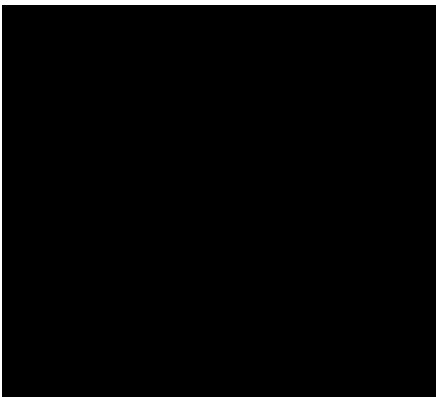


06 saltwater

Il termine, di origine inglese, sta a indicare un'area ben delimitata le cui condizioni naturali, fisiche e chimiche permettono l'estrazione di sale marino da stagni artificiali mediante l'evaporazione dell'acqua. Il colore dell'acqua è indice della salinità dello stagno.

Il progetto vuole sottolineare l'interazione e l'attività in rete, creando, attraverso un algoritmo, una rappresentazione dettata dalla partecipazione degli utenti, mutevole nel tempo ma non direttamente modificabile. La mappa interattiva si suddivide in regioni di maggiore o minore rilevanza identificabili come aree di abbondante o scarsa salinità.

claudia panfili



#mapping
#anonymous
#researches
#google trends

github.com/claudiapnf
github.com/dsii-2018-unirsm

a destra

immagine scelta per
rappresentare il progetto
tratta da The salt series,
Tom Hegen, 2018



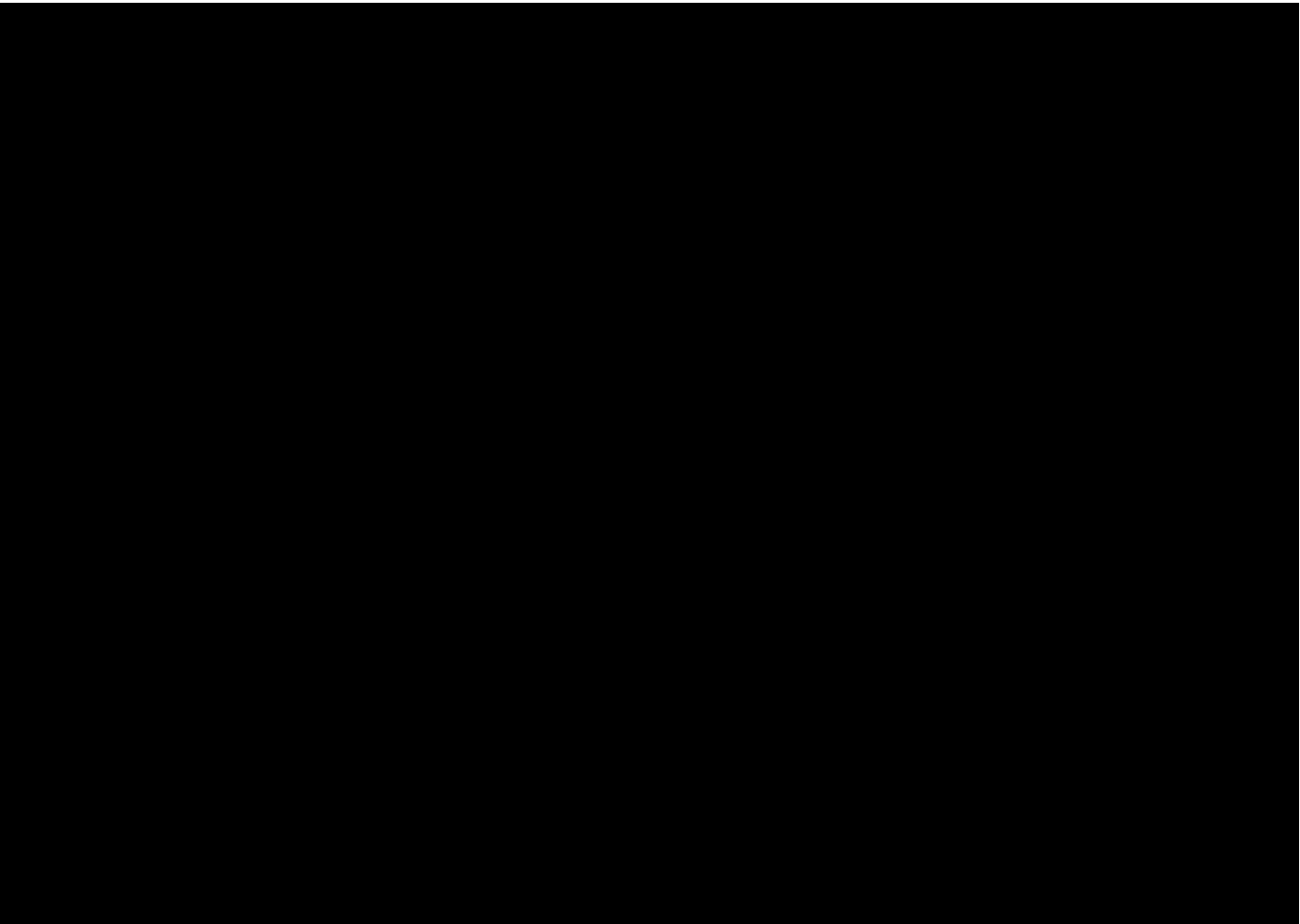
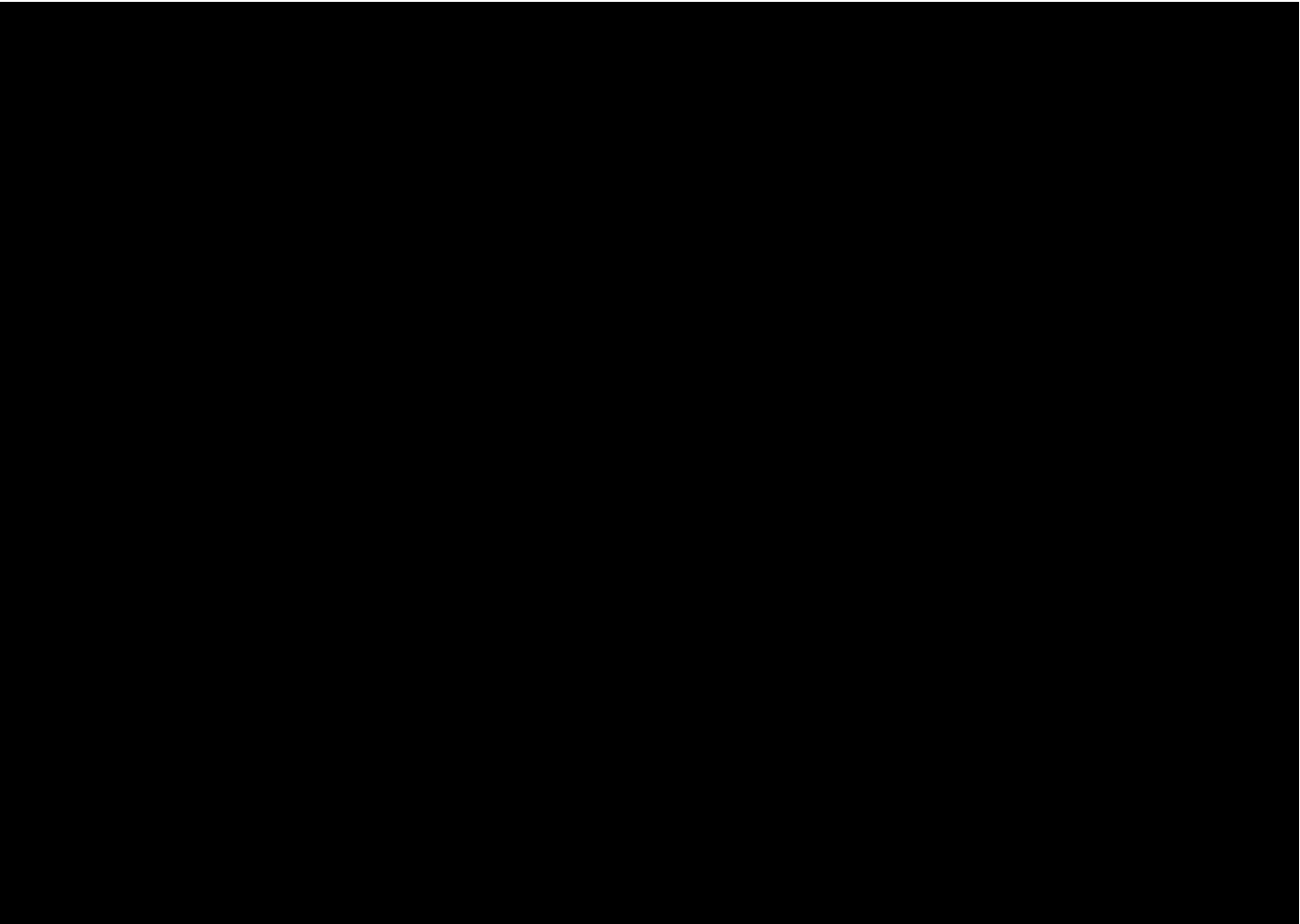
Concept

