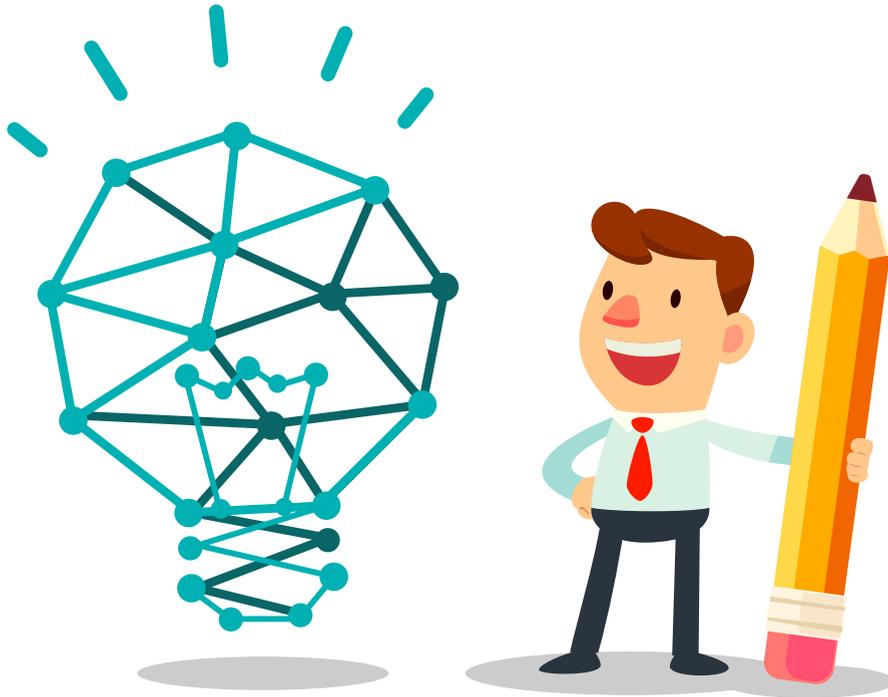


Articolo di
Andrea Granelli
andrea.granelli@kanso.it



Connettere i puntini

Il metodo di Steve Jobs per costruire innovazione

L'immaginazione metaforica conosce ragioni che la ragione non conosce (Francesca Rigotti). Se tortureremo a sufficienza i dati, confesseranno tutto (Ronald Coase, premio Nobel per l'Economia).

La prima delle tre “storie” che **Steve Jobs** racconta nel suo straordinario discorso di Stanford del 12 giugno 2005 è “*about connecting the dots*” e riguarda l’importanza di saper connettere fra di loro elementi apparentemente distanti e scollegati. Collegandosi alla sua esperienza personale, il fondatore di Apple ci ricorda che l’innovazione nasce sempre da una intuizione, da qualcosa che ci colpisce, da uno scandalo che ci fa inciampare nel nostro procedere ordinario (*scandalon* in greco vuol dire ostacolo, inciampo, insidia) e ci obbliga a vedere le cose da una prospettiva diversa. E questo qualcosa diventa reale, possibile e desiderabile dal collegamento di alcuni indizi, spunti, tracce che (presi singolarmente) rimangono insignificanti, non degni di nota ma, collegati, creano nuovi significati. Vi è poi un altro grande insegnamento di vita con cui Jobs conclude la sua storia: “*certamente all’epoca in cui ero al college era impossibile unire i puntini guardando il futuro. Ma è diventato molto, molto chiaro dieci anni dopo, quando ho potuto guardare all’indietro*”. Talvolta l’intuizione arriva all’improvviso, molto tempo dopo rispetto a quando abbiamo notato i singoli puntini. Talvolta è un nuovo puntino che consente la connessione degli altri, altre volte è un nuovo contesto, una nuova sfida che ci consente di rileggere in modo diverso quanto già sapevamo. In ogni caso i puntini vanno non solo raccolti, ma anche conservati e ogni tanto rianalizzati. Altrimenti la connessione non può accadere. In questo articolo vorrei cogliere questa indicazione di Steve Jobs e approfondirla, provando a identificare cosa dobbiamo fare per sviluppare la capacità - o forse l’arte - di “*connettere i puntini*”, di trovare vicinanza fra le lontananze, similitudini tra le diversità.

