

Geografia “2.0”? Sfide e nuove opportunità

Keywords: *Geografia, Neogeography, Web 2.0.*

JEL codes: *C31 Cross sectional models, Spatial models, Treatment Effect Models, Quantile Regressions, Social Interaction Models; R12 Size and Spatial Distribution of Regional Economic Activity.*

Settori ERC: *SH3_11 Infrastructure, Human and Political Geography, Settlements; SH3_12 Geo-Information and Spatial Data Analysis; SH2_5 Democratization, Social Movements.*

Sommario: *La geografia oggi non è immune al fenomeno noto come Web 2.0, a indicare contenuti multimediali realizzati per la rete internet non più ‘calati dall’alto’, da figure professionali ad hoc e contenuti in scatole nere inaccessibili alla maggior parte degli utenti non professionisti, ma al contrario costruiti proprio da e a beneficio della comunità di quei medesimi fruitori. Scopo del presente quesito è quello di interrogarsi e di riflettere sul ruolo della geografia di fronte a questi fenomeni, che rimandano a una creazione e a un accesso diffusi e ‘democratici’ di un certo tipo di informazione geografica, che da una parte consente a sempre più persone di creare dei contenuti informativi geograficamente referenziati (grazie alla sempre più ampia disponibilità di dispositivi ‘geografici’: telefoni cellulari, ricevitori GPS, immagini satellitari), dall’altra rende disponibili a tutti, e quindi anche a quegli studiosi, quei pianificatori, quei decision makers che ‘normalmente’ hanno a che fare con il dato territoriale. Da un altro lato ancora, il quesito è posto nei confronti della geografia, chiamata in causa nel termine ‘neogeografia’ e in quello di ‘nuovi geografi’, per comprendere quale sia il suo ruolo nei confronti di questa sorta di ‘rivoluzione dal basso’ e come da questa possa trarre occasioni per nuovi spunti di ricerca e di applicazione.*

Abstract: *Geography today, as well as other disciplines, is affected by the so called ‘2.0’ phenomenon, typically concerning the Web and the applications there available. In particular the Web 2.0 concept recalls multimedia contents created for the Internet by users, indicating therefore something ‘alive’, not created in a top-down approach but following a bottom down one, and as a creation performed by the same community of users and creators of information. Information is not therefore managed by skilled professionals and available through a ‘black box’ as an Internet website or as a piece of software, but single users are capable and willing to participate to the process of contents’ creation. The widespread availability of ‘geographically informed devices’ (cell phones, GPS devices, virtual globes, etc.) allow unskilled users to create their own geographical contents and broadcast them. Such ‘neogeographers’ produce wide sets of data that can be accessed by everybody through the web. Here we ask how geography deals with such issues related to the presence of ‘unskilled’ neogeographers and to the concept of ‘neogeography’. Other than that, a question is on how from such phenomenon and data production geography can gain elements for new lines of research and applications.*

1. Introduzione

Gli anni più recenti sono testimoni di un fenomeno nuovo che riguarda soprattutto l’affermarsi di nuovi modi di interagire e comunicare, aiutati in questo dalla diffusione ampia e ‘democratica’ delle nuove tecnologie dell’informazione e della comunicazione (ICT), internet e comunicazione mobile in particolare. Tale fenomeno riguarda soprattutto i modi in cui gli utilizzatori di internet e dei servizi a questa connessa si confrontano e accedono ai contenuti resi disponibili attraverso di essa. In particolare si parla oggi di *web 2.0*, a indicare contenuti multimediali realizzati per la rete internet non più ‘calati dall’alto’, realizzati da figure professionali ad hoc e contenuti in scatole nere inaccessibili alla maggior parte degli utenti non professionisti, ma al contrario costruiti proprio da e a beneficio della

comunità di quei medesimi fruitori. In ciò quindi l’utente della rete si trova a poter svolgere il doppio ruolo di fruitore di contenuti e realizzatore dei medesimi. Esempi tipici possono essere i siti internet o blog creati da comunità di turisti, vere versioni del XXI secolo delle ‘foto delle vacanze’, dove però chi guarda può farsi un’idea più realistica dei luoghi effettivamente visitati da altri turisti, nonché usufruire delle esperienze altrui relative ad un determinato soggiorno, siano queste positive o negative. In altre declinazioni al fenomeno viene associato il termine ‘*wiki*’ che ha in wikipedia la sua manifestazione più nota ed eclatante: un’enciclopedia gratuita, disponibile a chiunque abbia accesso alla rete, creata ‘dal basso’ dalla comunità dei frequentatori della rete, ovvero da chiunque abbia interesse a dire qualcosa su qualche argomento, e da chiunque abbia la volontà di integrarlo



