



Riflessioni sul “luogo”

Non luogo, luogo antropologico e cyberluogo: spunti per una teoria dello spazio vissuto e di quello percepito.

(elucubrazione non breve di Freccianera)

* * *

“Lo spazio del non luogo non crea né identità singola, né relazione, ma solitudine e similitudine. [...]. I non luoghi si percorrono e dunque si misurano in unità di tempo. Gli itinerari non esistono senza orari, senza pannelli di arrivo e di partenza nei quali c'è sempre lo spazio per menzionare eventuali ritardi. Essi vivono al presente.” (Marc Augé - Non Luoghi, introduzione a una antropologia della surmodernità. Ed. Elèuthera 1993).

Nel saggio da cui è tratto l'incipit, l'antropologo francese Marc Augé identifica (per quanto possa identificarsi ciò che non ha identità) gli elementi salienti dell'idea di “non luogo”. Il non luogo come spazio non identitario, non relazionale né storico. Un luogo che potrebbe essere ovunque poiché assolutamente slegato dal *genius loci* del territorio che lo circonda, un luogo in cui l'individuo svanisce, diluendosi nella solitaria e silenziosa massa dei passeggeri, dei consumatori, ognuno teso al soddisfacimento di una esigenza, i cui punti cardine sono la partenza e l'arrivo, la

sceita (indotta) e l'acquisto. Nulla tra questi due momenti, niente a riempire il tragitto, solo velocità : "sono arrivato in tot tempo", oppure "l'ho comprato al prezzo più conveniente". Tutti i rapporti vengono vissuti nel crisma della competizione, non c'è dunque spazio per la memoria, per la storia, per la percezione sensoriale. Nel non luogo non v'è incrocio, ma svincolo, meno le rotte s'intersecano fattivamente più i mezzi possono soddisfare la brama di velocità che i non luoghi collegati impongono. E i cartelli indicatori, i pannelli luminosi per le informazioni, i check in, i check out, gli svincoli, i sottopassi, sono tutti strumenti strumentalizzanti l'apprensione dello spazio stesso. L'Uomo non vive il non luogo, al contrario è vissuto da esso, un'abbazia è tale anche vuota, un sottopasso non è se non è percorso. In questo contesto l'Uomo perde le funzioni di soggetto e diviene mero ingranaggio di un oliatissimo meccanismo, tutto votato ad azzerare il tempo. Il passeggero è portato, non apporta nulla allo spazio del non luogo che lo trasporta, si fa da questo riconoscere attraverso i documenti d'identità, le carte di credito e altre tessere magnetiche che lo riducono a codice alfanumerico, null'altro può fare se non farsi portare.

"Il luogo antropologico è quello occupato dagli indigeni che vi vivono, vi lavorano, lo difendono, ne segnano i punti importanti, ne sorvegliano le frontiere, reperendovi allo stesso tempo la traccia delle potenze celesti, degli antenati o degli spiriti che ne popolano e ne animano la geografia intima, come se il se il segmento di umanità che in questo luogo indirizza loro offerte e sacrifici ne fosse anche la quintessenza, come se non ci fosse umanità degna di questo nome se non nel luogo stesso del culto che viene loro consacrato. Il luogo antropologico ha almeno tre caratteri, esso è identitario, relazionale e storico." (Marc Augé - Non Luoghi, introduzione a una antropologia della surmodernità. Ed. Elèuthera 1993).

Il passo qui citato definisce ed individua con sintetica esattezza i caratteri del luogo antropologico, un luogo fisico nel senso atomistico del termine, un luogo fatto di cose funzionali ai bisogni individuali e collettivi di crescita interiore, di lavoro e di vita. Questa fisicità si esprime anzitutto nella caratteristica della "geometricità". Il luogo antropologico è geometrico perché ad esso è possibile ricondurre tre forme spaziali semplici: la linea, l'intersezione e il centro. Tutte forme queste identificate da un passare, da un incontrarsi e da un sostare. Il vettore principe di queste azioni è