La ricerca è iniziata con il voler approfondire l'interesse verso gli artefatti visivi condivisi da utenti più o meno autorevoli nell'ambito del design. Studi di progettazione o singoli freelancer che concorrono nel tempo a definire tematiche di discussione, modalità di comunicazione e senso estetico. Si è scelto dunque di concentrare il progetto sull'attività online degli utenti, in qualche modo legata alla costruzione della propria identità virtuale. Post condivisi, articoli retwittati, ricerche da browser e chat online rendono visibile ed evidente temi e contenuti discussi e allo stesso tempo fanno emergere per così dire lo stato dell'arte della rete stessa.

Il progetto nasce dall'idea di rendere visibili temi e contenuti di maggior importanza ed interesse per gli utenti, mostrando la frequenza di ricerca sul web da parte di coloro che utilizzano Google come browser di navigazione. Le ricerche, siano esse relative a temi di attualità o all'ultimo smartphone in uscita, rivelano in qualche modo il pensiero della comunità online e pongono l'accento su determinate questioni omettendone altre. Questa operazione di sintesi sottolinea la presenza di una realtà che seppur definita come virtuale, esiste ed è estremamente connessa a fatti e contesti della realtà che viviamo. Le ricerche più frequenti verranno riorganizzate attraverso una visualizzazione tenuta in vita dagli utenti stessi e composta da immagini delle ricerche in atto. Le immagini nel loro insieme, saranno portatrici della memoria visiva della rete e del relativo comportamento degli utenti di fronte al motore di ricerca per eccellenza. The Internet is the vector of a new geography-not only it conjures up virtual realities, but also because it shapes our lives in society, transforms our cities, and shifts our perception along with the ground beneath our feet. Networks have become the dominant structure of cultural, economic and military power. Yet this power remains largely invisible. How can we networked society be represented? And how can it be navigated, appropriated, reshaped in its turn? ^[1]

[1] tratto da E Ise/Where:
mapping new cartographies
of networks and territories,
Janett Abrams + Peter
Hall, Editors, 2006

in alto
didascalia foto gino che dice cosa
sia, dettagli anno, misure, ...
in basso
didascalia foto gino che dice
cosa sia, dettagli anno, misure...



Referenze

The Listening Post

[...] Ben Rubin, said “When I watch the piece, it tends to get my imagination going, because you see these fragments of text and they’re positioned next to each other as if they were in conversation or telling a story but you don’t really know what the context was that these were plopped out of”. [2] Un muro di migliaia di piccoli schermi mostra frammenti di testo di conversazioni che stanno avvenendo in quel momento, simultaneamente. Nello stesso momento una voce elettronica legge i messaggi. Gli autori Mark Hansen and Ben Rubin descrivono i testi, visibili ed udibili come “live, collected in real-time from tens of thousands of chat rooms, forums, newsgroups, bulletin boards, and other public online communication channels”. [3] I testi, divisi per contenuto, tracciano il flusso della comunicazione via web.

A quasi venti anni di distanza dalla prima uscita, The Listening Post rappresenta un efficace tentativo di ritrarre forza ed immediatezza della comunicazione virtuale o più in generale di fare luce sul web, un luogo che agli inizi del nuovo millennio risultava ancora misterioso e sconosciuto ai molti. Decontestualizzare la conversazione dallo schermo e proporre randomicamente i contenuti, fanno sì che l’utente/spettatore concentri la propria attenzione sulle molteplici identità online che si susseguono e a creare connessioni logiche fra un messaggio e l’altro, costruendo dialoghi e storyline fittizi.

“In addition to collecting content, each monitoring agent also summarizes the chat stream, identifying basic topics and updating statistics about the characteristics of the discussion: What percentage of visitors are contributing? How often do they contribute and at what length? Is the room ‘on topic,’ or are many visitors posting comments on very different subjects?” [4] Ponendo l’accento sulla frequenza con cui si alternano i messaggi e la ricorrenza dei contenuti, questa analisi risulta essere un punto fondamentale per il progetto in via di sviluppo.

