



LUCA BARRA, SIMONE CARLO*

SOUND AND THE CITY

Schermi, stazioni e paesaggio sonoro urbano



*L'orecchio è in grado di avvertire ciò che è proprio,
in realtà, dell'occhio, poiché entrambi vivono
dell'esperienza e dell'apprensione di una sola bellezza.*

T. W. ADORNO¹

*This machine will, will not communicate
These thoughts and the strain I am under.*

RADIOHEAD²

Il *flâneur* del XXI secolo si muove per le strade della metropoli. Sul suo cammino incontra tabelloni pubblicitari, manifesti sui tram, schermi televisivi, proiezioni, vetrine, giochi di luce: la città è invasa dai media. Anche decidesse di chiudere gli occhi di fronte a questo sovraccarico percettivo, si accorgerebbe che gli stimoli sensoriali dati dai mezzi di comunicazione non sono solo visivi: sigle di tg dalle finestre aperte, musica fuori dai negozi, radio portatili, voci al cellulare, spot che si ripetono su alcuni schermi *ad hoc*. La dimensione sonora si rivela una componente fondamentale della vita urbana, quando non dell'esperienza *tout court*.

Anche se spesso si tende a darlo per scontato, il sonoro è infatti indissolubilmente legato a ogni percezione. Questo per due ragioni. Da un lato, il suono è pervasivo e occupa ogni spazio (anche il silenzio, assenza di suono, ha del resto qualità sonore): il mondo è un'«immensa composizione musicale»³, fatta di toniche di sfondo, di segnali strutturati in codici riconoscibili, di impronte sonore identificate (e protette) da una singola comunità. La presenza del suono, «sia essa di *background*, accompagnamento o *focus* dell'azione, colonizza fisicamente l'ambiente e ne definisce i tratti, le soglie, i confini»⁴. Dall'altro, il soggetto non ha possibilità di fuga: diversamente dalla vista, che si può direzionare o distogliere con facilità,

* Il saggio nella sua interezza, come la ricerca da cui trae spunto, è stato pensato, progettato e sviluppato insieme dai due autori. Secondo la prassi accademica, si indica che la sezione introduttiva e il III paragrafo sono stati redatti da Luca Barra; i paragrafi I, II e IV da Simone Carlo; le conclusioni sono state scritte congiuntamente.

¹ In *Minima Moralia. Reflexionen aus dem beschädigten Leben*, Suhrkamp, Frankfurt 1951; tr. it. *Minima Moralia. Meditazioni della vita offesa*, Einaudi, Torino 1954, 72, p. 127.

² *Street Spirit (Fade Out)*, da "The Bends" (1995).

³ R. M. SCHAFER, *The Tuning of the World*, McClelland, Toronto 1997; tr. it. *Il paesaggio sonoro*, Unicopli, Milano 1985, p. 15.

⁴ E. D. MIDOLO, *Sound Matters. Orizzonti sonori della cultura contemporanea*, Vita & Pensiero, Milano 2007, p. 71.

«il senso dell'udito non può venire chiuso a piacere». «L'orecchio non ha palpebre», e così «l'unica protezione dell'orecchio consiste in un elaborato meccanismo psicologico in grado di filtrare e depurare i suoni indesiderati e di concentrarsi su quelli graditi»⁵.

A una progressiva estensione (o consapevolezza) del ruolo del suono come parte integrante di un'esperienza urbana e mediale sinestesica, al momento non è però corrisposta una conseguente attenzione nei vari ambiti di indagine, teorica ed empirica. Nello studio sui media continua infatti a prevalere una riflessione sbilanciata sul visivo, nell'alveo del tradizionale paradigma scopico, che lascia poco spazio alle altre modalità di percezione, tra cui l'ascolto. Anche quando si tiene conto di esso, inoltre, ci si concentra sul suono organizzato in musica piuttosto che sul suono ambientale, sul rumore, sulla percezione acustica: certo per la natura sfuggente dei suoni, ma anche perché mancano teorie e strumenti soddisfacenti e condivisi che permettano di afferrarli.

Diventa essenziale pertanto studiare le implicazioni dell'audio, «concepito come un medium comunicativo e come risorsa relazionale irrinunciabile»⁶. Tanto più che la dimensione dell'ascolto è divenuta centrale con la modernità: sia per un progressivo spostamento d'attenzione sulla città e sul ricco (e confuso) paesaggio sonoro urbano, sia per la diffusione di mezzi di comunicazione esclusivamente sonori, o comunque con una componente audio importante. Negli spazi cittadini, alle esecuzioni in diretta (dai musicisti di strada e dagli *happening* nei parchi ai concerti *rock*) si sono presto affiancate le manifestazioni della musica registrata. Già Marshall McLuhan, del resto, quando delinea le tappe principali dell'evoluzione umana sulla falsa riga dello sviluppo dei media, rileva prima la sostituzione dell'oralità a opera della cultura visiva, scritta e lineare del cosiddetto “uomo tipografico” della stampa e della prospettiva, quindi il ribaltamento dato dalla diffusione del “sistema nervoso” dell'elettricità⁷. Ribaltamento che porta nuovamente in primo piano le componenti del sensorio trascurate dal regime visivo, dall'udito al tatto, e allarga l'esperienza verso la sinestesia: «udire è toccare a distanza»⁸.

