt* e, appunto, «aura». Per un'esautiva ricognizione in merito si veda T. GRIFFERO, *Per una storia del concetto di atmosfera*, in ID., *Atmosferologia. Estetica degli spazi emozionali*, Laterza, Roma-Bari 2010, pp. 60-106.

«anteriore a ogni scissione soggetto/oggetto»<sup>30</sup>. Per quanto siano in relazione con il soggetto, esse non sono infatti unicamente ascrivibili all'interiorità, come i sentimenti. Al contrario, le atmosfere possono essere esperite anche come distanziamento e straniamento, come nel momento in cui il soggetto entra in un luogo e ne subisce, appunto l'atmosfera. «Passibili di intersoggettività e interosservabilità»<sup>31</sup>, le atmosfere si localizzano «proprio nel "tra" che separa e unisce soggetto e oggetto» e incarnano perciò «la realtà condivisa – anche nella dimensione della corporeità – sia dal percipiente sia dal percepito, sia dallo spettatore sia da ciò che è l'oggetto del suo "sentire"»<sup>32</sup>. Le atmosfere dunque «in un certo senso si librano nello spazio, indefinitamente [effuse] nella vastità»<sup>33</sup>, e sono insomma entità ibride, immateriali ma «dotate pur sempre di una loro peculiare estensione nello spazio»: naturalmente non nel senso di uno spazio strettamente geometrico, ma nel senso di uno spazio «vissuto e connotato qualitativamente»<sup>34</sup>. In sintesi, le atmosfere, sostiene Griffero, «ci costringono a rivedere il concetto di percezione e a rimettere in discussione ogni ontologia fondata sul primato della cosa»<sup>35</sup>: esse sono infatti ad un tempo «semi-cose»<sup>36</sup>, ma anche «spazi emozionalmente tonalizzati»<sup>37</sup>.

Aspetto cruciale della teoria delle atmosfere è anche la comprensione del fatto che esse, lungi dall'essere qualcosa di spontaneo o originario, sono fortemente influenzate dal discorso sociale. Comprendere l'origine anche sociale di una certa qualità percettiva è essenziale, poiché permette alla teoria dell'atmosfera di estendere la propria sfera d'azione esattamente in direzione dei fenomeni di estetizzazione della vita quotidiana come quello di cui ci stiamo occupando in questo saggio. Griffero definisce tale dimensione estetizzante nei termini di una «messa-in-scena della realtà», ed essa costituisce, a suo parere

<sup>30</sup> G. BÖHME, *Atmosfere, estasi, messe in scena. L'estetica come teoria generale della percezione* (2001), Christopher Marinotti, Milano 2010, pp. 81-82.

<sup>31</sup> T. GRIFFERO, *Corpi e atmosfere: il punto di vista delle cose*, in *Il luogo dello spettatore. Forme dello sguardo nella cultura delle immagini*, a cura di A. Somaini, Vita & Pensiero, Milano 2005, pp. 283-317, p. 305.

<sup>32</sup> *Ibid.*, p. 297.

<sup>33</sup> BÖHME, *Atmosfere, estasi, messe in scena*, cit. 85.

<sup>34</sup> T. GRIFFERO, A. SOMAINI, *Introduzione* a «Rivista di Estetica», *Atmosfere*, n. 33, (3/2006), anno XLVI, p. 3.

<sup>35</sup> *Ivi.*

<sup>36</sup> GRIFFERO, *Atmosferologia*, cit., pp. 115-119. Cfr. anche *Id.*, *Quasi-cose che spariscono e ritornano. Senza che però si possa domandare dove siano state nel frattempo. Appunti per un'estetica-ontologia delle atmosfere*, in «Rivista di Estetica», *Atmosfere*, a cura di Griffero e Somaini, cit., pp. 45-68.

<sup>37</sup> BÖHME, *Atmosfere, estasi, messe in scena*, cit., p. 83. Si noti qui la metafora coloristica, che ci rimanda direttamente ai filtri di Instagram.