e correggerlo. Al di là degli errori reperibili nelle voci, è notevole pensare che le imprecisioni sono generalmente in percentuale pari a quelle reperite in fonti più autorevoli, quali ad esempio la ben nota Enciclopedia Britannica. Di fatto quindi nel *wiki* opera una sorta di ‘circolo virtuoso’ in cui la maggior parte degli utenti è interessata a far transitare dei messaggi corretti piuttosto che inattivare e distribuire una comunicazione errata.

La geografia oggi non è immune a tale fenomeno. Contenuti geografici ‘creati dagli utenti’ rappresentano, infatti, un fenomeno in crescita. Se da una parte sono molteplici gli utenti che contribuiscono con elementi ‘semplici’ a una diffusione e condivisione geografica digitale, (es. tracciati derivanti da GPS per percorsi ciclabili, turistici, ma anche punti di interesse (POIs) per navigatori satellitari), è da ricordare altresì la presenza di fenomeni di produzione cartografica più ampia: pensiamo ad esempio a realtà come il progetto OpenStreetMap, dove una cartografia ‘globale’ viene costruita e aggiornata esclusivamente dagli utenti con una logica presa in prestito da strutture quali Wikipedia, e che si presenta come un ambiente multiforme dove il prodotto cartografico può essere visualizzato, stampato, scaricato per l’utilizzo in navigatori satellitari ma anche in sistemi informativi geografici. Ritorna il concetto di una ‘nuova geografia’ (*neogeography*) e dei ‘nuovi geografi’ (*neogeographers*), individuati, in maniera semplificata, come coloro che producono contenuti geografici con le nuove tecnologie informatiche, e non più (o non necessariamente soltanto) studiosi nell’ambito della geografia (e quindi all’interno della comunità scientifica). Autori come Goodchild (2007) parlano di democratizzazione dell’Informazione Geografica, in quanto è implicito il riferimento al fatto che la gestione di questa non diventa più soltanto appannaggio di studiosi esperti, ma piuttosto di un pubblico vasto e potenzialmente formato da chiunque abbia accesso alla rete e a dispositivi mobili che consentano la geolocalizzazione, oltre naturalmente alla volontà di agire come ‘volontario’ e creare e condividere con altri i contenuti geografici realizzati. Per dirla in termini più netti è in atto una sorta di ‘banalizzazione’, dato che i creatori di contenuti non sono più soltanto persone inserite nell’ambito della comunità scientifica dedicata allo studio del territorio.

2. Nuova geografia e nuovi geografi?

Nuovi geografi nell’accezione odierna e ‘banalizzata’ del termine *neogeographers* si riferisce quindi a chi usufruisce e crea contenuti informatici loca-

lizzati’, riconducibili a un sistema di coordinate (geografiche o piane). Sembra essere il non ultimo utilizzo dell’attributo ‘nuovo’ davanti alla parola “geografia”. Si parla di una “nuova geografia” infatti sia nel corso del XX secolo che nel nuovo, a partire dalla *new geography* (nel mondo anglosassone) o *nouvelle géographie* e *neo-geographie* (in quello francofono), caratterizzata, a partire dagli anni ’60 del ’900, soprattutto per la componente quantitativa, derivata dalle scienze economiche e dalla statistica, volta a far emergere delle ‘leggi generali’ cui rispondono i processi spaziali (Claval 1976, Celant 1984, Vallega 1984), legando di fatto la scienza geografica con quella pianificatoria ed economica. Recentemente si parla poi di ‘nuova geografia economica’ (*new economic geography*), che però richiama soprattutto un filone di ricerca (Krugman, 1991; Sachs, 1993), in cui il ragionamento spaziale viene inserito nell’ambito dell’economia del commercio internazionale. Da più parti tale ambito di ricerca viene però visto maggiormente inserito nel novero delle discipline economiche più che di quelle geografiche in senso stretto, essendo il punto di partenza del ragionamento soprattutto di carattere economico, piuttosto che spaziale.