La rivoluzione elettrica porta alla «moltiplicazione delle fonti sonore» e all'«aumento imperialistico della loro potenzialità di diffusione grazie all'amplificazione»⁹: ne sono indice gli schermi cittadini, che accanto e in aggiunta al video portano negli spazi pubblici un sonoro continuo, che avvolge il fruitore e dà forma a un “campo musicale” dai caratteri specifici. Come la *muzak*, le “musichette” d'attesa sintetizzate industrialmente da brani noti, il sonoro degli schermi urbani «riduce la musica a sfondo, con una deliberata concessione al modello *lo-fi*»¹⁰. In questo spazio sonoro la stessa *popular music*¹¹, che trova nuova vita in

⁵ R. M. SCHAFER, *Il paesaggio sonoro*, cit., pp. 24-25.

⁶ E. D. MIDOLO, *Sound Matters*, cit., p. 11.

⁷ Si veda M. McLuhan, *Understanding Media*, McGraw-Hill, New York 1964; tr. it. *Gli strumenti del comunicare*, Net, Milano 2002.

⁸ R. M. SCHAFER, *Il paesaggio sonoro*, cit., p. 24.

⁹ *Ivi*, p. 129.

¹⁰ *Ivi*, p. 143.

¹¹ Per un inquadramento della *popular music*, si vedano F. FABBRI, *Il suono in cui viviamo. Saggi sulla popular music*, Arcana, Roma 2002; ID., *L'ascolto tabù*, Il Saggiatore, Milano 2005; S. FRITH, *Music for Pleasure*, Polity Press, Cambridge 1988; tr. it. *Il rock è finito*, EDT,

questa trasmissione interstiziale, si riduce a ingrediente frammentario di un flusso indipendente, dove il contesto in cui la canzone è collocata conta molto di più del suo contenuto o della sua riconoscibilità.

Oltre all'effetto sul singolo brano, però, risulta di particolare importanza la "creazione" di un nuovo ambiente, profondamente modificato dall'inserimento di uno schermo. La ri-locazione¹², infatti, «mette in gioco qualcosa di diverso: non tanto dei contenuti da trasferire da un medium a un altro, né tanto l'assorbimento di un medium in un altro medium, quanto uno spostamento per così dire fisico, che porta un medium a occupare un nuovo posto – e a contaminare quel posto con la propria presenza». Diventa interessante approfondire i modi della presenza di un nuovo elemento mediale, non solo visivo ma sonoro: modi che si articolano in quattro «passaggi».

[1] La presenza dello schermo "ridefinisce" il suo intorno: quello che prima era [...] uno spazio di sosta, uno spazio di transito, uno spazio di attesa, diventa uno spazio di visione [e di ascolto, *n.d.r.*]. L'ambiente assume una nuova identità [...]. [2] La presenza di uno schermo, con i suoi contenuti, "riarticola" lo spazio: fa emergere dei punti di attenzione, segnala alcuni elementi a scapito di altri, fissa dei nuovi confini [...]. [3] Introduce una serie di istruzioni di comportamento [...]. [4] Fa sì che una serie di elementi apparentemente estranei (a partire dalle rappresentazioni che esso ospita) si integrino con ciò che già c'era: l'ambiente si apre al di fuori dei propri confini, richiama in campo nuovi dati, accorpa queste sue conquiste¹³.

In breve, «quel che la rilocazione porta in primo piano è la cornice complessiva in cui calare l'atto della visione»: obiettivo del saggio è così affiancare alla riflessione sulla visione di schermi rilocati quella sull'atto dell'ascolto dei "piccoli mondi" che l'audio schermico collabora o tenta di costruire. La dimensione sonora dello schermo calato nello spazio urbano interessa sì in quanto tale, ma soprattutto in relazione ai rapporti che necessariamente instaura con lo spazio circostante, con il passante distratto, con le immagini che scorrono sul video. Su queste relazioni questo saggio intende soffermarsi, sia pure in modo frammentario.

Casetti fa cenno alla sosta, al transito, all'attesa. Termini che indicano punti salienti dell'esperienza urbana, ma soprattutto che sembrano tratteggiare spazi tipicamente cittadini come le stazioni. E proprio ai mezzi di trasporto pubblico, luogo emblematico dei flussi di persone e di merci che investono la metropoli e che collegano i differenti punti della città e le città tra loro, si è qui deciso di restringere la complessità del contesto metropolitano. Sia nelle stazioni ferroviarie, sia nelle fermate della metropolitana, infatti, da qual-

Torino 1990; R. MIDDLETON, *Studying Popular Music*, Open University Press, Buckingham 1990; tr. it. *Studiare la popular music*, Feltrinelli, Milano 1994; G. SIBILLA, *I linguaggi della musica pop*, Bompiani, Milano 2003.

¹² Il concetto di rilocazione, come le riflessioni e le citazioni successive, sono riprese da F. CASETTI, "L'esperienza filmica e la rilocazione del cinema", in «Fata Morgana», n. 4, gennaio-aprile 2008, pp. 23-40.

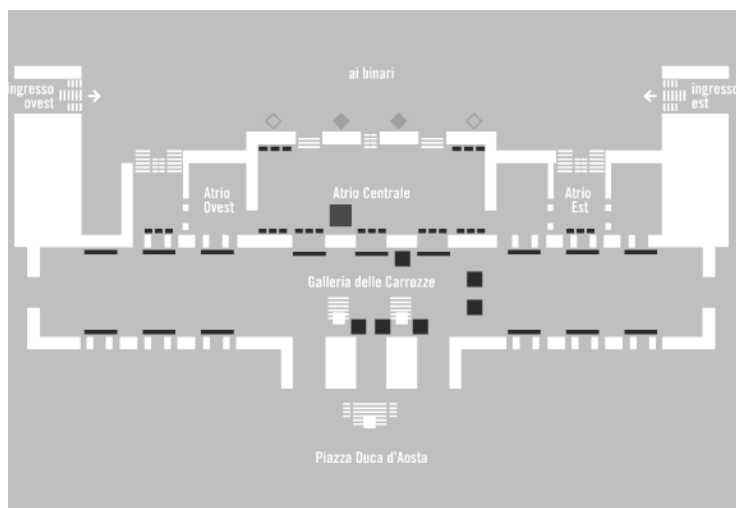
¹³ F. CASETTI, "L'esperienza filmica e la rilocazione del cinema", cit.

che anno sono apparsi degli schermi, che si integrano nello spazio precedente il loro arrivo e costituiscono a loro volta un nuovo ambiente¹⁴. Un ambiente dove anche il sonoro gioca un ruolo importante¹⁵.