«quella fase ulteriore del capitalismo, quella vera e propria “tecnocrazia della sensibilità”, a cui l'estetica, o meglio questa nuova estetica, deve non tanto fornire un alibi teorico quanto una sponda vigile»<sup>38</sup>.

Nei filtri e nelle modificazioni proposti da Instagram possiamo dunque ravvisare una incessante *performance* dell'atmosfera. Il filtro permette all'utente di affidarsi ad una sorta di micro-narratività implicita nei suoi toni: implicita nel senso che è soltanto un suggerimento, e che funziona unicamente come tale, nella sua indeterminatezza. Quello cui si mira è inserirsi in un discorso predeterminato, culturalmente identificabile ma al contempo ineffabile, in modo da poter interpretare con maggiore facilità il proprio quotidiano facendo riferimento alla nettezza atmosferica (in particolare quella codificata in relazione al passato) come punto di vibrazione. E grazie a questa operazione la fugacità del tempo diventa rassicurante anziché angosciosa, perché permette di leggere più facilmente il proprio vissuto simultaneo e sentire un qualche pur vago sentimento di appartenenza attraverso delle 'piccole narrazioni' (Fig. 5).

## 6. *Trasformare gli spazi in oggetti*

L'aspetto essenziale che fa dell'atmosfera la categoria a nostra opinione più adatta a ragionare sulla pratica fotografica di Instagram è precisamente la sua collocazione a metà tra oggettualità e spazialità. Questo aspetto ci permette anche di recuperare all'interno del nostro discorso il ruolo cruciale svolto in Instagram dallo spazio, un elemento che finora, per concentrarci sul tempo, abbiamo soltanto sfiorato. È proprio a causa della loro natura ibrida e duale che le atmosfere appaiono particolarmente adatte a farsi catturare dalle fotografie. Queste ultime sono infatti esse stesse per definizione oscillanti tra lo status di oggetti (la foto come potenziale feticcio, che propone al soggetto un'illusione di controllo e possesso<sup>39</sup>), ed una dimensione diversa, che implica al contrario una resa del fruitore, una sua disponibilità ad immergersi nelle immagini e ad abitare i mondi che esse producono (come nel caso di Roland Barthes che, a proposito di una celebre fotografia dell'Alhambra di Charles Clifford, scrive «È là che vorrei vivere»<sup>40</sup>).

Entrambi questi aspetti sono presenti nella fotografia di Instagram, che in un certo senso li radicalizza (Fig. 6). Incominciamo dal secondo: che un investimento affettivo nella spazialità sia elemento centrale dell'attuale

<sup>38</sup> GRIFFERO, *Corpi e atmosfere*, cit., p. 303.

<sup>39</sup> Cfr. C. METZ, *Photography and Fetish*, «October», vol. 34 (Autumn 1985), pp. 81-90.

<sup>40</sup> BARTHES, *La camera chiara*, cit., § 16, pp. 39-41.

*mediascape* non è certamente una novità. Riflettendo sull'importanza, all'interno dell'attuale panorama mediale, dei cosiddetti LBSN (*Location Based Social Networks*), i sociologi Schwartz e Halegoua sostengono che essi siano mezzi assolutamente cruciali per l'elaborazione ed il dispiegamento dello *spatial self*<sup>41</sup>, del sé spaziale contemporaneo: grazie alla mappa su cui si possono visualizzare tutte le foto che si sono scattate, localizzandole nei diversi luoghi in cui sono state *geo-taggate*, queste piattaforme articolano delle cartografie private, delle rappresentazioni dell'identità in termini spaziali che rivelano la profonda affinità della nostra epoca per quella che Giuliana Bruno ha definito «l'emozione della topofilia»<sup>42</sup>. Si tratta di una linea di riflessione assai ampia e complessa, che risale almeno fino ad Heidegger e alla sua idea dell'abitare come elemento essenziale tanto dell'«essere-nel-mondo» quanto della fruizione dell'opera d'arte<sup>43</sup>. Ci basterà allora rilevare come questa dimensione topofila, a cui Instagram e la sua ricerca delle atmosfere dei luoghi partecipano attivamente, costituisce un aspetto particolarmente cruciale delle modalità dell'esperienza contemporanea: il sé spaziale assume i propri connotati in uno stratificarsi di attraversamenti e riattraversamenti delle geografie del quotidiano e dello straordinario, nonché tramite il confronto con le immagini che altri hanno scattato nei medesimi siti, e dunque con il valore intrinsecamente polisemico del luogo.

