



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

Tra il dire e il fare.

Enunciazione: l'immagine e altre forme semiotiche

A cura di Maria Cristina Addis e Stefano Jacoviello

SOMMARIO

Introduzione

Maria Cristina Addis, Stefano Jacoviello

1. Fra verbale e non verbale

Strutturazione ed enunciazione

Daniele Barbieri

L'enunciato non verbale tra contenuto informativo ed enunciazione

Giorgio Lo Feudo

Enunciazione e gesti. Comunicare per immagini

Maira De Iaco

L'enunciazione teatrale tra embodiment e semiotica del visivo

Massimo Roberto Beato

Accedere alla lettoscrittura: produzione segnica, enunciazione, *exaptation*

Paolo Martinelli

2. Giochi di sguardo

Stadium/Punctum. Il turno di enunciazione dello *spectator*

Tiziana Migliore

L'énonciation et le punctum: écologie du local et spectacularité

Marion Colas-Blaise

Il modello, il pittore, lo spettatore: la loro danza. Foucault spettatore/lettore di *Las Meninas* di Velázquez



Filippo Silvestri

Visione e veggenza in Derrida e Deleuze: la raffigurazione in atto

Julia Ponzio

Posizionamenti della memoria

Mario Panico

3. Schermi, camere, spettatori

I segni cinematografici di Deleuze e Tarkovskij

Andrius Gudauskas

Semiotica degli sguardi e dei metalivelli nell'enunciazione filmica come problema interpretativo

Bruno Surace

Vedere l'ascolto. L'enunciazione audiovisiva in *Listen/Écoute* di R. Murray Schafer

Emiliano Battistini

Sguardi artificiali: strategie di enunciazione della visione macchinica

Francesco Mazzucchelli

4. Trasparenza e verità

La prova dell'enunciazione. Fotografia digitale, *deepfake* e pertinenza documentale denegata o rinegoziata

Riccardo Finocchi, Paolo Peverini, Antonio Perri

Effetti di verità nelle immagini giornalistiche

Marianna Boero

Strategie di opacizzazione dell'immagine e prassi enunciative nel discorso fotografico. A partire da tre "ritratti" di Man Ray

Francesca Polacci

Enunciazione e passioni nel testo sceneggiatura

Paolo Braga

5. Media e consumi culturali

"*Continua a guardare*". Strategie enunciative nelle piattaforme di video on demand

Massimiliano Coviello, Valentina Re

Soglie XXL. Sigle dei programmi televisivi sul dimagrimento

Alice Giannitrapani, Ilenia Ventura Bordenca

Nuove forme della serialità, nuove formule di enunciazione: il caso *Bandersnatch*

Francesco Piluso

L'énonciation éditoriale. Une analyse des articles journalistiques numériques

Rossana De Angelis



6. Esperienze della visione

Enunciazione malgrado tutto. Ancora su “problemi di enunciazione astratta”

Angela Mengoni

Lo spettacolo del re-enactement e il tempo critico della testimonianza in *Carne y Arena* di Iñárritu

Luca Acquarelli

Realtà Aumentata: enunciazioni digitali in museo

Ottavia Mosca

The body of evidence. Martirio e *performance art* secondo Marina Abramović

Maria Cristina Addis

7. Frammenti dal discorso politico

Il dibattito Nixon-Kennedy: un cold case da riaprire

Franciscu Sedda

Guarda, il popolo! Destino di una visione dal socialismo all’odierno populismo

Stefano Jacoviello

Post-veracità. Estetiche della politica, retoriche del quotidiano, stili di vita

Giacomo Tagliani

Salvini uno di “noi”: un (ex) ministro, cittadino qualunque.

Prassi enunciative e trasformazioni dinamiche di senso

Giulia Nieddu

8. Far credere: tra religione e scienza

Le testimonianze visive dei “nuovi” santi: il caso dei santi scienziati

Jenny Ponzo

Le stimmate di Padre Pio: enunciazione assoluta tra medicina e mistica

Francesco Galofaro

A ben vedere: forme del sacro, orme del vero. Segni, informatori, rinunciazioni nel discorso sindonologico

Gabriele Marino

Glossolalie visive. La fotografia spiritica tra scienza e religione

Tatsuma Padoan

La sfera divina e le sue proiezioni nascoste nello spazio sacro rinascimentale

Alessandra Pozzo

Figure dell’iniziazione umana. Umanità e santità nel positivismo di Auguste Comte