[2] , [3], [4] tratto dall’ articolo
Listening Post Ten Years On, 2014

in alto

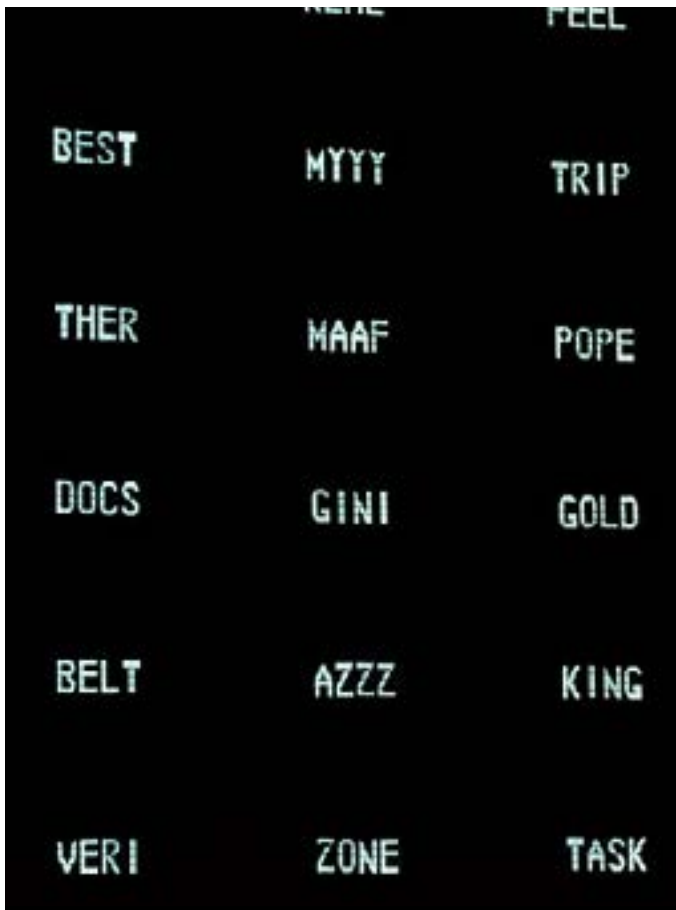
Listening Post, di Mark
Hansen e Ben Rubin, 2002

a sinistra

Listening Post, dettaglio

a destra

didascalia foto gino che dice
cosa sia, dettaglio anno, misure.



1:1 - Interface Every

Il progetto, creato nel 1999, consiste in un database destinato a contenere tutti gli indirizzi web del mondo ed un'interfaccia attraverso la quale vedere ed usare questi dati. Vista la natura intrinseca della ricerca nel Web, il database stesso poteva essere considerato in ogni momento una fotografia o il ritratto del Web, rivelandone non una sezione, ma l'immagine complessiva con crescente risoluzione. The interfaces/visualizations are not maps of the web but are, in some sense, the web. L'autrice Lisa Jevbratt definisce così le interfacce da lei create "[...] they are not maps of the web but are, in some sense, the web. They are super-realistic and yet function in ways images could not function in any other environment or time. They are a new kind of image of the web and they are a new kind of image" [5].

Pro-Folio

Il progetto consiste in un portfolio online formato dai lavori e progetti di identità fittizie. L'algoritmo alla base del funzionamento, può generare più di 690.903.803 trilioni di profili falsi con combinazioni uniche di nomi e lavori usando dati raccolti da diverse fonti online. Il sistema impara dai comportamenti degli utenti e organizza un dataset di progetti ed identità. Poi viene assegnato ad ogni nuova identità un puntoeggio che valuta l'efficacia e la credibilità del profilo, esaminando combinazioni come nome-cognome, nome-luogo di provenienza ecc. Il progetto si interroga sull'autenticità dei progetti, che contribuiscono a costruire le identità online di designer ed artisti.

L'autore di Pro-Folio, Sures Kumar, si interroga sul ruolo di Internet come catalizzatore di narrazioni e contenuti e sui suoi eventuali vantaggi.

"[...] can computer programs create all sorts of human identities in future? And what will be the motivation to do so? Will it be just populating identities and adding noise to our already overloaded Internet or will it give birth to interesting, engaging, avant-garde, mysterious identities and art works?" [6]