l'Uomo. Le rotte individuali dei sentieri intersecano altre rotte individuali nei crocevia per poi tutte confluire nei centri d'incontro, le piazze e i luoghi d'interesse collettivo. L'Uomo dunque vive lo spostamento nel luogo antropologico come bisogno di informare il paesaggio e di interscambiare con i propri simili i dati relativi a questa informazione spazio temporale. L'Uomo che vive il luogo antropologico è dunque il "Viaggiatore", è un uomo che passa (nel senso shilleriano del termine), per apprendere mediante i sensi la natura sensibile del luogo che lo contiene. E' un uomo che incontra altri viaggiatori che seguono rotte diverse ed intersecantesi con la propria, è un uomo la cui meta è l'immagine, il riscontro visivo di una concretezza fisica che corrisponde al suo proprio intimo bisogno di informare il paesaggio e trarne così quell'animalesco giovamento, dato dal segno sul territorio. Il viaggiatore è un uomo che è in quanto viene percepito dal territorio e questa percezione viene segnata dalle forme spaziali semplici che costituiscono la geometria del territorio stesso. Geometricità dunque come riflesso di segno e percezione, tra viaggiatore e luogo s'innescano un rapporto simbiotico che si esaurisce tutto nell'unica dimensione dello spazio vissuto, nel tempo della percezione sensoriale.

Lo sviluppo della rete telematica mondiale e degli strumenti di relazione "virtuale" offrono spunti per abbozzare, partendo dalle osservazioni di Augè, una teoria del cyberluogo. Il cyberluogo è essenzialmente un luogo mentale. Non v'è possibilità di localizzare il centro degli interessi coinvolti nel cyberluogo, esso è vissuto nella sua completa interezza da ogni attore distintamente come olistica percezione di un unico. Nel cyberluogo svanisce l'unicità dello spazio. Una chat è un cyberluogo, le sue componenti sono gli spazi distinti, slegati, sconosciuti e lontani tra loro, vissuti contemporaneamente dagli agenti percettori. Nel cyberluogo il tempo subisce una dilatazione, potendo la sincronicità degli accessi riferirsi a realtà temporali legate dall'unico vincolo spaziale dell'esistenza. Il tempo di ogni agente può essere differente ed insieme unico per via della sua collocazione spaziale nel cyberluogo. Il cyberluogo dunque azzera le differenze temporali. La rete consente la creazione di un cyberluogo mentale originato dalla trasmissione di dati per mezzo di fibre. Maggiore è la velocità di trasmissione, minore è lo sfasamento spazio temporale tra la percezione dell'unicità del luogo e la consapevolezza. La chat è una

simulazione di uno spazio fisico indeterminato. Come ogni simulazione essa restituisce i caratteri dell'oggetto simulato e dunque la sensazioni relative alla presenza fisica in uno spazio: si dice: "andiamo" sul tal canale di chat. La percezione dei propri dati ed il loro riconoscimento, e la loro accettazione da parte del terminale attraverso il quale si effettua l'accesso, determina l'inizio della simulazione del luogo chat e dunque la creazione del cyberluogo. Il terminale domestico provvede a riprodurre i caratteri dalla geometricità del luogo attraverso lo standard software utilizzato dagli utenti della rete. Dire che si accede ad un canale e dunque ad una spazialità determinata è un'inesattezza, il cyberluogo non occupa uno spazio omogeneo né determinabile, la sua forma varia al mutare dei cosiddetti accessi. Ingressi ed abbandoni determinano dilatazione o restringimento del cyberluogo come insieme di spazi individuali interagenti attraverso il congegno telematico. Dunque spazio e tempo prescindono dalla realtà del cyberluogo, che si mostra essenzialmente come elemento derivato da una suggestione provocata da una simulazione. D'altra parte è vero che gli individui che interagiscono nel cyberluogo pongono in essere relazioni qualificate e complesse, cosa questa che è assolutamente casuale nel non luogo nel quale la dominante è sicuramente l'individualità e la solitudine, in esso l'interazione è essenzialmente uomo - macchina e solo occasionalmente uomo - uomo. Il cyberluogo è un luogo musicale perché tutte le percezioni vibrano attraverso le emozioni dei percettori e sono volute, cercate, desiderate dagli attori umani del cyberluogo. Il cyberluogo è probabilmente il successore legittimo del luogo antropologico ormai deturpato dall'invasione del suo opposto non luogo.