Gabriele Vissio

9. Dispositivi grafici e data visualization

Infopoesia: l’enunciazione poetica dei dati

Salvatore Zingale

Dati, interattività, immersione. Alcune note tra *data visualization* e *media visualization*



Valentina Manchia

Glitch. Semantica dell'enunciazione computazionale

Federico Biggio

Dispositivi grafici e spaziali nella decifrazione di scritture antiche: la scrittura cuneiforme

Roberto Pellerrey

10. Sguardi sulle città

Le Città Ideali e lo statuto delle immagini: enunciazione e figurazione dello spazio urbano dal Medioevo al Classicismo

Nicolò Savarese

I processi di enunciazione nel testo città

Antonio Opromolla

Environmental Graphic Design e l'approccio semiotico.

Il caso esemplificativo di una nuova piazza nella periferia di Assisi

Benedetta Terenzi, Paolo Belardi

L'immagine della città nelle strategie enunciative del discorso turistico: il caso di FUTOUROMA

Luigi Virgolin



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

Infopoesia: l'enunciazione poetica dei dati.

Una sperimentazione fra arte e design della comunicazione

Salvatore Zingale

Abstract

Infopoetry is a neologism that combines the words “information” and “poetry”, on the cast of the best known *infographics*. It is a poetic form of data visualization developed within the didactic DensityDesign final synthesis design studio of the School of Design of the Politecnico of Milano.

The infopoetry, born as an individual exercise to better deal with the communicative variables of the plane of expression, has a dual purpose: (i) to *show* the data, and (ii) to make them *feel*, seeking the emotional involvement of the user. Compared to infographics, the act of enunciation is here more evident, because the enunciating designer is called to expose himself as subjectivity and intentionality. The enunciator in fact explicitly declares his point of view on the phenomenon represented through a discourse (or staging) that aims to make tangible the aspects of the plan of content considered most relevant, through a plan of aesthetically relevant expression.

1. All'inizio fu un tweet

Nel gennaio 2013 comparve su Twitter un breve post, in cui Matteo Borsacchi, consulente di comunicazione digitale, definiva le infografiche pubblicate dal supplemento domenicale del Corriere della Sera “La Lettura” con un hashtag lapidario: #infopoesie. Il tweet conteneva anche un link al sito del laboratorio di ricerca del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, l'officina da cui quelle poetiche visualizzazioni di dati provenivano: il Laboratorio DensityDesign¹.

Il termine “infopoesia”, un neologismo, incuriosì e divertì i destinatari di così tanta attenzione. In particolare, fu subito adottato da Paolo Ciuccarelli, direttore scientifico e didattico di DensityDesign, che cogliendone le potenzialità interessò subito i docenti e i ricercatori del laboratorio didattico, non solo designer, anche epistemologi, statistici, informatici, semiotici. Da qui prese corpo una sfida: e se si provasse davvero a immettere della *poesia* nella visualizzazione dei dati, spesso tanto esteticamente raffinate e fasciose quanto carenti di passione?

Da qui l'intento di utilizzare questa parte della didattica² per indurre gli studenti ad affrontare un esercizio progettuale in cui mettere in gioco la propria soggettività e riflettere su un elemento ineliminabile dell'enunciazione: l'intenzionalità. Nel progettare una infopoesia la soggettività dello

¹ Il sito del Laboratorio DensityDesign, fondato e diretto fino al 2019 da Paolo Ciuccarelli, è densitydesign.org. Oggi il laboratorio è diretto da Michele Mauri.

² Il laboratorio, nella sua parte principale, prevede lavori di gruppo. L'infopoesia è stata invece concepita come esercitazione individuale, in sostituzione di altre precedenti.

studente-designer è chiamata a *esporsi*, insieme e dentro il piano espressivo dell'artefatto comunicativo³. Allo stesso tempo, il gioco enunciazionale-dialogico chiama in causa, con un coinvolgimento proprio più delle arti che del design, più che la cognizione la sensibilità del fruitore. Nell'infopoesia, infatti, lo scopo della visualizzazione non è solo quello di *mostrare* i dati, ma soprattutto di *farli sentire*: l'infopoesia, al tempo stesso, *informa* sui dati rappresentati e *solleva passioni*. In questo senso, essa procede sul percorso tracciato da diverse esperienze poetico-artistiche⁴ così come di commistione fra metodologie proprie dell'azione progettuale e manifestazioni espressive ascrivibili alle arti: è informazione *più* poesia⁵.