[5] tratto dall' articolo
sul progetto su
rosebud.arts.ucsb.edu

[6] tratto da sureskumar.com

in alto

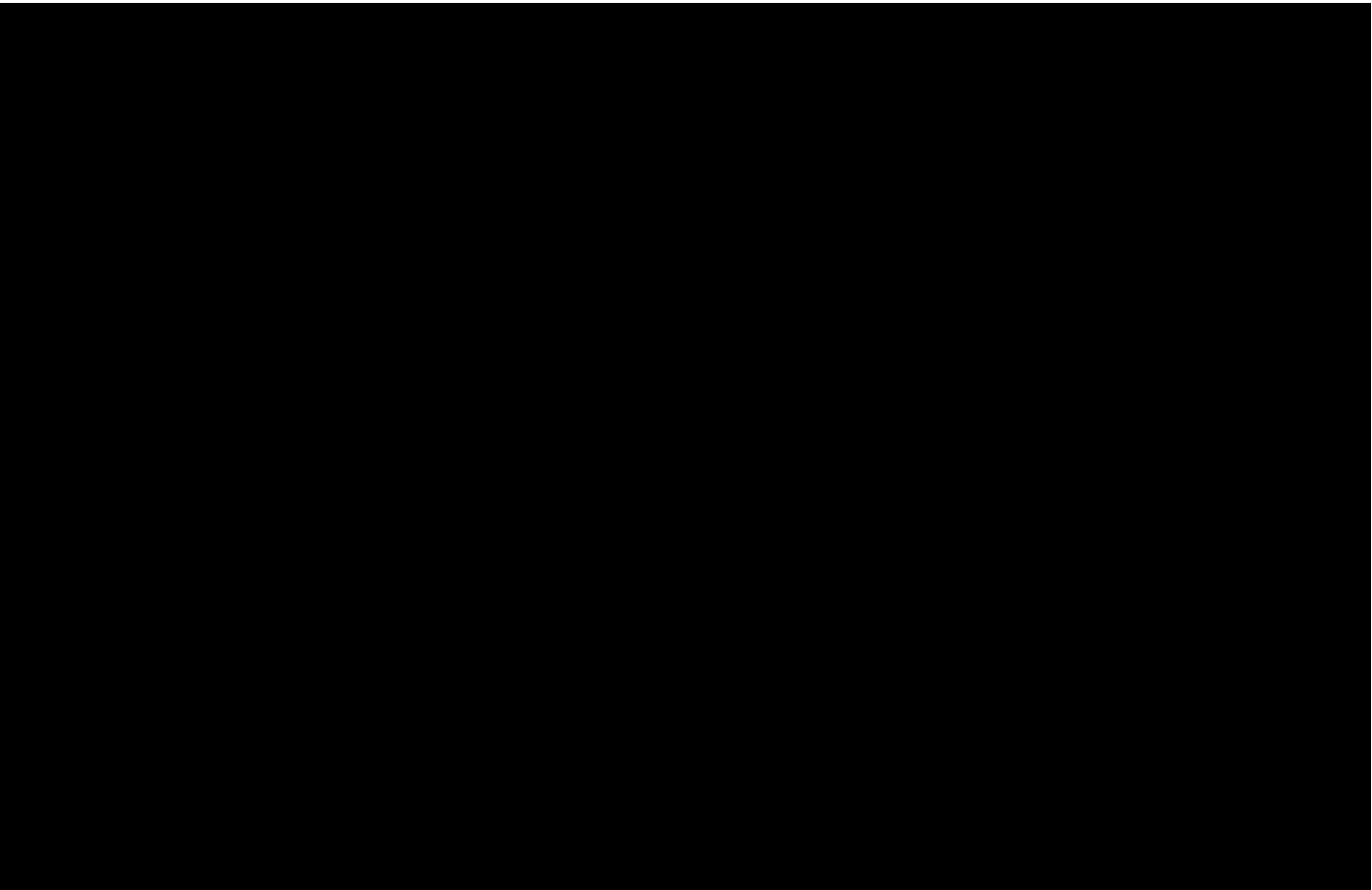
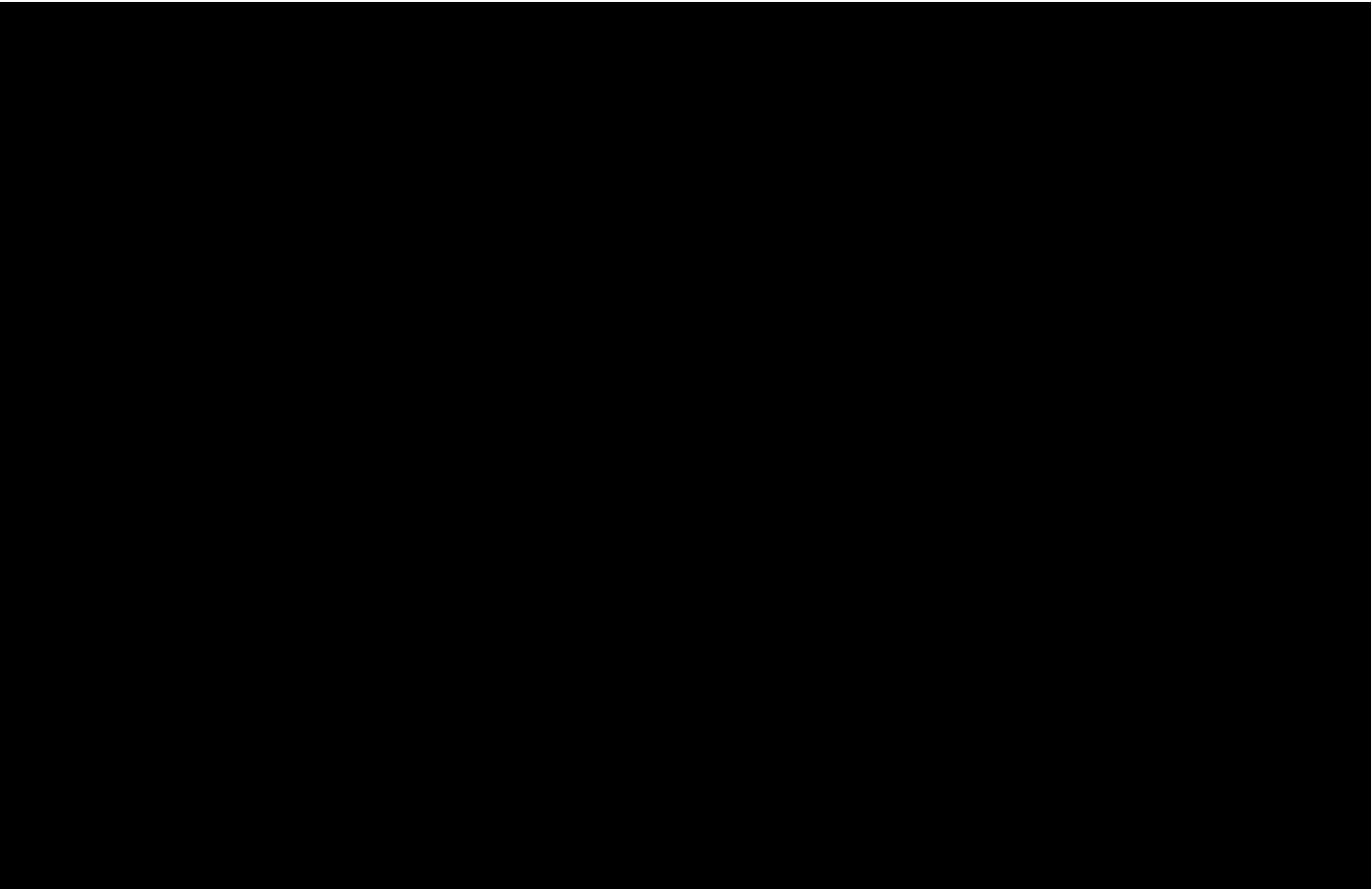
didascalia foto gino che dice cosa
sia, dettagli anno, misure, ...

a sinistra

didascalia foto gino che dice cosa
sia, dettagli anno, misure, ...

a destra

didascalia foto gino che dice cosa
sia, dettagli anno, misure, ...



Google Trends

The vast amount of searches—trillions take place every year—make Google Trends one of the world’s largest real time datasets. Examining what people search for provides a unique perspective on what they are currently interested in and curious about. So when a big news story happens, how can you best interpret this data? ^[7] Per sviluppare il progetto era necessario poter accedere ad un archivio di dati e di informazioni legate alle ricerche online; si è deciso di ricorrere alla piattaforma Google Trends, strumento gratuito di Google che permette di conoscere la frequenza di ricerca sul web di una determinata parola o frase. L’algoritmo di Google Trends analizza una porzione delle ricerche Google e calcola quante ricerche sono state fatte per i termini inseriti, in base al numero totale delle ricerche effettuate su Google nello stesso periodo. Il dato è calcolato in modo proporzionale rispetto alla superficie dello Stato in questione; questo significa che un piccolo Paese in cui l’80% delle ricerche relativo a “banane” otterrà il doppio del punteggio di un paese molto esteso in cui solo il 40% delle ricerche riguarda lo stesso termine. ^[8]

Ogni volta che viene effettuata una ricerca, i risultati vengono mostrati in base a delle pratiche di indicizzazione; questa selezione dei contenuti rende il browser uno strumento tutt’altro che neutro. La piattaforma Medium definisce un trend data “an unbiased sample of our Google search data”, indicando anonimato, categorizzazione ed aggregazione fra le trasformazioni cui è sottoposto il dato al momento della pubblicazione. Per poter usufruire di questi ed altri meta dati, è necessario collegarsi alle API (Application Programming Interface) di Google Trends, interfacce messe a disposizione di programmatori e sviluppatori per accedere a dati altrimenti inaccessibili ed ampliare le funzionalità di applicazioni e piattaforme. Il progetto si è avvalso di una libreria del pacchetto node.js, una piattaforma open-source per eseguire applicazioni scritte in Javascript al di fuori del browser, che permette di accedere alle API di Google Trends da locale anziché in real time.