SCHERMI, SPAZI, TEMPI. LA STAZIONE CENTRALE DI MILANO

È possibile suddividere idealmente lo spazio della stazione Centrale di Milano in 5 aree¹⁶. La prima corrisponde all'area taxi e all'imbocco della metropolitana (Galleria delle Carrozze): luogo ibrido, che unisce un uso dello spazio in termini di transito (soggetti che entrano ed escono dalla stazione) e di attesa (dei taxi, di altre persone). L'ambiente sonoro è dominato da suoni "naturali" (auto, gente in attesa e in transito).

La seconda area è quella delle biglietterie e delle scale che portano al primo piano, articolata in tre spazi principali (Atrio Centrale, Ovest, Est): di nuovo uno spazio di transito (in entrata e uscita dalla stazione) e di attesa (è un tipico luogo di appuntamento, ma anche quello di fila per le biglietterie). Ai suoni ambientali naturali si aggiunge l'audio-diffusione degli annunci di servizio.

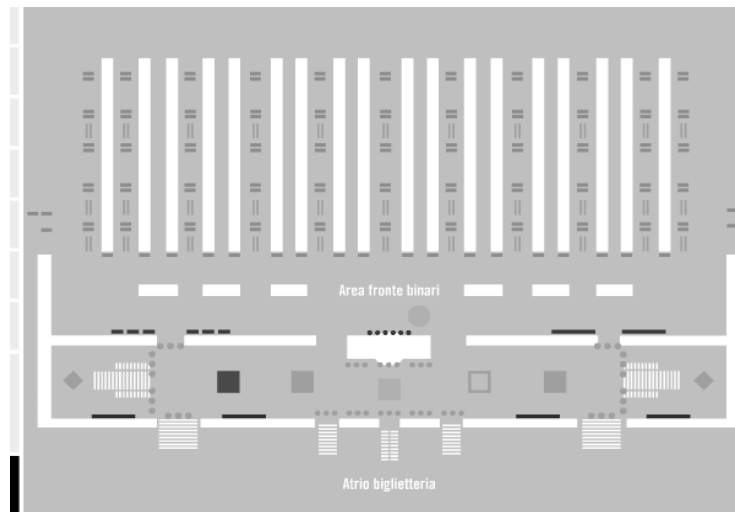


Piantina del primo piano della Stazione Centrale di Milano [Fonte: Grandi Stazioni]

¹⁴ Sono in fase di sperimentazione inoltre schermi sulle vetture dei treni, nelle fermate dei tram e sugli autobus, per ora con la trasmissione di sole informazioni testuali.

¹⁵ La ricerca ha affiancato alla ricognizione teorica e all'analisi desk delle trasmissioni degli schermi delle stazioni l'osservazione partecipante, svoltasi il 29 aprile e il 21 maggio 2008 nella stazione ferroviaria di Milano Centrale e nelle fermate della metropolitana milanese di Cadorna, Duomo e Centrale. Problema metodologico di fondo è stato applicare al sonoro modalità di ricerca etnografica fortemente calate nel paradigma scopico: si può forse parlare di *auscultazione* partecipante, dove – come indica E. D. MIDOLO, *Sound Matters*, cit., p. 29 – «il focus etnografico [...] si sposta dall'occhio che osserva, classifica e ordina, all'espressività della parola percepita nel momento dell'ascolto». D'altra parte, la direzionalità dello sguardo, contrapposta alla pervasività dell'ascolto, fa sì che sia più semplice vedere cosa i soggetti guardano rispetto a udire ciò che essi ascoltano.

¹⁶ Al momento della scrittura, la Stazione Centrale è in fase di profonda trasformazione a causa di lavori di restauro.



Piantina del piano binari della Stazione Centrale di Milano. Gli schermi di videocomunicazione sono indicati dalle brevi linee orizzontali [Fonte: Grandi Stazioni]

La terza area è quella in corrispondenza del primo piano della stazione, prima dell'accesso ai binari. Lo spazio è ancora sia del transitò sia dell'attesa, mentre i suoni ambientali convivono con l'audio-diffusione degli annunci di servizio e aumentano di rumorosità, vista la vicinanza ai treni.

La quarta area (Area Fronte Binari) è il cuore della stazione, suddivisa nell'atrio di testa e nelle banchine: qui compaiono gli schermi, con la conseguente moltiplicazione dei piani sonori.

L'Area Fronte Binari della Stazione Centrale è un ambiente estremamente denso: la presenza di punti commerciali (bar, edicole, chioschi) e di persone in attesa lo rendono saturo di suoni. Alla densità di sonoro "umano" (le voci, i rumori delle valigie) si sommano i suoni diffusi da sistemi tecnologici (altoparlante, schermi pubblicitari) e quelli meccanici (i treni fermi in stazione, i mezzi di servizio che percorrono l'atrio). La molteplicità di piani sonori è amplificata dall'organizzazione architettonica della stazione (estesa in verticale nella campata ad archi, con atrio ridotto).