2. Come una traduzione

Non è difficile osservare che la formulazione di tale sfida – che, fra l'altro, comporta un aumento della valenza significativa degli artefatti di comunicazione – costituisca uno stimolo e un'occasione per la didattica semiotica. La commistione tra *informazione* e *poesia*, in particolare, porta a ripensare le stesse finalità della visualizzazione, proiettando il lavoro progettuale in un territorio di confine e di sintesi tra arte e design⁶.

La produzione infopoetica, infatti, come vedremo, permette di enfatizzare in particolare due aspetti semiotici, fra i molti coinvolti, che riguardano il lavoro di visualizzazione: (i) il carattere traduttivo degli artefatti visuali e (ii) il passaggio dalla visualizzazione presentata come *atto enunciativo* (l'esposizione ben dispiegata ma distaccata del dato) alla visualizzazione come *atto enunciazionale* (la presenza del visualizzatore all'interno dell'artefatto visuale). Questo secondo aspetto ne comporta un altro, che mi limito a nominare: la considerazione che il design, proprio perché non può ignorare il diretto coinvolgimento dell'utente-destinatario, ha una vocazione dialogica e l'artefatto natura responsiva.

Il primo aspetto, già teoricamente affrontato in Zingale (2016), prende le mosse dall'idea che ogni forma di design può essere considerata anche come una forma di traduzione. Tale ipotesi non può certo essere qui esaurientemente sviluppata⁷; ma possiamo individuare la "ragione traduttiva" del design nella necessità di passare da uno stato di cose a un altro: da ciò che dà avvio alla spinta al progetto (fra cui il desiderio, non meno incisivo delle prospettive economiche o delle necessità sociali) a un artefatto o servizio o sistema in grado di esserne interprete. Le domande allora sono: da che cosa a che cosa si traduce nel design? e quali sono i passaggi traduttivi in un processo progettuale? La concezione del "design come traduzione", come è facile intuire, si trova subito a dover dipanare un paradosso: se tradurre è passare da un testo all'altro, a guardar bene il design non prende avvio da un testo propriamente detto, ma da istanze d'altro tipo. Da qui la domanda: qual è l'*oggetto* della traduzione nel design?

In Zingale (2016) ho cercato di rispondere al paradosso prendendo le mosse tanto dalla nota tripartizione di Roman Jakobson (1959) quanto dal modello semiotico di Louis Hjelmslev (1943). Di quest'ultimo ritengo che in particolare vada presa in considerazione non solo la suddivisione della significazione in due piani, ma in particolare, nel nostro caso, ciò che lo studioso danese pone tanto *prima* quanto *al di qua* di entrambi i piani: il *Purport*. Nel design non si traduce per far comprendere ciò che è "detto in un'altra lingua", ma per volgere in una forma di espressione inedita o inesplorata, quindi inventiva, eppure opportuna e pertinente, frutto di gradi diversi di invenzione, ciò che in origine si presenta senza una forma né struttura testuale definita. Così, nel design – questa la mia ipotesi teorica – possiamo immaginare il passaggio traduttivo come differenziato in due fasi: (i) dalla materia indifferenziata del

³ Il termine "artefatto", prevalente nella letteratura del design, viene qui inteso come una declinazione del termine "enunciato".

⁴ In questo senso l'infopoesia si innesta nella tradizione novecentesca della Poesia concreta e della Poesia visiva, con anche alcuni richiami all'Arte concettuale. Su questo campo della sperimentazione artistica e poetica rimando ad Accame (1977/1981) e Stefanelli, Pignotti (1980).

⁵ Nel settembre 2018 la galleria Wild Mazzini di Torino, specializzata in data visualization, ha esposto i video di dodici infopoesie.

⁶ Per un raffronto tra arte e design vedi Antonucci (2016).

⁷ Sul design come traduzione rimando al volume collettaneo curato da Giovanni Baule e da Elena Caratti (2016), dove è anche contenuto il mio contributo prima citato.

Purport⁸ a una forma testuale, seppure dallo statuto provvisorio e preparatorio; (ii) da tale forma testuale all'artefatto propriamente detto.