Sei aspetti, in particolare, mi sembrano importanti e pertinenti a questa riflessione:

- Tutto è connesso
- Avere una “mentalità indiziaria”
- La nuova centralità del pensiero critico
- La riscoperta del metodo abducente
- Usare la potenza della narrazione
- La magia (dimenticata) della metafora

Tutto è connesso

Il primo a parlare dell’importanza della connessione in senso moderno è stato **Albert-László Barabási**. Nel suo libro seminale “*Link. La nuova scienza delle reti*” (2002) il fisico ungherese spiega che in alcuni contesti (come internet) il valore di un sito non dipende (a regime) dai suoi contenuti ma dal suo livello di connessione, dal numero

di siti che lo referenziano e a cui è collegato: “*La buona notizia è che, da qualche tempo, gli scienziati hanno imparato a disegnare il tracciato delle nostre interconnessioni. Le loro mappe gettano una luce nuova sull’ordito del nostro universo, offrendo sfide e sorprese fino a pochi anni fa inimmaginabili*”.

Un altro studioso ha recentemente approfondito il tema della connessione. Si tratta dell’indiano **Parag Khanna**. Nel suo libro “*Connectography*” (2016) afferma che stiamo costruendo un nuovo ordine mondiale che muove da una struttura territoriale a una relazionale caratterizzata dalla connettività. Khanna decostruisce l’idea che “la geografia sia un destino”, l’idea di un futuro già scritto, determinato dalle condizioni ambientali e territoriali che contraddistinguono un singolo o un gruppo determinati. Qualcosa che ormai sta diventando obsoleto: “*La geografia è destino è una massima ben nota in tutto il mondo. Peccato che stia diventando obsoleta. Argomenti vecchi di secoli su come clima e cultura condannino alcune società al fallimento, o su come le piccole nazioni siano destinate a essere intrappolate e soggette ai capricci di quelle grandi, si stanno ribaltando. Grazie ai trasporti, alle comunicazioni e alle infrastrutture energetiche globali - autostrade, ferrovie, aeroporti, pipeline, reti elettriche, connessioni Internet e tanto altro - il futuro ci riserva una nuova massima: La connettività è destino*”.

Il paradigma è dunque cambiato e sta nascendo un nuovo ordine mondiale, basato non più su una struttura territoriale ma su una dimensione relazionale caratterizzata dalla connettività. L’arte di connettere sarà una delle competenze chiave del futuro. Come fare dunque a scoprire o a creare connessioni? Quale competenze e tecniche servono?

Avere una “mentalità indiziaria”

La più importante di queste competenze potremmo chiamarla mentalità indiziaria; competenza articolata e multidisciplinare che consente di scovare fatti interessanti, che per gli altri sono dettagli irrilevanti, e usare rappresentazioni che ne facilitino i collegamenti e le contestualizzazioni. **Edward Tufte**, il padre delle rappresentazioni grafiche per il business, parla nel suo libro seminale del 1990 (*Envisioning information*) di “*general principles that have specific visual consequences, governing the design, editing, analysis, and critique of data representations*”.

E senza sistemi di rappresentazione efficaci non riusciremo a cogliere i benefici della rivoluzione dei dati, rivoluzione causata sia dalla crescente disponibilità pubblica di grandi moli di dati pre-

senti negli archivi digitali sia dall'Internet delle cose (*IoT*) e dalla crescente diffusione dei sensori, che diventeranno a loro volta generatori di enormi quantità di dati. Il termine *big data* è però particolarmente vago: non indica infatti quantità specifiche di dati, ma piuttosto allude alla loro tipologia, variabilità, provenienza e complessità (e alle criticità che ne derivano). Il motore per trasformare i dati in informazioni sarà (oltre che la competenza statistico-matematica) la curiosità: non tanto il voyeurismo che cerca cose nuove finì a se stesse per riempire il tempo, ma una vera e propria insoddisfazione strutturale che ci spinge a non essere mai soddisfatti, a cercare sempre soluzioni migliori e quindi a guardare la realtà in cui ci muoviamo come fonte di ispirazioni e suggestioni. Ma *“non tutto ciò che conta può essere contato”*, osservava **Albert Einstein** (che aveva questo motto scritto in quadretto appeso nel suo ufficio di Princeton). I rischi di un pensiero eccessivamente calcolante (come lo definiva Heidegger), o di fidarsi degli algoritmi dando al loro il compito di segnarci correlazioni interessanti, sono sempre in agguato. Saper quantificare, saper tradurre tutti in numeri e grandezze confrontabili (nella consulenza questa necessaria competenza viene chiamata *numerical ability*) è importante, ma c'è qualcosa di più, c'è l'intuizione, c'è la dimensione qualitativa, c'è l'eterna irriducibilità della natura. Oltretutto anche l'uso dei dati e delle rappresentazioni grafiche può essere ingannevole. Dobbiamo rafforzare la nostra abilità nel *visual thinking* per padroneggiare i sistemi di rappresentazione (di ausilio al *problem structuring*) e di visualizzazione (che potenziano le nostre capacità di comprensione e correlazione).