I sistemi informativi geografici o, più ambiziosamente, la scienza dell’informazione geografica rappresenta l’ultimo – in termini temporali – caso in cui l’aggettivo ‘nuovo’ viene unito concettualmente alla geografia, così come una ‘nuova geografia quantitativa’ sembra porsi quale ambito di ricerca, dopo gli errori semplicistici, e grazie a una maggiore e integrata contaminazione con le altre scienze, nonché tramite l’utilizzo ragionato dell’analisi spaziale e dei sistemi informativi geografici.

Passando al concetto più recente di *neogeography* questo risale al 2006 e si basa sulla diffusione e ampio utilizzo dei *locative media*, o ‘mezzi di comunicazione localizzati’, che, grazie a tecnologie ‘geografiche’, collegano alle posizioni nello spazio le espressioni individuali e della società. Eisnor (2006) è tra i primi a parlare di *neogeography* quale un “diverso insieme di pratiche che operano al di fuori, o parallelamente o similmente a quelle dei geografi professionisti”, sottolineando altresì come i suoi metodi siano più basati sull’intuizione, l’espressione, l’esperienza personale, artistica, oltre che su reali applicazioni delle tecniche geografiche. “Ciò non significa che tali pratiche non siano anche in uso alle scienze geografiche e cartografiche, ma che di solito non si conformano ai protocolli della pratica professionale”.

I ‘neogeografi’ quindi esprimo le proprie applicazioni e manifestazioni geografiche soprattutto grazie agli strumenti tecnologici che al giorno d’og-

gi consentono di raccogliere dati e contenuti riferiti a luoghi sul territorio. Turner in particolare (2006) ha evidenziato gli aspetti più orientati alla componente tecnologica del campo della *neogeography*, ma il dibattito sul reale obiettivo e sulle applicazioni della *neogeography* in campi quali geografia, GIS e *web mapping* è ampio.

Parlando di *neogeography* non si intende comunque una singola tecnologia e non strettamente concentrata sul web e quindi su Internet, e numerosi studiosi non ne apprezzano il termine, soprattutto in ambito accademico. Goodchild in particolare, introducendo il concetto di Informazione Geografica Volontaria (*Volunteered Geographic Information - VGI*), ovvero l'utilizzo di un insieme di strumenti per creare, assemblare e disseminare dati geografici forniti volontariamente dagli individui (2007), la fa rientrare nell'ambito della *neogeography*, in questo differenziandola dalla geografia, che, al contrario, si presenta come una disciplina scientifica ben consolidata.

Centrale nell'accezione e definizione della *neogeography* in questo solco è, infatti, la filosofia del Web 2.0, ovvero la realizzazione di contenuti per la rete non più soltanto 'calati dall'alto' da parte di chi costruisce e gestisce siti Internet, ma realizzati dagli stessi utenti, che diventano contemporaneamente, oltre che fruitori, produttori di contenuti connessi in una struttura a rete.

Si fa riferimento con il Web 2.0 a una seconda generazione di sviluppo dei contenuti distribuiti via web che facilita comunicazione, scambio sicuro di informazioni, interoperabilità e collaborazione sulla rete Internet. Si basa sostanzialmente sullo sviluppo e sull'evoluzione di comunità, servizi e applicazioni basati sul web, quali siti di *social networking*, condivisione di video, *wiki*, blogs, ecc.

Più che una nuova tecnologia, il Web 2.0 riguarda un nuovo utilizzo di Internet, in modo più cooperativo (da "uno a molti" a "molti a molti"). Il web diventa pertanto collaborativo, o 'wiki' ('veloce' in Hawaiano). Il fenomeno *neogeography* non è altro quindi che un'applicazione 'geografica' al più ampio fenomeno del web collaborativo. Vi è pertanto la possibilità per utenti con dispositivi mobili di creare propri dati e contenuti geografici, complementari, in certi casi alternativi, a quelli realizzati da produttori tradizionali (Borruso, 2010).