Ho riassunto così questa ipotesi in un diagramma (Fig. 1) che prevede i seguenti passaggi, relativi alla *data visualization* in generale e a ogni forma di progettazione.

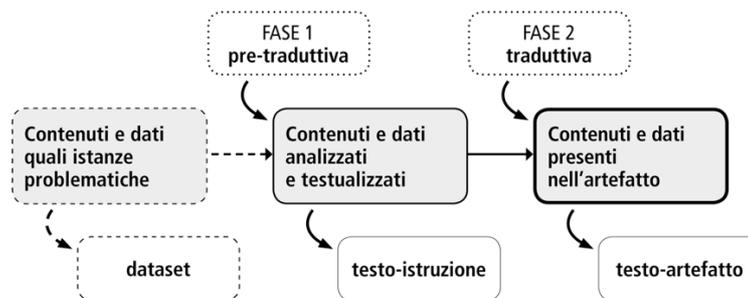


Fig. 1 - Schema del processo traduttivo nella visualizzazione dei dati

La prima fase, *pre-traduttiva*, è così articolata:

(1) fase della testualizzazione, la quale si articola in due punti:

- (1a) proposta o scelta del dataset da visualizzare, la quale si pone sia come *intenzione comunicativa*, sia come volontà di far conoscere attraverso l'infopoesia aspetti trascurati della realtà sociale e culturale;
- (1b) trasformazione del dataset in un testo-istruzione, che prenda il posto che nella traduzione interlinguistica e intersemiotica è occupato dal testo di partenza (*source text*).

Questa prima fase (1) ha lo scopo di raccogliere e riformulare i dati relativi a un certo argomento di interesse in una forma testuale, in modo che diventi oggetto di analisi condivisa. Non sempre infatti i dati si presentano in modo articolato e strutturato; quasi sempre essi vanno cercati in una miriade di luoghi sparsi, nel web, nei social network, così come in altri media e documenti. Spesso il lavoro di visualizzazione prende spunto da dati da “estrarre” da *repository* di vario genere, anche da siti enciclopedici, da blog o da interviste. Non è poi da escludere che i dati vengano cercati e assemblati attraverso un lavoro di inchiesta, condotta direttamente dal designer attraverso interviste, osservazioni sul campo e altre forme di rilevamento etnosemiotico⁹.

Il risultato di questa fase è ciò che ho chiamato *testo-istruzione*: non ancora un testo pensato per la comunicazione, bensì una sorta di partitura che avvia e dirige la messa in discorso. Questo testo può avere forme diverse, anche se in genere prevale la forma tabellare.

La seconda fase, quella propriamente *traduttiva*, è più articolata e prevede il passaggio dal precedente testo-istruzione a un *testo-artefatto*:

(2) fase della visualizzazione, che si articola, nel caso dell'infopoesia, nei seguenti punti:

- (2a) analisi del dato così come questo emerge dal testo-istruzione: questa fase è decisiva rispetto a tutto il processo che segue, perché è quella che prepara e determina ogni strategia discorsiva;
- (2b) selezione dei tratti pertinenti inerenti il dataset che si vogliono far risaltare: qui si palesa la soggettività del designer, che attraverso una selezione e scelta delle pertinenze da mettere in evidenza rende esplicita sia la presenza del proprio punto di vista sia il ricorso ai processi di negoziazione o di compromesso;
- (2c) individuazione degli effetti di senso che si intendono produrre nella fruizione, tenendo presente che lo scopo dell'infopoesia è doppio: (i) coinvolgere emotivamente, proprio come in una vera e

⁸ La “massa amorfa e indistinta” del pensiero che precede, già secondo de Saussure, “l'apparizione del pensiero” (Saussure 1916, p. 136 trad. it.). Secondo Cosimo Caputo il Purport, o Materia, “ha una forma *non-scientifica, non-semiologica*, il che vuol dire che è un sostrato scientificamente amorfo e al contempo luogo di ogni possibile segnatura. In quanto tale è *materia signanda*.” (Caputo 2010, p. 181).

⁹ Sull'etnosemiotica rimando a Marsciani (2007).