[7], [8] tratto dall’ articolo What is Google Trends data—and what does it mean? su medium.com

1

didascalia foto gino che dice cosa sia, dettagli anno, misure, ...

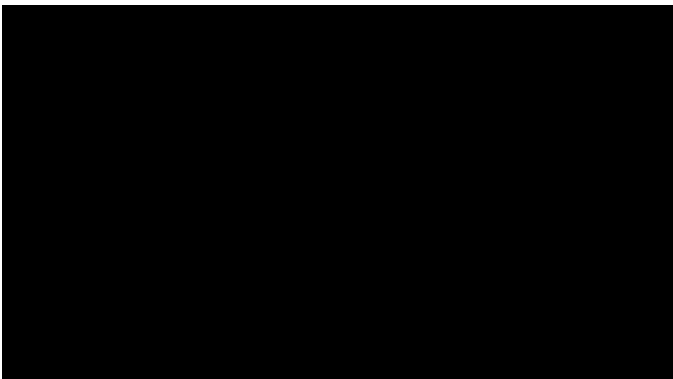
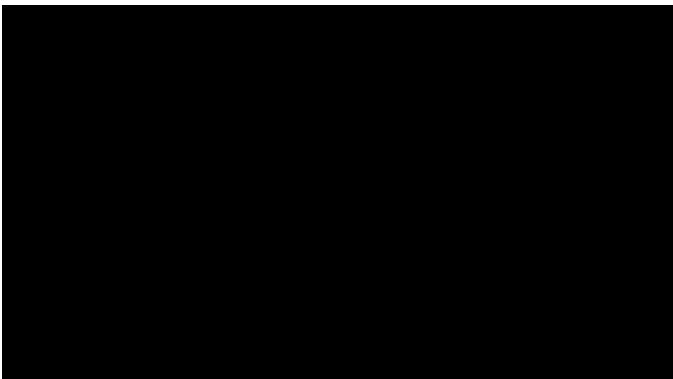
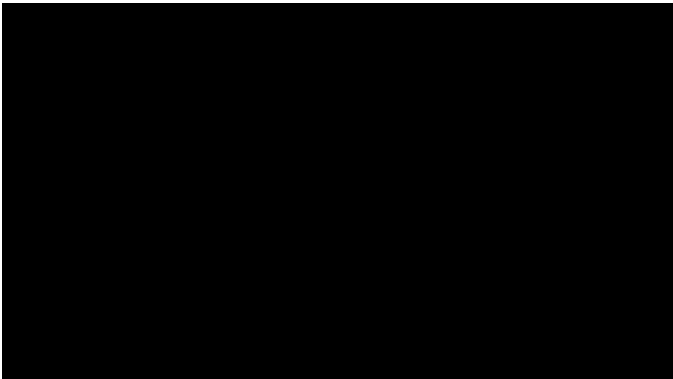
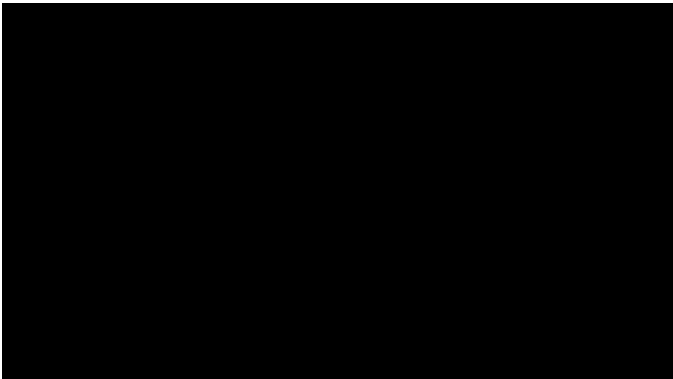
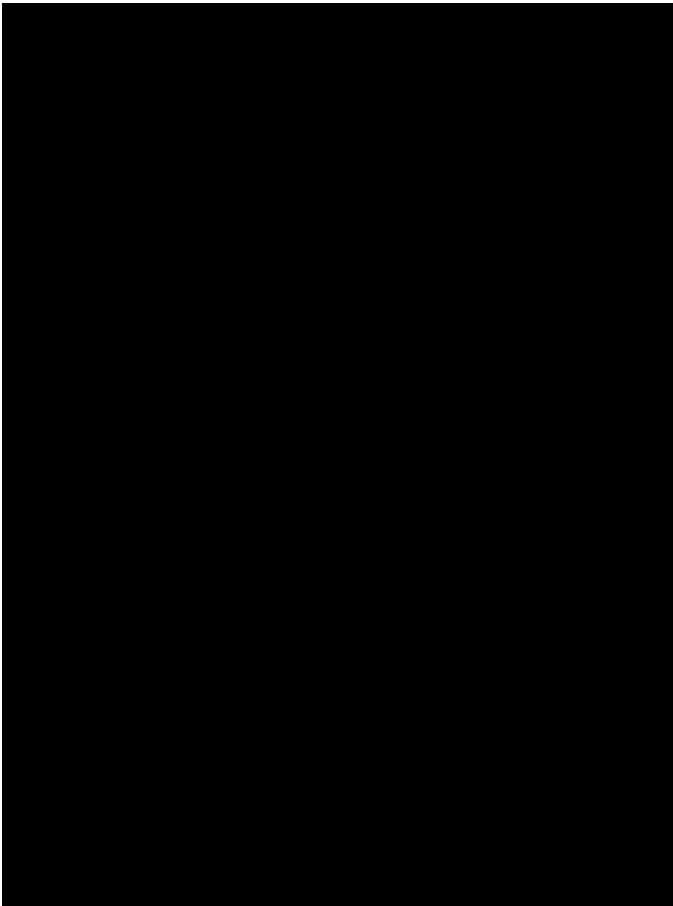
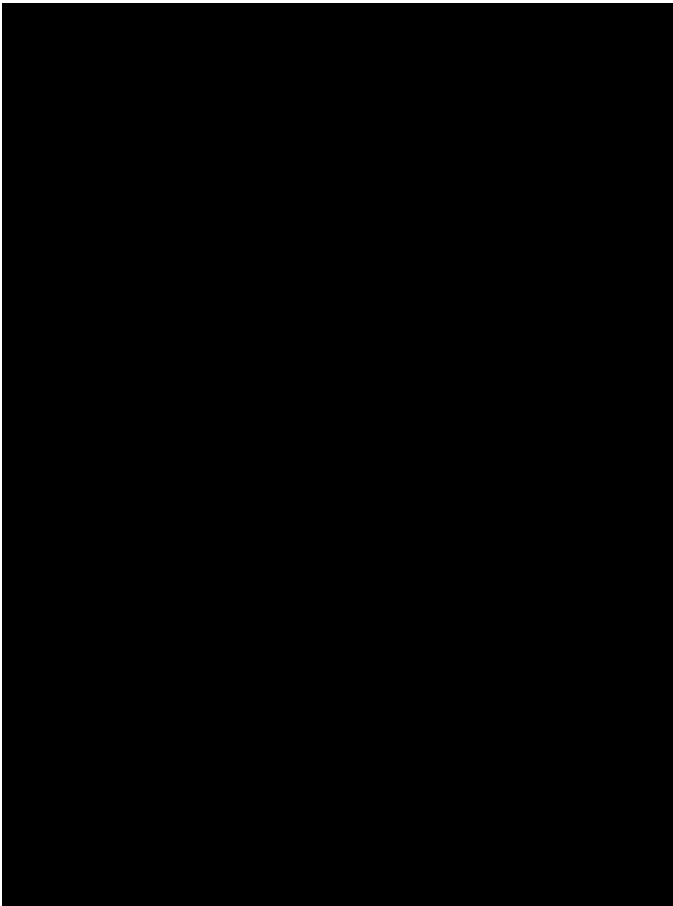
2