3. Le sfide alla geografia

La definizione di *neogeography* e dei *neogeographers* quali nuovi geografi sembrerebbe rappresentare l'occasione per una semplificazione delle

problematiche e delle applicazioni geografiche, ridotta all'utilizzo di nuovi strumenti, alla portata del vasto pubblico, svilendo quindi il ruolo delle scienze geografiche e dei geografi quali studiosi del territorio, rendendo potenzialmente chiunque in grado di realizzare una geografia 'nuova'. Senz'altro il rischio di uno svilimento della geografia e delle altre discipline del territorio sembra esistere. Tuttavia non va negato come tale fenomeno, che per comodità continuiamo a chiamare *neogeography* o 'geografia 2.0', costituisca soprattutto un'occasione notevole da non mancare per un rinnovato e più forte peso delle discipline geografiche nell'attuale momento storico.

Ricordando ancora con Goodchild il processo di 'democratizzazione' dell'Informazione Geografica in corso, grazie alle nuove tecnologie dell'*Information and Communication Technology* potenziate dalla componente localizzativa, è da sottolineare nuovamente come gli aspetti tecnici e quantitativi che caratterizzavano la 'nuova geografia' (quantitativa) nonché i più recenti Sistemi Informativi Geografici non siano più soltanto il campo di applicazione di un ridotto numero di studiosi o di tecnici, ma che viceversa consentano l'accesso e la comprensione da parte di un pubblico più vasto e informato. In tal senso si possono notare tre ambiti strategici in cui nuovi ruoli possono essere giocati dalla geografia e dai geografi.

Innanzitutto l'ambito formativo ed educativo. La democratizzazione e apparente banalizzazione dei concetti geografici può essere giocata a vantaggio della divulgazione di concetti e contenuti geografici, senz'altro più alti e articolati della semplice visualizzazione (a titolo esemplificativo) della fotografia di un monumento in una città, georeferenziata e visualizzata su di un mappamondo virtuale. Il potenziale pubblico e uditorio attuale infatti risulta predisposto a ragionare in termini spaziali, se non altro partendo dalle coordinate geografiche e da un'immagine satellitare: i 'nativi digitali', quali sono le giovani generazioni che sono abituate a un mondo permeato dalla tecnologia e dall'informatica, sono caratterizzati dall'essere *multitasking* e dalla continua interazione e comunicazione con la propria comunità di riferimento (tramite apparati mobili, internet, *social networks*, ecc.). Concetti geografici pertanto non dovrebbero essere difficili da trasmettere, proprio facendo leva su quegli aspetti più interessanti e 'geografici' del processo di comunicazione, interazione e visualizzazione che caratterizza tale generazione.

Un secondo aspetto è legato alla ricerca. In questo ambito la realizzazione di contenuti a carattere geografico da parte di 'non esperti' e la loro



diffusione rappresenta di per sé un interessante argomento per analisi relative alla trasformazione della società e ai rapporti degli individui e dei gruppi nello spazio e con lo spazio che li circonda. Oltre a ciò, non va dimenticato il potenziale offerto allo studioso in termini di nuovi elementi su cui poter svolgere le proprie indagini, in termini di dati dal contenuto geografico, programmi disponibili e quant'altro. Agli inizi dello sviluppo dei sistemi informativi geografici uno dei problemi posti all'analista era costituito dalla disponibilità di dati geograficamente riferiti, difficili da reperire e da gestire, oltre che spesso costosi o non accessibili. Oggi ciò è fortemente limitato, in quanto dati geograficamente riferiti diventano facilmente accessibili tramite portali su internet, realizzati da fonti ufficiali o da diverse comunità di utenti. Inoltre appositi strumenti di gestione di dati geografici, di analisi e di loro rappresentazione diventano disponibili spesso gratuitamente, o come programmi scaricabili o direttamente tramite portali e pagine internet. pertanto anche una 'semplice' lista di indirizzi può facilmente diventare oggi un dato geografico quasi immediatamente visualizzabile e osservabile, grazie alle possibilità di sua georeferenziazione via web e sovrapposizione con cartografie digitali – spesso anche qui create da utenti 'dal basso' nella logica del *wiki*, come nel caso del progetto OpenStreetMap – di fatto consentendo di disporre (senza scomodare i 'tradizionali' sistemi informativi geografici) di quella 'geografia elementare' di elementi del territorio, la cui 'semplice' osservazione per punti costituisce già un'importante base per analisi geografiche più approfondite (De Matteis, 1970).