La nuova centralità del pensiero critico

Un altro aspetto che ci aiuta a connettere i puntini è non dare nulla per scontato. Un detto degli informatici afferma *“Garbage In, Garbage Out”*: se l'input è porcheria lo sarà anche l'output. Dobbiamo adottare dunque un dubbio costruttivo; non quella critica ipocrita della volpe e l'uva né quella tendenziosa (il *“dubitare per dubitare”*)

il cui fine ultimo è lo scetticismo e l'antimodernismo. Quello che serve è il dubbio metodico che Cartesio metteva alla base del suo metodo scientifico: una *“prova del fuoco”* per eliminare tutte quelle credenze e stereotipi, e riportare in superficie la vera natura del digitale. Come ha scritto **Primo Levi**, *“quante sono le menti umane capaci di resistere alla lenta, feroce, incessante, impercettibile forza di penetrazione dei luoghi comuni?”*. Si deve dunque fondare la *“ragione tecnica”* su solide basi; **Cartesio** sosteneva infatti che il dubbio fosse l'origine della saggezza e che l'errore consistesse semplicemente nel fatto che *“non sembra essere tale”*. Questo approccio, che **Jack Welch** chiamava *“sano scetticismo”*, va applicato a due livelli: sul singolo puntino, per verificare che sia autentico e non falso, e sulle correlazioni generate, in modo da essere in grado di dare una spiegazione,

e non di fidarsi ciecamente dell'algoritmo. Il pensiero critico

è ancora più importante nell'era del digitale, dove i suoi lati oscuri - le trappole,

il *malware*, le mezze verità dei fornitori, le *fake-news*, gli errori di programmazione - si stanno diffondendo in

modo sempre più capillare tra un pubblico sempre più ignaro e

poco attrezzato. Le cause dell'esplosione dei lati oscuri del digitale sono molte:

un po' perché la tecnologia è sempre più potente e diffusa (e quindi potenzialmente pericolosa) ma soprattutto perché se ne è parlato pochissimo. Vuoi per l'omertà dei fornitori di soluzioni digitali, vuoi per l'incompetenza velata di *“buonismo utopico”* di molti sedicenti evangelisti, vuoi per la paura di molte grandi aziende di ammettere di essere cadute in qualche trappola digitale. Ad esempio Uber ha recentemente ammesso di aver subito il furto dei dati relativi a 50 milioni di clienti e 7 milioni di autisti e ha addirittura pagato un riscatto di 100mila dollari per avere indietro i dati. La sprovvedutezza di fronte a questi fenomeni appare ancora più chiaramente nel comunicato ufficiale di Uber, che *“garantisce”* che non sono stati trafugati altri dati come i numeri delle carte di credito, i numeri della sicurezza sociale o i dettagli



sui viaggi effettuati dai clienti. Per questo motivo ho deciso di pubblicare, dopo solo quattro anni, la seconda edizione di un libro che affronta questi argomenti. Il titolo, ancora più forte, recita “*Il lato (ancora più) oscuro del digitale*” (Franco Angeli, 2017) per sottolineare che il problema si sta purtroppo ingigantendo.

Oltretutto il rischio di essere ingannati non dipende solo dal contesto ma anche dalla predisposizione dell’essere umano a essere (facilmente) ingannato dai suoi stessi sensi.

La riscoperta del metodo abduittivo

Il metodo abduittivo (o ipotetico-scientifico) è probabilmente la forma di ragionamento più antico: venne codificato da **Ippocrate di Co** (V sec aC) il padre della medicina e diffuso da **Conan Doyle** tramite la figura di **Sherlock Holmes**. Nell’antica Grecia il suo motore elaborativo non era il *logos* (la mente calcolante, maschile) ma la *metis* (l’intuito o il pensiero obliquo e adattivo, femminile). Oggi è molto utilizzato in Tv, ad esempio dagli innumerevoli investigatori o dai *profiler* criminali.

L’abduzione è il cuore del *problem solving* e del ragionamento scientifico. Il suo presupposto è che “gli uomini non possono ottenere la certezza assoluta su questioni di fatto: la nostra conoscenza non è mai assoluta, ma nuota sempre, per così dire, in un continuum di incertezza e di indeterminazione. Ci sono tre cose che mai possiamo sperare di ottenere attraverso il ragionamento, e cioè la certezza assoluta, l’esattezza assoluta, l’universalità assoluta” (come nell’esempio qui a lato).