Gli schermi – 133, in funzione 19 ore al giorno – sono LCD di 42 pollici lungo la banchina e di 55 pollici presso l'atrio, con audio perimetrale conico: il cono degli schermi di 55 pollici è di circa 3 metri¹⁷. Viene trasmessa unicamente pubblicità¹⁸, con un *loop* di 5 o 6 spot di circa 30 secondi che ricalca i format pubblicitari televisivi, precisamente il *cluster* di spot che interrompe i programmi. Gli annunci di servizio (partenze, arrivi, ritardi, altre comunicazioni), molto frequenti, disattivano l'audio degli schermi, causando frammentazione nel sonoro.

Nell'atrio della stazione, a ridosso delle rotaie, si trovano gli schermi più grandi. Posti a circa 3 metri di altezza, sono montati all'estremità di una struttura in metallo con alla base uno stretto gradino, spesso usato dai passeggeri per sedersi. La fruizione degli schermi vive qui di una doppia articolazione: i soggetti en-

¹⁷ Questo è un dato estremamente mutevole, dipendente dal contesto specifico.

¹⁸ La gestione degli schermi è affidata a Grandi Stazioni, società delle Ferrovie dello Stato che gestisce il network delle 13 maggiori stazioni italiane.

trano nel cono di attenzione dello schermo quando si dirigono verso i binari (transito) o quando stazionano presso la testa dei binari (attesa).

Lungo ogni banchina sono disposti 10 schermi, posizionati per raggiungere primariamente gli utenti in transito: la posizione perpendicolare ai binari accompagna il percorso dei viaggiatori lungo il binario. Non sono invece strategici per l'attesa: le persone sono normalmente disposte parallelamente alla banchina (in piedi, seduti sulle panchine, di fronte ai chioschi), entrando solo in maniera residuale nel cono visivo di attenzione. Il sonoro dello schermo rappresenta così la presenza più *evidente* della videocomunicazione: la minor rumorosità dei binari rispetto all'atrio consente la costruzione di un ambiente sonoro più nitido. Con un certo paradosso, la maggiore chiarezza del contenuto sonoro degli schermi rende più straniante il *frammento* di flusso, frutto dell'interruzione dell'audio per gli annunci di servizio.

SCHERMI, SPAZI, TEMPI. LA METROPOLITANA MILANESE

Anche la metropolitana può essere idealmente divisa in quattro aree¹⁹. La prima è quella dell'atrio della stazione, spazio di biglietterie e attività commerciali, di attesa e di transito, dove il paesaggio sonoro è dominato dalle voci dei soggetti e dagli annunci di servizio. La seconda area è il mezzanino: la zona che sta al di là dei tornelli. È uno spazio più di transito che di attesa, anche se – specie nelle stazioni di interscambio – può rappresentare un luogo d'appuntamento. Anche il mezzanino è dominato da voci umane e periodici annunci di servizio²⁰. La terza area è quella di scale, corridoi, spazi di collegamento: area eminentemente di transito, dove il sonoro è dominato ancora una volta da annunci di servizio e voci umane. La quarta area è la banchina: lo spazio dove, in alcune stazioni, a voci e annunci si somma l'audio degli schermi.

Nella metropolitana di Milano ci sono 70 schermi con proiezione a parete, divisi tra 13 stazioni: hanno grandezza variabile superiore ai 55 pollici, con audio perimetrale a diffusione. La programmazione²¹ si basa su blocchi di 3 minuti in cui si alternano notizie, intrattenimento e pubblicità. I contenuti sono eterogenei: news proposte in un formato tg breve, con filmati speakerati; contenuti testuali dal sottofondo musicale (meteo, oroscopo, avvisi); servizi e clip di trasmissioni dei canali tematici del gruppo. La pubblicità è formata da spot televisivi già in onda sulle emittenti nazionali e da contenuti pensati *ad hoc*. Il riferimento è alla programmazione televisiva generalista, con forte presenza del *frammento*, acustico e visivo. La frammentarietà si inserisce con coerenza nella dimensione di breve attesa interstiziale dei soggetti in banchina²².

¹⁹ Si fa riferimento a una tipica stazione di metropolitana milanese: alcune stazioni, anche tra quelle analizzate, differiscono in qualche punto.

²⁰ In alcune stazioni della linea gialla, un servizio di filodiffusione si estende a scale e corridoi.

²¹ La gestione degli schermi è affidata a Telesia, società del gruppo Class con la concessione per trasmettere nelle metropolitane di Milano e Roma e nei principali aeroporti nazionali.

²² Con tempi di attesa prolungati, per esempio nelle ore serali, il *loop* troppo corto rende la fruizione frustrante, specie nel caso di spot che tornano con troppa frequenza.

Gli schermi sono a proiezione: mentre il telo è posto parallelamente al binario e frontalmente alla gente in attesa, la fonte sonora è incorporata nella struttura di proiezione, montata sul soffitto. L'emissione sonora "dista" così alcuni metri dal video.

Il sonoro è sincronizzato con gli annunci di servizio, meno numerosi che in stazione ferroviaria: al loro avvio, l'audio degli schermi sparisce. L'interruzione frequente avviene all'arrivo del treno: all'approssimarsi delle vetture, lo schermo visualizza un avviso e interrompe la programmazione; all'entrata in stazione, lo schermo si disattiva. In alcune stazioni, poi, il volume del sonoro è particolarmente basso, difficilmente intellegibile se non avvicinandosi al proiettore.