- propria esperienza estetica, il fruitore rispetto al tema trattato (curando in particolare sia la funzione fática sia la funzione conativa); (ii) ottenere questo effetto portando l'attenzione del fruitore sulla attendibilità dei dati rappresentati e sui diversi temi cui essi fanno riferimento (ponendo quindi attenzione anche alla funzione referenziale);
- (2d) scelta di una strategia di figurativizzazione dell'enunciato, attraverso la costruzione di una metafora o altre figure: questo punto è quello che mette alla prova le capacità inventive del designer, perché non vi sono – né possono esserci – regole o procedure da seguire, ma solamente l'agire per “colpi di abduzione”, o di associazioni di idee, per trovare la figurazione in grado di interpretare sia il dataset iniziale, sia la stessa ratio delle scelte progettuali;
 - (2e) individuazione del medium più appropriato in relazione alle pertinenze selezionate in (2b) e agli effetti di senso previsti in (2c);
 - (2f) messa in discorso, o *in scena*, la quale avviene in due fasi: la prima *on desk*, attraverso i consueti strumenti della progettazione; la seconda sul campo, specie se si tratta di reperire materiali particolari o inconsueti (come, ad esempio, mille mozziconi di sigaretta) o di allestire backstage per riprese video inconsuete.

Aggiungiamo che, nell'infopoesia non si tratta, così come nell'*information design*, di tradurre il misurabile o numerico in visibile, bensì di allestire uno scenario rappresentazionale dove il visivo o materico ricostruiscono aspetti dell'esperienza e delle realtà problematiche prese in esame.

3. Oltre la connotazione, l'evocazione

Nell'infopoesia, proprio in virtù delle modalità atipiche e sperimentali che la contraddistinguono, il percorso traduttivo, come già accennato, ha il suo punto di avvio in una sorta di *contratto dialogico* tra designer e fruitore. Ogni infopoesia contiene infatti una implicita richiesta, che possiamo così formulare: “Con questo artefatto ti mostro i dati relativi a un determinato fenomeno, così come accade con ogni visualizzazione di dati; ma oltre che alla *denotazione* dei dati ti chiedo di porre attenzione alle possibili *evocazioni* che derivano dal modo in cui essi vengono presentati”. La domanda è: che cosa sono e dove possono portare queste evocazioni?

Abbiamo detto che, a differenza di altre forme di visualizzazione, nell'infopoesia la soggettività del designer è un carattere ineliminabile, anzi necessario. Per rispondere alla domanda aggiungiamo ora che il contratto dialogico prevede, da parte del designer enunciatore, un atto perlocutorio che è al tempo stesso di impegno e di promessa, e richiede al fruitore enunciatario un atto di fiducia: se ci si affida al saper fare del designer – e al suo *voler fare*, al suo piano intenzionale –, la conoscenza del dato può diventare un'esperienza che trascende il dato stesso, allo scopo di darne una più ampia percezione. Infatti, pur dichiarando la rinuncia a ogni neutralità della rappresentazione, l'infopoesia riporta il dato al suo compito più genuino: raccontare i fenomeni di cui è parte, spesso facendocene toccare con mano – o toccare con lo sguardo e l'udito – la durezza o la tragicità, oppure la levità o la stranezza. È questa in fondo una delle ragioni della metafora: riuscire a *far significare* oltre i limiti stessi della significazione.

Lo scarto metodologico dell'infopoesia rispetto all'*information design* sta allora in quello che possiamo definire l'oltrepassare lo stadio della denotazione e della connotazione (stadio dentro il quale *information design* e *data visualization* hanno il compito di trattenersi¹⁰) e l'inoltrarsi nei territori dell'evocazione. Per questa ragione il ricorso alla metafora, il riuscire a *trovare* la più adeguata, è uno dei punti di svolta nel processo progettuale di un'infopoesia.

Ma qui abbiamo usato un altro termine, su cui occorre soffermarsi: *evocazione*. Si tratta di un termine cui Massimo Bonfantini (1987, 2000) ricorre per completare un “processo di interpretazione”, a completamento della denotazione e della connotazione. Si tratta di una “serie in linea di principio illimitata di passaggi interpretativi, in cui l'interprete può scostarsi dal programma pragmatico del testo, procedere per *evocazioni*, secondo un'inferenzialità abduittiva che accentuando gli ‘spostamenti’ [...] trapassa in poiesi di narrazioni” (Bonfantini 1987, p. 108). È lecito pensare che Bonfantini si riferisca qui all'interpretazione di un “prodotto di senso”, come un proferimento o un testo. Nel nostro caso

¹⁰ Quando e fin quando, beninteso, la visualizzazione si pone come servizio all'utenza, producendo una rappresentazione ottimale dei dati allo scopo di rendere accessibile l'informazione, proseguendo nel programma di *educazione visuale* di Otto Neurath (1931).

l'interpretazione è anche quella che fa parte del lavoro progettuale nella mente del designer, un'interpretazione proiettiva che va alla ricerca di una modalità di espressione capace di costruire sul dato scelto "poiesi di narrazioni".