A questo proposito, va però sottolineato come il rapporto che si stabilisce tra l'utente e i luoghi di cui fruisce tramite i social media sia anche sostanzialmente diverso rispetto a quanto avveniva in passato. Francesco Casetti ha sottolineato l'importanza, per l'analisi della situazione contemporanea, della categoria di «ipertopia». Secondo Casetti, nel loro funzionamento «tradizionale» i media visuali tendevano a configurarsi come «eterotopie», ovvero (in termini foucaultiani), come spazi che aprono ad altri spazi, permettendo agli osservatori di immergersi in luoghi diversi, fino a condurli ad un'epifania dell'«altrove». Oggigiorno invece l'accesso alle immagini non avviene più tramite l'ingresso in ambienti deputati (il cinema, il museo, o anche il salotto di casa per quanto riguarda la televisione). Grazie alla trasportabilità dei dispositivi di visione e all'ubiquità della rete, abbiamo sempre a disposizione un profluvio di immagini da scoprire, e dunque «le rappresentazioni che si

<sup>41</sup> R. SCHWARTZ, G.R. HALEGOUA, *The Spatial Self: Location-based identity performance on social media*, «New Media & Society», vol. 17:10 (2015), pp. 1643-1660, p. 1657.

<sup>42</sup> G. BRUNO, *Atlante delle emozioni. In viaggio tra arte, architettura e cinema* (2002), Mondadori, Milano 2006, specialmente pp. 317-319.

<sup>43</sup> Si tratta di uno dei discorsi principali della filosofia heideggeriana: cfr. almeno M. HEIDEGGER, *Costruire, abitare, pensare*, in Id., *Saggi e discorsi* (1954), Mursia, Milano 1976, pp. 96-108.

affacciano sugli schermi non costituiscono mondi verso cui protendersi ma semmai mondi che appaiono davanti a me, si offrono al mio sguardo, e si mettono a disposizione<sup>44</sup>. Tutto ciò si risolve dunque in una accresciuta importanza della dimensione dell'*hic et nunc*, su cui si torna ossessivamente: «non c'è più un aprirsi del “qui” verso l'“altrove”, ma piuttosto un “altrove” che arriva “qui” e si scioglie in esso»<sup>45</sup> e «dovunque io sono, riesco a convocare il mondo da me»<sup>46</sup>. Detto questo, non bisogna credere che l'ipertopia porti necessariamente ad un'assolutizzazione del «qui», ad una incapacità di guardare oltre il proprio ombelico, poiché senz'altro il desiderio di esplorare il mondo tramite le immagini e l'abbandonarsi ad esse rimane comunque una componente essenziale del nostro piacere visivo. Cionondimeno, ciò che emerge è una dinamica in cui la scoperta dell'alterità dello spazio è sempre assoggettata ad un tentativo di prenderne possesso feticisticamente.

Possiamo perciò dire che su Instagram la dimensione topofila si accompagna sempre alla tendenza marcata a trasformare lo spazio in un oggetto. In effetti, l'avvento degli smartphone sembra condurre fortemente la fotografia verso il polo oggettuale, anche se a prima vista potrebbe sembrare vero il contrario: nonostante siamo sempre meno abituati, col passaggio al digitale, ad aver a che fare con le foto in quanto rettangoli di carta che possiamo effettivamente prendere tra le mani, oggi abbiamo con le immagini (fotografiche ma non solo) una dimestichezza ancora maggiore, vista la consuetudine che abbiamo ormai sviluppato di toccarle con le dita senza tema di rovinarle. Inoltre, la dimensione ulteriormente rimpicciolita delle foto sugli schermi degli smartphones le trasforma ancora più radicalmente in dei piccoli oggetti tascabili: si tratta, in buona sostanza, di un nuovo e più prepotente modo di miniaturizzare il mondo.