La metropolitana risulta essere un luogo tendenzialmente più silenzioso della stazione ferroviaria, periodicamente attraversato da eventi che ne aumentano repentinamente la rumorosità. Laddove la stazione ferroviaria ha un livello di rumore elevato e costante, l'ambiente della metropolitana viene scosso periodicamente dall'arrivo dei convogli, che saturano l'intero spazio sonoro, seppure per pochi secondi. Il sonoro degli schermi si inserisce in questo fraseggio tra quiete e agitazione: nei momenti di relativo silenzio, lo schermo è la principale fonte sonora. Va infine considerato il disturbo dei treni che arrivano dall'altro lato: il treno nella direzione opposta alla propria²³ non disattiva lo schermo, ma innalza il livello di rumore e rende quasi inudibile il sonoro schermico.

Dopo aver descritto la struttura e l'ambiente sonoro delle stazioni ferroviaria e di metropolitana, si tratteggeranno ora alcune caratteristiche del nuovo ambiente sonoro nato dall'inserimento degli schermi, in rapporto al contesto sonoro e agli utenti.

LO SCHERMO NEL PAESAGGIO SONORO

Lo spazio sonoro della stazione, ferroviaria o metropolitana, si configura così come uno spazio confuso, dove suoni di origine e caratteri differenti si sovrappongono e si confondono in un paesaggio a bassa definizione. Se «il paesaggio sonoro *hi-fi* è quello in cui il basso livello del rumore ambientale permette di udire con chiarezza i singoli suoni», in quello *lo-fi* «singoli segnali acustici si perdono all'interno di una sovrabbondante presenza sonora»²⁴. Prima la rivoluzione industriale, quindi l'elettrificazione e la diffusione dei mezzi di comunicazione hanno portato a una «congestione sonora»²⁵, in cui tanti suoni pervadono lo spazio urbano ma si perdono, creano interferenze, entrano in competizione tra loro, e a forme di «imperialismo sonoro»²⁶. La distinzione – culturale, se non soggettiva – tra suono, musica e rumore si elide, mentre si instaura un conflitto continuo tra spazi acustici differenti, in lotta per l'attenzione – e la percezione – di chi li abita.

²³ Se la stazione ha le banchine delle due direzioni poste frontalmente: alcune hanno una banchina comune centrale, altre hanno singole banchine separate.

²⁴ R. M. SCHAFER, *Il paesaggio sonoro*, cit., p. 67.

²⁵ *Ivi*, p. 105.

²⁶ *Ivi*, p. 113.

Il suono degli schermi si inserisce in questo paesaggio *lo-fi*. Nelle intenzioni, la «sonificazione» dello spazio ha un ruolo preciso: «caratterizzare un luogo o almeno riempirlo, senza lasciarlo muto, o meglio senza lasciarlo solo con i suoni che producono le macchine o le persone che lo abitano»²⁷. In realtà, spesso una nuova fonte sonora aggiunge solo ulteriore confusione.

L'ascolto di un suono viene infatti influenzato dal contesto in cui viene diffuso²⁸, rendendo essenziale l'opposizione tra figura e sfondo. Nelle stazioni, il suono degli schermi deve competere con una molteplicità di altre fonti, che danno origine a un rumore di fondo costante: le motrici dei treni, i freni, la chiusura delle porte, i carrelli portabagagli e i trolley dei viaggiatori, i veicoli di servizio, i lavori in corso, il sottofondo delle scale mobili, la musica di suonatori ambulanti e radio portatili, le suonerie dei cellulari²⁹. E ancora le voci (e i passi) dei viaggiatori, così come la «voce» dell'istituzione che comunica con gli utenti, attraverso annunci in diretta o registrati.

Proprio i messaggi istituzionali instaurano un interessante rapporto con il sonoro schermico. Le informazioni di servizio, destinate agli utenti o riservate al personale, sono generalmente diffuse attraverso altoparlanti e presentano una cornice di riferimento poco definita: di rado il viaggiatore ne cerca la fonte precisa. È fondamentale che le informazioni vengano percepite e comprese dai destinatari. Si cerca così di isolare quanto possibile gli annunci dalle altre fonti: intervenendo sul volume, spesso sensibilmente più alto e capace di penetrare le «bolle sonore» personali, le cuffie; e operando per ridurre l'affollamento sonoro quando sono trasmesse informazioni importanti, a partire proprio dagli schermi. La modalità più frequente è l'interruzione: nella stazione ferroviaria, appena inizia il messaggio istituzionale (talvolta introdotto da un segnale acustico), l'audio degli schermi viene azzerato; nella metropolitana, l'annuncio (spesso la sola indicazione del nome della fermata) avviene in un momento in cui l'intera trasmissione dello schermo è stata interrotta. Più rara è la sovrapposizione tra i due tipi di sonoro: in metropolitana, avviene quando, in caso di doppio binario, una banchina continua a vedere (e sentire) lo schermo, mentre sull'altra si aprono le porte del treno (il messaggio istituzionale non è rivolto a chi percepisce la sovrapposizione).

Spesso il sonoro degli schermi non riesce a distinguersi dal rumore di fondo: ciò che in origine è musica diventa rumore tra gli altri. Come un suono, preso dal suo contesto originale e composto secondo altri criteri, può diventare musica, così la combinazione di più frammenti di suono significativo diventa qui un unico rumore di fondo, indistinto e integrato nel rumore «naturale» della stazione. Tanto più che i frammenti sono ripetuti più volte, fino a perdere ogni residuo significato: nella stazione ferroviaria, il *loop* è brevissimo, al punto che percorrendo la banchina il viaggiatore può sentire più volte lo stesso spezzone e smettere di prestargli attenzione; anche in metropolitana la ripetizione è frequente, temperata però dall'altrettanto frequente passaggio dei treni (e dai bassi tempi di permanenza del passeggero).