didascalia foto gino che dice cosa sia, dettagli anno, misure, ...

3-6

didascalia foto gino che dice cosa sia, dettagli anno, misure, ...

1	2
13	4
5	6



Analisi dei dati

Durante la fase di prototipazione, non è stato possibile analizzare tutti gli aspetti di una query: categoria a cui appartiene il termine di ricerca ^[9], tipologia di contenuto (immagine, Youtube, news, froogle) e lingua di trascrizione. A causa dei frequenti aggiornamenti della libreria, si è scelto di orientare il progetto sulla base dei dati acquisiti prima che questi si verificassero. L'algoritmo è stato scritto in Javascript con l'ausilio della libreria p5.js. ^[10] Esso ha permesso di isolare e trasformare dati preliminarmente categorizzati dalle API di Google Trends, delineando parola chiave della ricerca, parole chiave correlate, valore di interesse per ciascuna, Paese, regione o città in cui il valore è maggiore ed infine periodo di analisi.

Prototipi

[9], elenco di categorie consultabile su <https://github.com/pat310/google-trends-api/wiki/Google-Trends-Categories>

[10] libreria JavaScript progettata per designer ed artisti, ha una serie di funzionalità per il disegno e la creazione di spazi da disegno facilmente integrabile con altri elementi HTML, CSS, input testuali, video e suono. P5.js—(p5js.org)

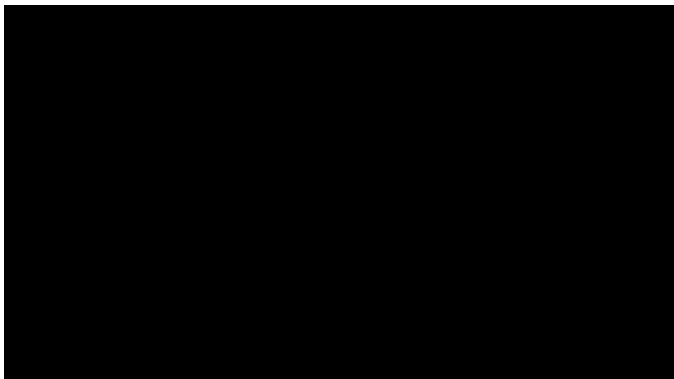
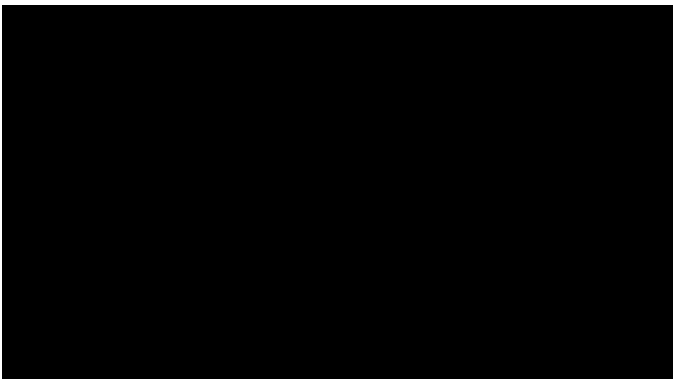
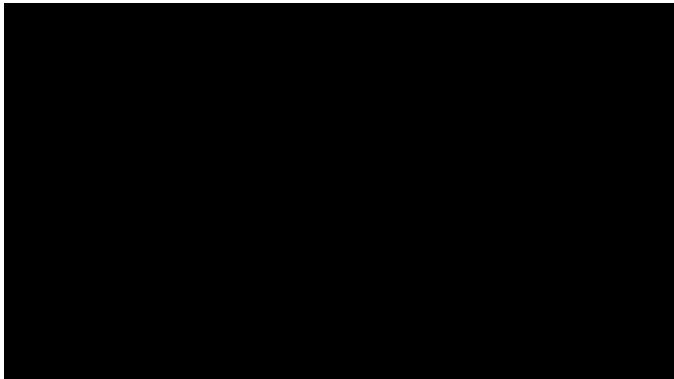
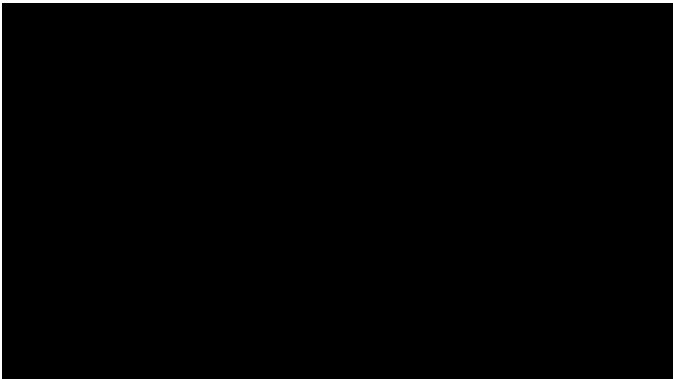
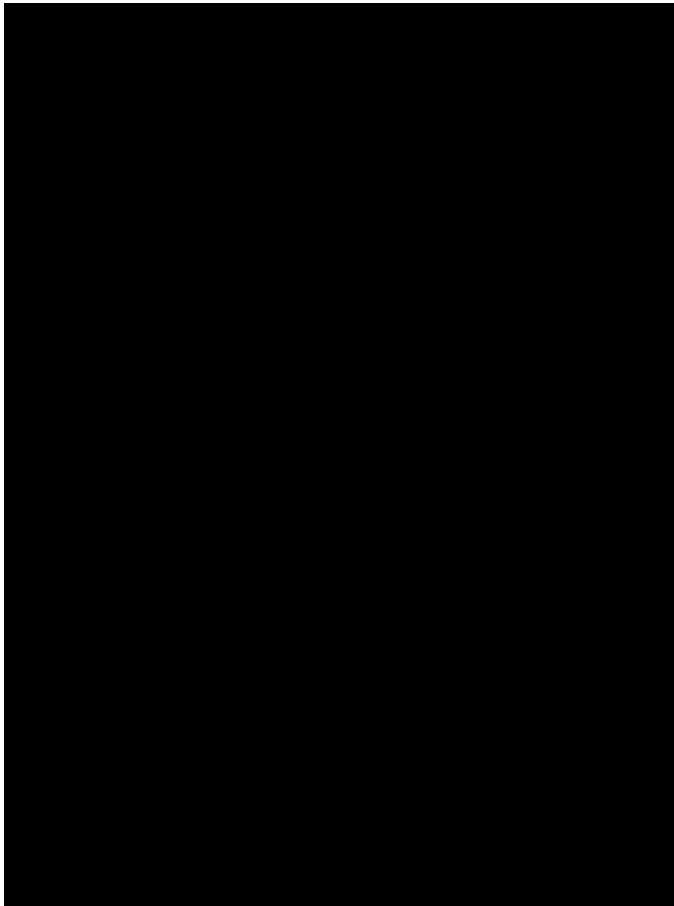
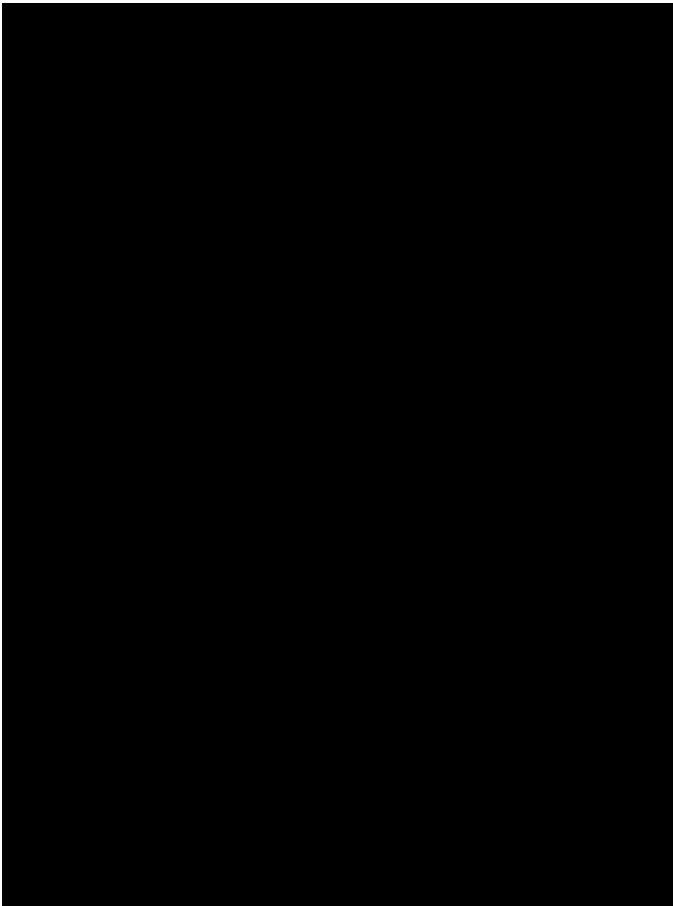
- 1