Le manipolazioni proposte da Instagram lavorano insomma per tramutare gli spazi della nostra vita in una sequela di piccoli oggetti abitati da un paradossale presente-passato<sup>47</sup>. L'insistenza di Instagram su tale dinamica

<sup>44</sup> F. CASSETTI, *Ipertopia*, in ID., *La galassia Lumière. Sette parole chiave per il cinema che viene*, Bompiani, Milano 2015, pp. 203-240, p. 227.

<sup>45</sup> *Ivi*.

<sup>46</sup> *Ibid.*, p. 238. Quella cui stiamo accennando qui è, evidentemente, una metamorfosi macroscopica delle dinamiche mediali (e dello statuto delle superfici schermiche). Rimandiamo senz'altro all'approfondita analisi di Casetti per una discussione esaustiva di questo discorso che purtroppo non possiamo affrontare qui in tutte le sue molteplici implicazioni.

<sup>47</sup> Secondo la teoria della *Stimmung* (che, come abbiamo accennato, è una delle tradizioni che hanno contribuito all'odierna riflessione sulle atmosfere), rintracciare l'atmosfera di ciò che ci circonda costituirebbe in realtà un esercizio di natura essenzialmente fisiognomica, un tentativo di dare un volto alle cose e agli spazi, agli oggetti e ai luoghi. Autori centrali sono a questo proposito Georg Simmel e Béla Balázs, secondo il quale il cinema è l'arte che

di miniaturizzazione feticistica in connessione con discorsi estetici legati al passato è d'altronde ravvisabile anche nel fatto che fino a poco tempo fa vi si potevano postare soltanto immagini di formato quadrato: un modo di circoscrivere il campo visivo che è anche un chiaro omaggio alla Polaroid, alla Rolleiflex e alla Instamatic, tutti apparecchi che producevano fotografie quadrate. Sembra qui di essere di fronte ad una sorta di strategia di resistenza (poi significativamente abbandonata, Fig. 7) rispetto alla versatilità di visualizzazione tipica degli smartphone, dispositivi in cui l'utente può ruotare il rettangolo schermico in orizzontale o verticale per meglio visualizzare la singola immagine, a seconda di quale formato essa abbia.

Le immagini di Instagram si proponevano, finché la rigidità del formato è rimasta vigente, come dei piccoli quadrati di mondo, almeno in parte resistenti a quell'intensa mobilità delle immagini dell'iconosfera *online* contemporanea che richiamavamo anche in apertura. Se altre piattaforme hanno abbracciato completamente tale versatilità (si veda Tumblr e la sua predilezione per le GIF animate), l'insistenza di Instagram sull'occhio quadrato di lattadiana memoria palesa la vera e propria passione medio-archeologica che anima questo *social*, il cui desiderio di riconnessione col passato si estende dall'interno dell'immagine fino alla sua cornice strutturante. Certo, nel momento in cui ha permesso ai propri utenti di postare anche immagini rettangolari, Instagram ha almeno in parte ceduto alla imperante poliedricità dei formati, allentando il legame con le estetiche del passato. Ma ad un certo livello questa volontà di rimarcare i confini dell'oggetto fotografico rimane comunque una caratteristica essenziale di Instagram, la cui interfaccia non permette in nessun caso di visualizzare le immagini a tutto schermo, né di zoomare al loro interno<sup>48</sup>.

La tendenza alla miniaturizzazione feticistica è d'altronde ancor più palese in un'altra istanza: quando su Instagram si visualizzano le proprie

---

meglio si presta a palesare il viso nascosto dell'intero mondo fenomenico. Non è possibile approfondire qui una riflessione di portata tanto ampia, ma sembra di poter cogliere in questo discorso una suggestione teorica che permetta di far convergere sul medesimo piano interpretativo le due forme più pervasive di utilizzo della fotografia di Instagram: il *selfie* e la fotografia di paesaggio. Su questo aspetto della teoria delle atmosfere, cfr. A. SOMAINI, *Il volto delle cose. «Physiognomie», «Stimmung» e «Atmosphäre» nella teoria del cinema di Béla Balázs*, «Rivista di Estetica», *Atmosfera*, a cura di Id. e Griffero, cit., pp. 143-162.