L'idea di evocazione, quale risposta interpretativa, era già presente in Gottlob Frege (1892), che la chiamava *Vorstellung* (rappresentazione, immaginazione) e la distingueva sia dalla denotazione sia dalla connotazione. Si tratta dell'immagine mentale, "spesso impregnata di sentimenti", che si forma nella mente di un enunciatario di fronte a una manifestazione semiotica "aperta" (Eco 1962).

Scrivendo Frege: "Se la denotazione di un segno è un oggetto sensibilmente percepibile, la mia rappresentazione di esso è invece un'immagine interna che si è costituita sulla base dei ricordi di impressioni sensibili da me provate e di attività, sia interne che esterne, da me esercitate" (Frege 1892, p. 12 trad. it.). La differenza è che il *da me* di Frege qui va inteso come un *da noi*, da una collettività di interpreti che attinge a un patrimonio di immagini, di "ricordi e impressioni sensibili" di una enciclopedia condivisa.

Nell'infopoesia l'evocazione è così responsabile delle *oscillazioni del senso*; e di conseguenza si propone come stimolo inferenziale e invito a "saperne di più". Come se l'enunciatario venisse investito del compito di esplorare più estesamente il fenomeno presentato e rappresentato.

4. Quattro esempi

Ma non possiamo parlare di una forma di enunciazione visuale senza mostrarla. Seleziono quattro esempi, che traggono direttamente dal *repository* messo insieme dal Laboratorio DensityDesign: infopoetry.densitydesign.org. Si tratta di opere realizzate con quattro media diversi: un video, un libro, un'installazione e un oggetto.

4.1. Fino all'ultimo pianto

Il video di questa studentessa cinese è stato intitolato *Il pianto*. Ci parla della diminuzione progressiva del tasso di natalità in Cina dal 1960 al 2015 (Fig. 2). I chicchi di caffè rappresentano, in proporzione, il numero di bambini nati ogni 5 anni. Il video è accompagnato dal primo pianto di bambini appena nati, il primo respiro che permette di dilatare gli alveoli e il passaggio dell'ossigeno. Con il diminuire dei chicchi di caffè, diminuisce anche il numero di bambini che piangono, fino quasi al silenzio.