²⁷ L. CAMILLERI, *Il peso del suono. Forme d'uso del sonoro a fini comunicativi*, Apogeo, Milano 2005, p. 180.

²⁸ Con Schafer, l'«evento sonoro» si inserisce nel «campo di interazioni» del paesaggio sonoro.

²⁹ Oltre alla stazione ferroviaria, anche in alcuni tratti della metropolitana milanese è da qualche tempo possibile ricevere il segnale degli operatori di telefonia mobile.

Nel rapporto tra figura e sfondo sonoro, sono interessanti i momenti in cui i confini del sonoro schermico si intrecciano con quelli di altri suoni e rumori. Un primo caso, cui si è già accennato, è l'interruzione (*stop*): gli annunci sospendono bruscamente l'audio degli schermi, mentre il video continua il *loop*; altrettanto bruscamente, terminato l'annuncio, il sonoro riprende da un punto che non ha più niente in comune con quello in cui era stato interrotto. Più le pause sono frequenti, più è difficile l'ascolto completo del messaggio informativo o pubblicitario: si procede per spezzoni che, ancora una volta, rischiano di aggiungere rumore al rumore. Il confine può essere tracciato anche col *fading*, lo sfumare progressivo del suono dello schermo in quello ambientale (e viceversa). In metropolitana non c'è uno sfumato vero e proprio, previsto, ma tale è l'effetto ottenuto: il suono si interrompe all'ingresso del treno in stazione e riprende all'uscita; al tempo stesso, però, lo stacco netto non è percepito. In una sorta di "fading obbligato", il suono schermico *sembra* digradare man mano, coperto dal rumore meccanico del treno che si avvicina ma non è ancora entrato in stazione; e *sembra* ritornare gradualmente quando il treno è uscito dalla stazione e si allontana, mentre gli schermi tornano a trasmettere immagini e suoni.

Il rapporto tra schermo e spazio sonoro della stazione (e della città) si configura quindi come spesso sbilanciato sulla confusione di piani differenti, sull'indistinzione dove tutto è rumore, sulla sovrapposizione e l'interruzione. In un *continuum* tra confusione e chiarezza, è verso la prima che si colloca il maggior numero di situazioni rilevabili. Ma esistono anche situazioni ottimali: in alcune stazioni della metropolitana³⁰, specie quando le due banchine nelle opposte direzioni non sono comunicanti, le fonti di disturbo ambientale sono ridotte al minimo; grazie a un'adeguata progettazione il suono schermico, pur a un volume più basso, si integra così perfettamente con l'ambiente che lo circonda, riducendo al minimo la confusione.

IL VIAGGIATORE NEL SONORO SCHERMICO

La complessità dell'ambiente sonoro entro cui si inseriscono gli schermi comporta la costruzione di processi e tattiche di resistenza da parte dei soggetti: non si tratta solo di strategie oppositive di rifiuto, ma della costruzione di dinamiche attive di "ancoraggio" al testo. La moltiplicazione dei piani sonori stimola inoltre i soggetti a mettere in atto strategie attive per la costruzione di *nicchie* percettive. Non è certo tra gli esiti possibili di un'etnografia *auscultativa* la comprensione dei processi cognitivi dei soggetti nella decodifica dei contenuti sonori, ma possiamo inferire che l'eterogeneità percettiva degli ambienti favorisca complessi processi di messa in forma di stimoli e contenuti. Da un lato ciò significa una maggiore "qualità" dell'attenzione: lo sforzo cognitivo per la decodifica rende il messaggio più memorizzabile, stimola maggiormente processi d'attenzione³¹. Dall'altro la complessità percettiva rende tali messaggi estremamente poco *captive*³², inefficaci, non in grado di coinvolgere l'*audience* potenziale.

³⁰ Tra gli spazi interessati dall'osservazione partecipante, è il caso della stazione di metropolitana Duomo, MM3.

³¹ Si veda R. NICOLETTI, R. RUMIATI, *I processi cognitivi*, Il Mulino, Bologna 2006 e L. ANOLLI, *Fondamenti di psicologia della comunicazione*, Il Mulino, Bologna 2006.

³² Nel marketing si intende per *captive* la qualità di un messaggio in grado di attrarre e coinvolgere i soggetti.

Questo “allontanamento” è percepibile soprattutto nella stazione ferroviaria, dove l’attrazione nei confronti sia del video sia dell’audio degli schermi manca. La dimensione marginale del sonoro, che spesso è solo frammento, sembra collaborare alla poca attrattività degli schermi: la fruizione è rapida, marginale, rapsodica. Paradossalmente l’uso così inefficiente (e inefficace) del sonoro degli schermi aumenta il livello della cacofonia sonora presente in stazione: il suono diventa rumore, gli schermi non arredano l’attesa ma la disturbano. Diventano essenziali le strategie di resistenza: il libro, le cuffie, la telefonata sono attività messe in pratica per fronteggiare un ambiente difficilmente abitabile e addomesticabile.