Un ultimo ambito riguarda il ruolo operativo e professionale del geografo nelle scelte di progettazione e pianificazione del territorio. Anche qui il poter disporre di nuovi – ora sì – strumenti di informazione geografica e di adeguati dati a supporto di tali azioni consente di ampliare la propria "cassetta degli attrezzi" (Haggett, 2001) e il campo di applicazione. Inoltre, la sempre più diffusa alfabetizzazione geografica degli individui (siano essi cittadini, *decision makers*, professionisti ecc.), pur se ottenuta tramite la già citata 'banalizzazione' dell'informazione geografica, e quindi una iniziale identificazione del semplice elemento multimediale georeferenziato su un'immagine satellitare con la più complessa e articolata realtà della geografia, consente di trasmettere più facilmente il sapere

geografico e di dimostrarne l'utilità e applicabilità nelle scelte territoriali che riguardano le nostre città e più in generale lo spazio che ci circonda.

Bibliografia

- Abbot J., Chambers R., Dunn C., Harris T., De Merode E., Porter G., Townsend J. E., Weiner D., "Participatory GIS: opportunity or oxymoron?", *Participatory Learning & Action PLA Notes (IIED, Sustainable Agriculture & Rural Livelihoods)*, PLA 33, 27-34, 1998.
- Borruso G., La 'nuova cartografia' creata dagli utenti. Problemi, prospettive, scenari, *Bollettino dell'Associazione Italiana Cartografia*, 2010, n. 138, p. 243.
- Celant A. e Vallega A., *Il pensiero geografico in Italia*, Milano, Franco Angeli, 1984.
- Claval P., "La brève histoire de la nouvelle géographie", *Rivista Geografica Italiana*, 83: 395, 1976.
- Claval P., *La nouvelle géographie*, Paris, Puf, 1977.
- De Matteis G., "Rivoluzione quantitativa" e nuova geografia, *Laboratorio di Geografia Economica*, Univ., 5, Torino, 1970.
- Elwood S., "Geographic Information Science: new geovisualization technologies - emerging questions and linkages with GIScience research", *Progress in Human Geography*, 33 (2): 256-263, 2008.
- Favretto A., "Progetti e strumenti a supporto della geografia e della cartografia: la "terra digitale" ed i mappamondi virtuali", *Ambiente Società Territorio (Geografia nelle Scuole)*, 54 (2): 15-20, 2009a.
- Favretto A., *I mappamondi virtuali. Uno strumento per la didattica della geografia e della cartografia*, Bologna, Patron, 2009b.
- Fischer F., "Collaborative Mapping - How Wikinomics is Manifest in the Geo-information Economy", *GeoInformatics*, 11 (2): 28-31, 2008a.
- Giorda C., *Il cammino della cartografia dall'astrazione al paesaggio: la terra vista da Google Earth*, Atti del 48° Convegno Nazionale Associazione Italiana Insegnanti di Geografia, Campobasso, Art Decò, 2006, pp. 247-251.
- Goodchild M., "Citizens as Sensors: The World of Volunteered Geography", *GeoJournal* 69(4): 211-221, 2007.
- Grava A., *Geografia 2.0?* <http://geograficamente.wordpress.com/2011/02/03/geografia-2-0/>, accesso il 21/04/2011, 2011.
- Haggett P. J., *Geography a modern synthesis*, 2001.
- Hudson-Smith A. e Crooks A., "The Renaissance of Geographic Information: Neogeography, Gaming and Second Life", *UCL Working Papers Series*, 142, 2008.
- Peterson M.P., *Maps and the Internet*, Oxford, Elsevier, 2003.
- Rambaldi G., Chambers R., McCall M. e Fox J., "Practical ethics for PGIS practitioners, facilitators, technology intermediaries and researchers", PLA 54:106-113, IIED, London, UK, 2006.
- Turner A.J., *Introduction to Neogeography*, Sebastopol (USA), O'Reilly Media, 2006.

Siti Internet

OpenStreetMap: <http://www.openstreetmap.org>
 Wikipedia: <http://www.wikipedia.org>