<sup>48</sup> Bisogna altresì ricordare che il tentativo di Instagram di garantire ai propri utenti la possibilità di circoscrivere sempre più nettamente l'oggetto del proprio interesse è palesato dalla presenza della funzione del *tilt shift*, tramite cui si possono sfocare i bordi dell'immagine, lasciandone a fuoco soltanto una sezione (circolare o rettangolare, a scelta). In questo modo il fotografo può orientare fortemente lo sguardo di chi guarda la foto anche all'interno della superficie stessa dell'immagine.

o altrui immagini nella modalità a griglia, ci troviamo innanzi all'ebbrezza di un universo brulicante di immagini che funziona proprio secondo quella logica del *multum in parvo* che per Susan Stewart<sup>49</sup> rappresenta la cifra caratteristica della miniatura (Fig. 8). La pluralità delle immagini che abitano in quel momento la superficie dello schermo tramutano il dispositivo stesso in una sorta di feticcio frammentato, che ci mette davanti ad una miniatura dell'immensa potenzialità del mondo. La forza di questa visione sinottica sta nella sua moltiplicazione delle possibilità di accesso al piacere iconofilo: essa mobilita il desiderio con la promessa di saziare la nostra inesauribile fame di immagini, o quanto meno di continuare ad alimentarla. È dunque assai significativo che tale possibilità di spezzettare lo spazio schermico sia stata poi estesa all'interno dell'immagine stessa, grazie all'opzione del *layout* (Fig. 9), che permette di postare delle immagini che siano il frutto di un collage di diversi scatti dell'utente, combinati secondo un'ampia messe di porzioni.

A ben vedere, però, è proprio questa oscillazione tra feticcio unitario (la singola foto) e feticcio frammentato (la griglia, il *layout*) che fa in fin dei conti partecipare Instagram della mobilità delle immagini tipica della condizione mediale contemporanea. Quella che viene a dispiegarsi è infatti una negoziazione costante tra le diverse scale delle immagini, e dunque tra un'idea della singola foto come sintesi potenziale dell'esperienza e quella della moltiplicazione degli scatti come unica possibilità di provare a rendere conto dell'ambiente in cui siamo immersi e del palinsesto di paesaggi che attraversiamo.

Proprio in quanto capaci di rendere contemporaneamente conto della spinta feticistica che sta alla base dell'attività fotografica, ma anche della incessante necessità di ampliare la visione e di scoprire nuovi brandelli di mondo, Instagram e le sue immagini finiscono insomma per configurare delle sorta di mosaici esperienziali che, al di là del loro statuto almeno parzialmente casuale ed effimero, favoriscono quei processi di narrativizzazione dell'esperienza che permettono alla natura situata (temporalmente e spazialmente) del soggetto di dispiegarsi pienamente.

In conclusione, sembra che Instagram e le sue atmosfere possano svolgere una funzione affine a quella che Alice Cati ha definito la «generatività delle immagini»<sup>50</sup>, aiutando i soggetti a prendere virtualmente e giocosamente possesso degli spazi e delle esperienze che li circondano. È insomma possibile cogliere in Instagram una ricerca ludica volta ad esprimere quella «colorazione

<sup>49</sup> S. STEWART, *On Longing. Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection* (1984), Duke University Press, Durham and London 2003, pp. 37-69.

<sup>50</sup> A. CATI, *Immagini della memoria. Teorie e pratiche del ricordo tra testimonianza, genealogia, documentari*, Mimesis, Milano 2013, pp. 181-191.

dell'intero atteggiamento verso la realtà esterna»<sup>51</sup>, in cui Donald Winnicott individuava il registro di un atteggiamento sano nei confronti del mondo e, in ultima analisi, l'essenza stessa dell'esperienza culturale.

---

<sup>51</sup> D. WINNICOTT, *Gioco e realtà* (1971), Armando, Roma 1974, p. 119.