Al contrario, in metropolitana, dove il contesto sonoro è profondamente differente, l’audio degli schermi diventa elemento di attrazione: in situazioni di chiarezza, il viaggiatore tende a disporsi in prossimità dello schermo, in un posto dove possa sentire l’audio e vedere, anche marginalmente, il telo. Spesso i viaggiatori si rivolgono allo schermo anche se non è perfettamente visibile: il suono richiama l’attenzione e, anche quando non sia particolarmente interessato (perché legge il giornale, parla, dà le spalle allo schermo), fa da catalizzatore per la sosta dell’utente. Non è un caso, allora, se i soggetti dotati di cuffie sono tra i meno attenti alla visione dello schermo: anche nel caso di una programmazione che dà ampio spazio a contenuti solo testuali o dove il testo può vivere di vita autonoma. Di fronte a un orizzonte sonoro personale (cuffie, telefono, chiacchiera), i soggetti difficilmente riescono a essere catturati dallo schermo: sembra quasi che, di fronte alla pervasività quotidiana dell’audiovisivo, i soggetti siano abituati a ricevere informazioni video non scisse dall’audio, fruendo sempre più di esperienze videoacustiche e di audiovisione³³. È come se, senza sonoro, si perdesse un punto d’accesso fondamentale al testo: sono così premiate le stazioni della metropolitana dove la qualità sonora consente un ascolto nitido e una fruizione rilassata. Il sonoro schermico, benché acusmatico³⁴, rappresenta così un punto di ancoraggio per l’accesso al “testo” visivo.

La fruizione esclusivamente sonora degli schermi serve a interpretare anche alcune dinamiche interne alla stazione ferroviaria: un luogo dove è naturalizzata l’abitudine, che sembra estendersi anche agli schermi, di ascoltare eventi sonori senza preoccuparsi della fonte da cui sono originati. L’ascolto del suono schermico non implica la ricerca della sua fonte: è possibile cioè interpretarlo come suono radiofonico, filodiffuso. Rimangono i problemi legati alla “qualità” di tale esperienza: è probabile che questo suono si perda nel *basso continuo* del rumore ambientale.

A differenza della metropolitana dove l’ascolto si limita alla breve attesa (sosta), poi, in stazione ferroviaria le pratiche di fruizione si modificano profondamente. Il transito prevede una visione distratta, impressionistica, dove l’occhio si posa sullo schermo per pochi istanti: il percorso verso i binari lascia poco spazio

³³ M. CHION, *Guide des objets sonores*, INA et Buchet/Chastel, Paris 1983. Si può affiancare a questa riflessione quella sulle “bolle comunicazionali” stimulate dai *personal media*. P. FLICHY, *Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée*, La Découverte, Paris 1991; tr. it. *Storia della comunicazione moderna. Sfera pubblica e dimensione privata*, Baskerville, Bologna 1994.

³⁴ È acusmatico un fenomeno sonoro del quale non si riesce a individuare la sorgente di produzione o diffusione. Il termine fa riferimento agli acusmatici, i discepoli di Pitagora ai quali il grande matematico e filosofo teneva le lezioni nascosto da un sipario; secondo le sue intenzioni, i discepoli sarebbero stati attenti solo alle sue parole e non fuorviati dai suoi gesti» (L. CAMILLERI, *Il peso del suono*, cit., p. 18).

alla visione degli schermi. Gli schermi, soprattutto in un passaggio rapido, rappresentano una fonte sonora slegata dalla visione. Il sonoro percepito si scolla dal video e diventa testo autonomo di cui, nella velocità del transito e nella confusione, si perde la sorgente. L'attesa consente una visione e un ascolto più distesi e prolungati. In verità, solo un ristretto numero di soggetti presta attenzione agli schermi: a volte i viaggiatori gli danno le spalle, perché interessati a mantenere un contatto visivo con i pannelli di partenze e arrivi, opposto agli schermi; altre volte sono impegnati in altre attività, come la lettura, la telefonata, l'ascolto di musica, la conversazione; altre volte ancora sono seduti sui gradini della struttura su cui gli schermi sono montati, senza possibilità di vederli, ma particolarmente prossimi ai diffusori audio. La fruizione diventa così essenzialmente sonora.

L'attenzione di Grandi Stazioni è concentrata sulla dimensione del transito, con la costruzione di un *loop* serrato che massimizza i contatti, con l'offerta di contenuti dall'audio frammentato che dimostra una sostanziale disinteresse per il sonoro: tale (dis)attenzione rende meno piacevole il tempo di chi sosta in prossimità degli schermi, continuamente raggiunto da brandelli di sonoro, da nuovo rumore, il rumore naturale della stazione.

CONCLUSIONI

L'analisi del sonoro degli schermi urbani ha cercato di tenere unita una riflessione sia sulle logiche progettuali dei soggetti responsabili degli schermi, sia sulle reali pratiche dei soggetti nei contesti di fruizione. E proprio a partire da questi due poli si possono indicare alcune conclusioni.

Rispetto alle pratiche fruibili, è emerso con chiarezza che il consumo degli schermi ha una forte impronta *televisiva*: un uso dello schermo che incorpora, nel contesto urbano, e in particolare di stazioni metropolitane o ferroviarie, elementi tipici della visione e dell'ascolto delle televisione³⁵. In particolare, emerge come l'audio sia un elemento che più di altri rende tale esperienza *televisiva*.

In primo luogo nell'ascolto dominano frammenti, *loop*, brandelli che rendono televisiva, se non *post-televisiva*, la fruizione. Il frammento costruisce il flusso, sia negli schermi urbani in stazione – lo spezzone nato dall'interruzione per l'annuncio o dall'arrivo del treno, ma anche quello formato con una sorta di “zapping della disattenzione” in un ambiente ricco di stimoli visivi e sonori – sia nella visione televisiva domestica, dove lo zapping col telecomando – come il sovrapporsi di piani di attenzione che si articolano nel contesto domestico – rompe e (ri)costruisce il flusso³⁶.

In secondo luogo gli schermi urbani, specie quelli in metropolitana, hanno caratteri tipici della tv di flusso: la programmazione si articola in moduli di programmi che favoriscono l'*accesso continuo, casuale e omogeneo* al

³⁵ Non si fa qui riferimento alla visione attraverso lo schermo televisivo di singoli prodotti audiovisivi sul modello dell'*home theatre*. In questo caso l'alta definizione visiva e sonora si legano a una fruizione di tipo cinematografico.