didascalia foto gino che dice cosa sia, dettagli anno, misure, ...
- 2

didascalia foto gino che dice cosa sia, dettagli anno, misure, ...
- 3-6

didascalia foto gino che dice cosa sia, dettagli anno, misure, ...

1	2
13	4
5	6



Progetto ideale

Dalle diverse versioni sviluppate in fase di prototipazione, sono emerse caratteristiche tecniche non realizzate per motivi di tempo. Obiettivo primario è quello di rendere il sistema di visualizzazione funzionante in tempo reale. Raggiunto questo obiettivo il progetto ideale dovrebbe prevedere uno strumento che una volta al giorno archivi la visualizzazione, in modo da tener traccia dei temi caldi dell'attuale periodo storico. Di questa raccolta, si potrebbe ottenere un'analisi del trend raccolto giorno per giorno. Una categorizzazione di questi contenuti aiuterebbe a leggere i trend rispetto a temi e Stati maggiormente coinvolti nella discussione. La visualizzazione potrebbe risultare utile in fase di ideazione e progettazione, di supporto a definire su quali temi incentrare un progetto o decidere di escluderli in quanto trend. La configurazione della visualizzazione permetterebbe anche di approfondire contenuti non familiari e far luce su questioni poco chiare, presentandosi come una sintesi visiva di news. Più in generale, la fonte per costruire il dataset dovrebbe essere in grado di attingere da altre piattaforme, offrendo una lettura più ampia di ciò che gli utenti cercano online. Sarebbe interessante disporre dello stesso sistema applicato a YouTube, Instagram, Twitter e confrontare i le diverse visualizzazioni ottenute.

Sviluppi futuri

Il progetto potrebbe assumere in futuro le funzionalità di una sorta di assistente personale in grado di accentuare la disparità fra ciò che viene maggiormente ricercato e ciò che invece non compare come trend, prendendo dati da social e community.

1

didascalia foto gino che dice cosa
sia, dettagli anno, misure, ...