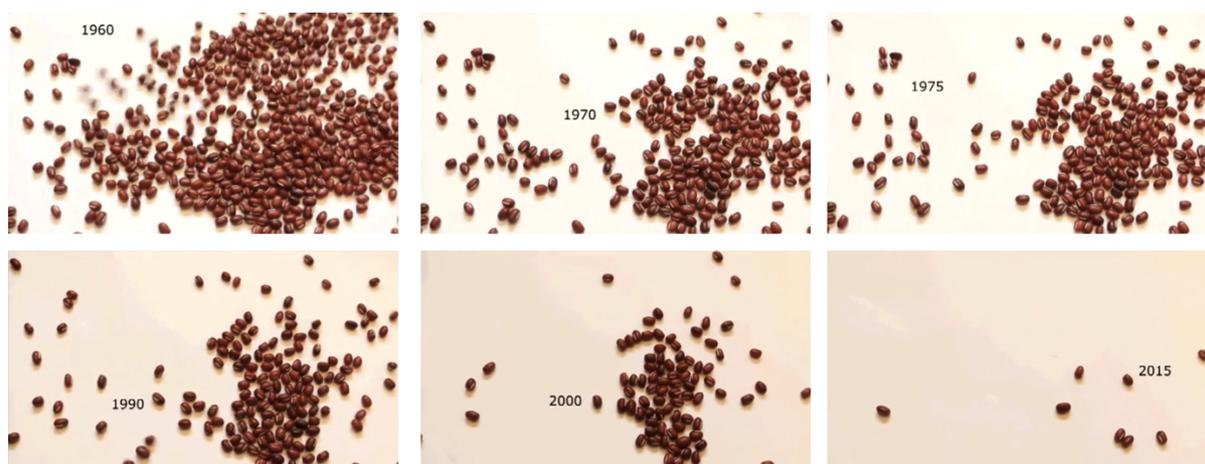


Fig. 2 - *Il pianto*, Xuanxuan Hou, 2015/2016, alcuni fotogrammi del video

4.2. Il corpo di carta

In questo libro che compone l'infopoesia di Carola Barnaba, *Crumpled Italia*, il tema è la violenza sulle donne nelle diverse regioni italiane (Fig. 3). Raccolte in un libro da sfogliare, le pagine raccontano con il mero dato e la carta martoriata uno dei più tristi drammi del nostro paese. In Italia sono 6.788.000 le

donne, di età compresa tra i 16 e i 70 anni, vittime di ogni sorta di violenza, sia fisica sia sessuale, durante la loro vita. Il 10,6 per cento di loro ha subito violenza sessuale prima dei 16 anni.

La metafora è il foglio di carta stropicciato, ammaccato ogni volta in relazione alla percentuale delle violenze. Come il corpo della donna, il foglio non si straccia, ma una volta accartocciato non può più distendersi completamente e ritornare come prima.



Fig. 3 - *Crumpled Italia*, Carola Barnaba, 2015/16), otto pagine del libro.

4.3. Una coperta per terra

Che cosa rimane quando tutto è perduto? Questa domanda introduce il tema dell'infopoesia di Alessia Musio, *Under the Blankets* (Fig. 4). Qui si racconta della perdita del luogo domestico e della condizione esistenziale dei senzatetto, a partire dalle storie di sette persone – delle 43.595 censite in Italia – costrette a vivere per strada. I dati selezionati riguardano dei campioni rappresentativi, da chi è appena entrato in questo stato di precarietà a chi lo ha di fatto assunto come nuovo, seppur doloroso, modo di essere. La coperta posta per terra, sfruttando la tecnica di cucito del patchwork, diventa un campo diagrammatico: maggiore è il grado di sporco sulla coperta di ogni clochard, più è il tempo che ogni clochard ha trascorso in strada.

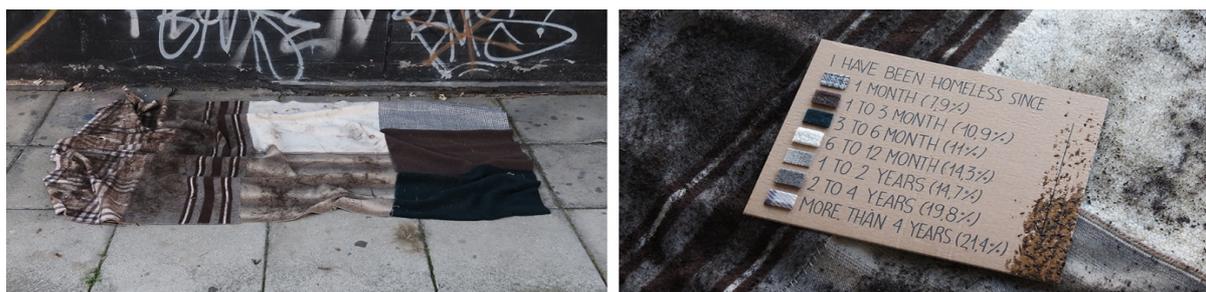


Fig. 4 - *Under the Blankets*, Alessia Musio, 2018/19. A sinistra: particolare con i dati

4.4. Il peso della nuvola

Pochi di noi ci pensano, ma le varie Cloud che utilizziamo per depositare i nostri file sono tutt'altro che ecologiche. L'infopoesia *Cloud Matter*, di Guilherme Appolinario (Fig. 5), è una nuvola di cemento, pesante (fisicamente) e ingombrante: eppure corrisponde “solo” a 6 gigabyte, molto meno di quanto portiamo racchiusi nelle nostre tasche dentro una pen drive. In questa installazione il peso in gigabyte è stato convertito nel peso di CO₂ emessa per trasferire la quantità di dati indicata. L'infopoesia è una scultura interattiva e permette, quando sollevata, di percepire l'impatto dell'inquinamento originato dalle nuvole di dati.