³⁶ La struttura dell'emissione televisiva, tra flusso e frammento, si trova peraltro riflessa nella natura dispersa e confusa del consumo televisivo domestico: si veda J. ELLIS, *Visible Fictions. Cinema, Television, Video*, Routledge, London 1982; tr. it. *Vedere la fiction. Cinema, televisione, video*, Nuova Eri, Roma 1988.

testo audio(visivo). Il sonoro diventa flusso che accompagna, attrae, disturba gli spettatori, al di là della reale attenzione prestata allo schermo: se la tv diventa un elettrodomestico che accompagna *sonoramente* nella giornata lo svolgersi di altre attività (lo studio, i lavori domestici, la cena)³⁷, lo schermo urbano si fa portatore di un'istanza puramente ambientale, che non esclude altre pratiche tipiche dell'*outdoor* (la lettura, la chiacchiera, la *réverie*).

In terzo luogo il sonoro degli schermi, specie nella stazione ferroviaria, lavora sugli *shock*, più che sulla coerenza dei volumi: tipica strategia di attrazione della televisione, che alza il volume dei blocchi pubblicitari. Una sgradevole (e illegale) strategia pubblicitaria diventa parte costituente del sonoro negli spazi urbani.

Infine, gli schermi urbani hanno un sonoro a bassa definizione, *lo-fi*, ulteriormente peggiorato dalla collocazione in un contesto confuso. Un confronto con l'ascolto della tv rivela somiglianze profonde: se «è grazie alla sua relativa povertà che l'audio televisivo può essere inserito nell'ambiente acustico domestico, incluse le sue attività correnti, [...] anziché imporre il proprio contenuto acustico»³⁸, anche il sonoro dello schermo non si impone ma convive (suo malgrado) con le “attività correnti” della stazione; se «la bassa definizione dell'audio contribuisce a definire la televisione come medium dialogante, freddo nell'accezione McLuhaniana: dialogante però non tanto con il singolo quanto con l'ambiente domestico nel suo insieme»³⁹, si sono visti i molteplici modi (sovrapposizione/interruzione, attrazione/rifiuto) con cui il sonoro schermico dialoga con l'ambiente urbano e il soggetto che in esso si muove. La fruizione in spazi caotici come quelli della metropolitana e della stazione ha così forti elementi di vicinanza con quella televisiva nello spazio ricco di stimoli, polisemico e polifonico, della casa.

Frammento, flusso, shock, bassa definizione: sono le parole chiave della fruizione televisiva che assumono una forte valenza nell'analisi dello schermo nello spazio urbano, in particolare della sua dimensione sonora. E che portano a rilevare, se non una coincidenza, una forte analogia tra fruizione *outdoor* e visione televisiva domestica.

Un secondo punto fermo riguarda le logiche progettuali del sonoro degli schermi urbani. Si è accennato a come il cono audio degli schermi sia cangiante, fragile, rispetto ai molteplici stimoli ambientali: ma proprio questa mutevolezza rende interessante la dimensione sonora.

Il paesaggio sonoro è malleabile. Se questo consente una certa flessibilità nella costruzione degli ambienti sonori (si pensi al *sound design* o all'audio delle videoinstallazioni), l'estrema malleabilità, non gestita propriamente, trasforma il sonoro in materiale sfuggente, debole, marginale nella (ri)costruzione delle dinamiche fruibili. Questa considerazione di marginalità porta, come per la Stazione Centrale, alla realizzazione

³⁷ Si veda F. CHIOCCI, G. CORDONI, P. ORTOLEVA, G. SIBILLA, *La grana dell'audio. La dimensione sonora della televisione*, Rai-Vqpt, Roma 2002: «è attraverso l'audio che la televisione “si fa sentire” letteralmente anche nei tanti momenti in cui lo “spettatore” non è spettatore per nulla» (*ivi*, p. 21); «non tutti e non sempre guardano la televisione, quando il televisore è acceso, ma di sentirla non possono farne a meno» (*ivi*, pp. 32-33).

³⁸ *Ivi*, p. 35.

³⁹ *Ibidem*.

di strategie comunicative che si rivelano inadatte e inefficaci, *non intelligibili*, inadeguate ad accogliere l'attenzione e favorire la comprensione del soggetto.

Diventa necessario un ripensamento della progettazione acustica degli schermi urbani, che deve tener conto del posizionamento dello schermo, delle sue caratteristiche tecniche e strutturali, del rapporto con gli annunci che lo interrompono, della ripetibilità a fronte dell'usura dell'ascolto, della temporalità e spazialità dei flussi di persone, degli obiettivi comunicativi da raggiungere.

Lo schermo nello spazio urbano deve diventare un'installazione, una «collocazione di strutture sonore o audiovisive»⁴⁰ studiata per adattarsi perfettamente a un singolo spazio: se l'inserimento di uno schermo dà inevitabilmente vita a un nuovo ambiente, è essenziale cogliere le relazioni di questo inserimento con il contesto e con le dinamiche fruibili. Allo stesso modo il suono deve essere pensato: senza una progettazione sonora il rischio è di trasformare il suono in rumore, l'informazione in disturbo. Un rischio su cui questo lavoro ha cercato di porre l'attenzione, sottolineando insieme le opportunità di efficacia e di piacere dell'attesa che una gestione ottimale del sonoro può offrire.

⁴⁰ L. CAMILLERI, *Il peso del suono*, cit., p. 144.