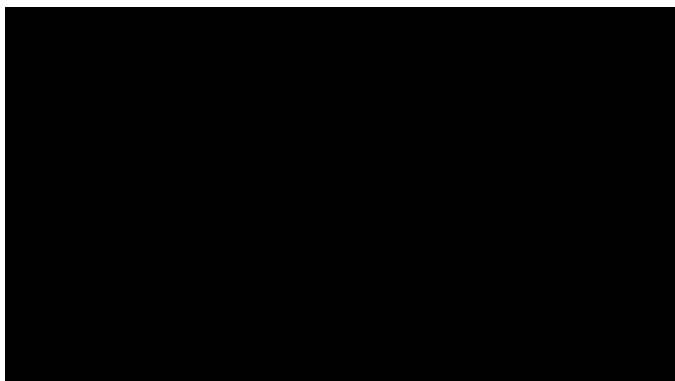
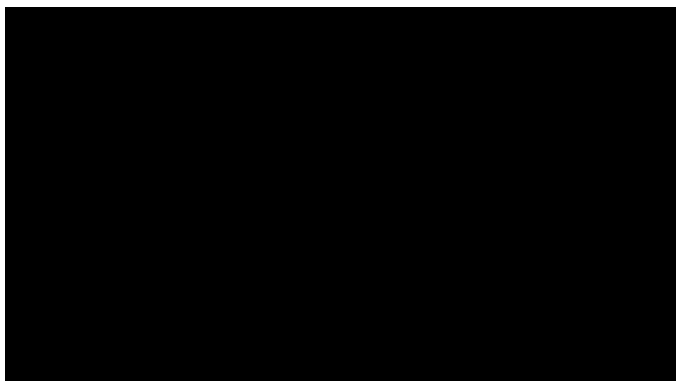
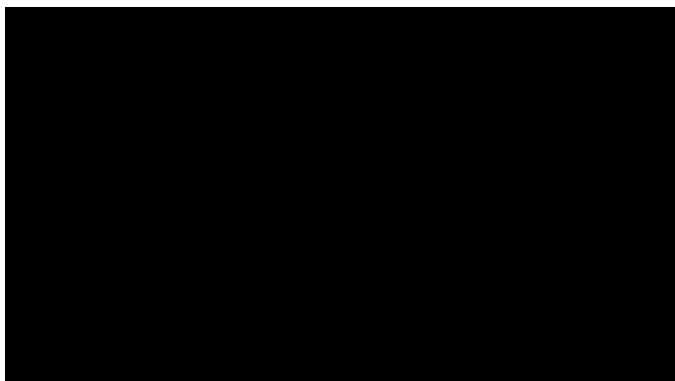
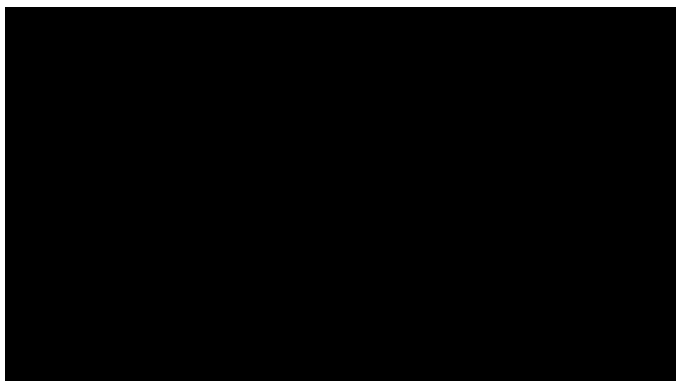
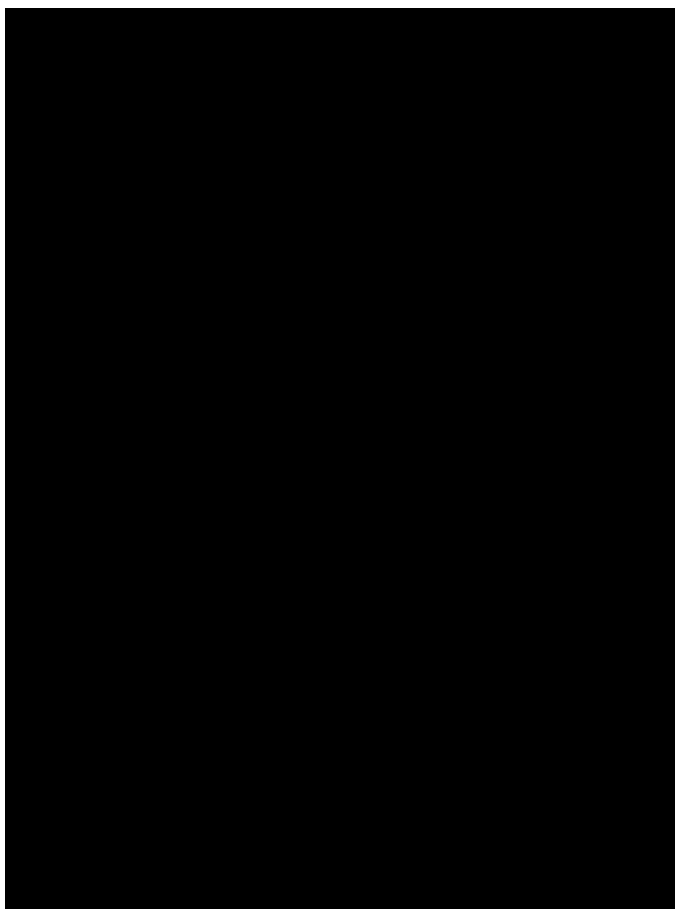
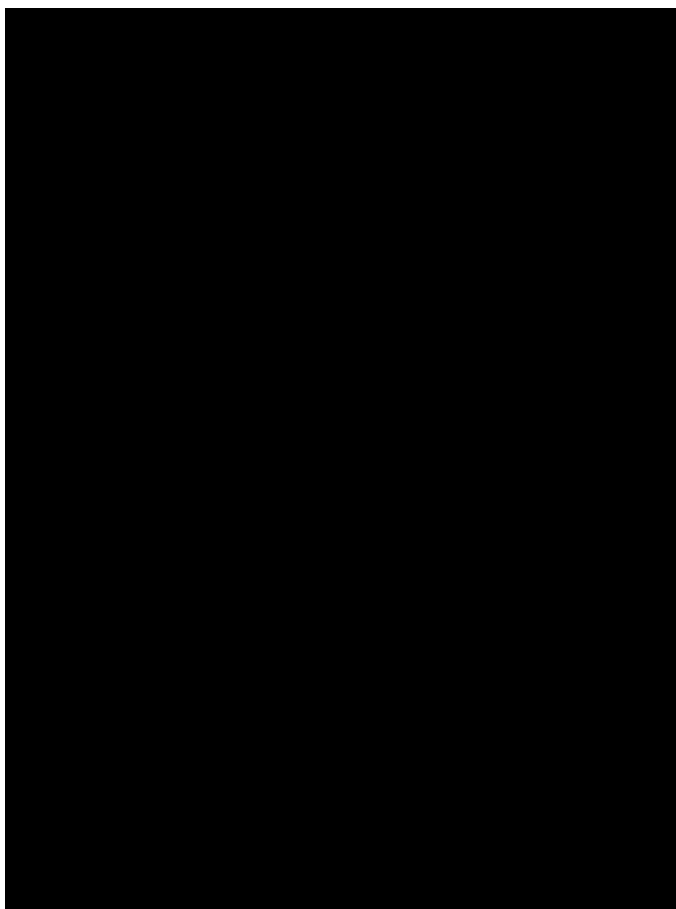
2

didascalia foto gino che dice cosa
sia, dettagli anno, misure, ...

3-6

didascalia foto gino che dice cosa
sia, dettagli anno, misure, ...

1	2
13	4
5	6



Sitografia

<https://p5js.org>

<https://medium.com>

<https://www.npmjs.com/package/google-trends-api>

<http://www.creativeapplications.net>

<http://tomhegen.de/fotodesign/>

<https://www.accurat.it>

http://128.111.69.4/~jevbratt/1_to_1/