Fig. 5 - *Cloud Matter*, Guilherme Appolinario, 2019/2020

5. Conclusioni: dalla traduzione alla narrazione

Racchiusa nella sua dimensione di esercitazione didattica, l'esperienza dell'infopoesia si è finora limitata all'affinamento di un metodo. Un suo prossimo sviluppo dovrebbe consistere nel proporsi come strumento di comunicazione pubblico, cercando i canali e i contesti sociali in cui questa forma di visualizzazione possa essere non solo oggetto di fruizione, ma occasione di riflessione e discussione. Non si esclude infatti che un'infopoesia, per quanto legata ai fenomeni di cui parla, non possa “parlare” oltre la stretta attualità dei dati da cui trae origine. Anzi, è proprio il suo trovarsi al confine tra arte e design che lascia intravedere potenzialità espressive ancora da esplorare.

Ma a guardar bene, l'infopoesia si colloca necessariamente anche fra cronaca e storia, quindi tra informazione e memoria della propria epoca. Le infopoesie – un po' lo abbiamo visto – parlano dei problemi del mondo, dall'ecologia ai conflitti sociali, dalla tecnologia agli abiti di comportamento. Tutto ciò fa pensare un ulteriore passo da compiere, che vede l'enunciazione poetica dei dati non solo come atto di traduzione, ma come attività narrativa e argomentativa. Anche perché la comunicazione dei dati, come viene da più parti ribadito, più che dare risposte stimola domande.

Bibliografia

- Accame, V., 1977, *Il segno poetico*, Samedan-Milano, Munt Press; 2.a ed. illustrata, Milano, Zarathustra-Spirali, 1981.
- Antonucci, R., 2016, *Arte e/o Design*, Milano, Mimesis.
- Baule G., Caratti, E., 2016, *Design è traduzione. Il paradigma traduttivo per la cultura del progetto. “Design e traduzione”: un manifesto*, Milano, Franco Angeli.
- Bonfantini, M.A., 1987, *La semiosi e l'abduzione*, Milano, Bompiani.

- Bonfantini, M.A., 2000, *Breve corso di semiotica*, Napoli, Esi.
- Caputo, C., 2010, *Hjelmslev e la semiotica*, Roma, Carocci.
- Frege, G., 1892, “Über Sinn und Bedeutung”, in “Zeitschrift für Philosophie und philosophische Kritik”, 100; trad. it. “Senso e denotazione”, in Bonomi, A., a cura, 1973, *La struttura logica del linguaggio*, Milano, Bompiani.
- Hjelmslev, L., 1943, *Omkring sprogteoriens grundlaeggelse*, Copenhagen, Akademisk Forlag; trad. eng. *Prolegomena to a Theory of Language*, Baltimore, Waverly Press, 1953.
- Jakobson, R., “On Linguistic Aspects of Translation”, in Brower, R. A., 1959, *On Translation, Harvard Studies in Comparative Literature*, Cambridge, Harvard University Press, pp. 232–239.
- Manchia, V., 2015, a cura, *Immagini che fanno segno. Modi e pratiche di rappresentazione diagrammatica nelle informational images*, Carte Semiotiche, Serie Annali 2, Dicembre 2014.
- Manchia, V., 2020 (in corso di stampa), *Il discorso dei dati. Note semiotiche sulla visualizzazione delle informazioni*, Milano, Franco Angeli.
- Marsciani, F., 2007, *Tracciati di etnosemiotica*, Milano, Franco Angeli.
- Mauri, M., Colombo, G., Briones, A., Ciuccarelli, P., 2019, *Teaching the critical role of designers in the data society: the DensityDesign approach*. 10.21606/learnxdesign.2019.12046.
- Neurath, O., 1931, “Bildhafte Pädagogik im Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseum in Wien”, “Musemkunde”, Neue Folge, III, 3, pp. 125-129.
- Piccoli Trapletti, G., 2017, *Un coup de data. Infopoesia. Verso un approccio poetico alla visualizzazione*, Tesi di Laurea magistrale, Politecnico di Milano.
- Stefanelli, S., Pignotti, L., 1980, *La scrittura verbo-visiva. Le avanguardie del Novecento tra parola e immagine*, Roma, Editoriale L'Espresso.
- Zingale, S., 2016, “Come una traduzione. La traduzione del senso nel design”, in Baule e Caratti 2016, pp. 71-94.