Poi ci sono i segnali deboli, gli indizi che normalmente non hanno la dignità di dato (per la loro parzialità, incompletezza e talvolta ambiguità) ma che sono sempre più indispensabili per anticipare il futuro, per prefigurare quello che sarà. I grandi investigatori, ma anche i medici più esperti (pensiamo al mitico dr House della omonima serie TV di successo) sanno trasformare le tracce in conoscenza “obiettiva” (che consente loro di identificare con precisione un colpevole tracciandone il profilo psicologico o diagnosticare una malattia identificandone le cause scatenanti e prevedendone il decorso). Un esempio chiarissimo di abduzione è stato illustrato da **Umberto Eco**: “siete invitati a cena da un vostro amico e nel vostro piatto vedete del tonno, sul tavolo una scatoletta di tonno aperta: ci possiamo scommettere che certamente penserete che il tonno del vostro piatto è uscito da quella scatoletta ma si tratta soltanto di una abduzione”. Connettere i puntini, generalmente fatti, tracce, segnali deboli, richiede dunque di correlarli usando la forza delle ipotesi: costruendo (immagi-

DEDUZIONE: Inferenza che trae delle conseguenze

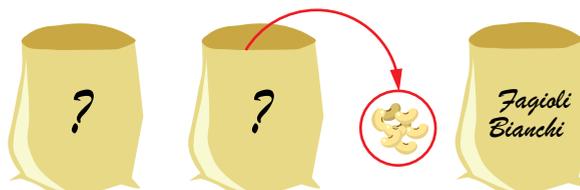
Conclusion Guaranteed



- Regola:** tutti i fagioli del sacco sono bianchi
- Fatto:** i fagioli provengono dal sacco
- Risultato:** i fagioli sono bianchi (sicuramente)

INDUZIONE: Inferenza che generalizza i dati

Conclusion Merely Likely



- Fatto dato:** i fagioli provengono dal sacco
- Risultato verificato:** i fagioli sono bianchi
- Regola ipotizzata:** tutti i fagioli del sacco sono bianchi (probabilmente)

ABDUZIONE: Inferenza che formula ipotesi esplicative

Taking your best shot



- Regola:** tutti i fagioli del sacco sono bianchi
- Fatto verificato:** i fagioli sono bianchi
- Fatto ipotizzato:** i fagioli provengono dal sacco (forse)

nando) cioè ipotesi esplicative capaci di “ospitare” i fatti e di spiegarli in maniera convincente e poi cercando ulteriori conferme sperimentali sull’ipotesi formulata. Un’attività dunque molto creativa

e fantasiosa e non così “matematica” come molti vorrebbero farla apparire.

Usare la potenza della narrazione

Ogni romanzo appassionante mette ordine a fatti ed eventi apparentemente slegati grazie allo svolgimento di una storia: una storia “pubblica”, oppure un percorso interiore, dove il personaggio si forma, si conosce meglio, o impara ad accettare una parte di sé che prima gli sembrava estranea. Non sto parlando dello *storytelling* oggi di moda, quello prediletto dai politici (e dai “venditori di fumo”): sempre di più arte dell'affabulazione, dove si sostituiscono le argomentazioni con *fabulae* prive di contenuti concreti; storie molto emotive e fatte per forzare l'immedesimazione.

Sto parlando del cuore del processo narrativo. Un esempio può chiarire la capacità delle storie di dare senso a eventi apparentemente slegati e ci viene da *Zadig, il saggio* (*Saadiq* in arabo significa appunto saggio, nda). Il protagonista del famoso racconto di **Voltaire** *Zadig o il destino* usava “lo stile della ragione” (un misto di osservazione e sagacia) per affrontare le vicende della vita. Si ritrovava spesso nei guai, ma grazie alla logica e soprattutto all'abduzione, riusciva sempre a uscire raccontando storie convincenti. Rimanendo però nel tema del “connettere i puntini”, ciò che può essere utile è ricordare il potere ordinante delle storie. Ogni storia è infatti riconducibile a una “storia-madre”, uno schema generale, dove c'è sempre un protagonista (con cui tendiamo a identificarci) che ha un compito importante e difficile: la teoria del cosiddetto “viaggio dell'eroe”, dove sono riconoscibili i tre principali elementi costitutivi. Nel volgere della storia il protagonista incontra dei personaggi archetipici (che possono assumere forme e facce diverse ma che hanno sempre lo stesso ruolo nella storia) che rappresentano punti di svolta della storia e ne danno sia il ritmo sia il *pathos*; i più importanti e ricorrenti sono il Guardiano della soglia, il Messaggero, il Mutaforme (*Shapeshifter*), l'Ombra, e l'Imbroglione (*Trickster*); Il “viaggio dell'eroe” è composto essenzialmente dalle stesse esperienze archetipiche (che assumono forme anche molto diverse): combattere e sconfiggere il “drago”, salvare la “fanciulla”, impadronirsi del “tesoro” ed edificare il “regno”. La storia è sempre organizzata in specifiche fasi che ne scandiscono lo svolgimento: la chiamata all'avventura, il rifiuto, la preparazione, il ritorno a casa, la resurrezione, la restituzione dell'elisir; le fasi sono a loro volta raggruppabili in tre grandi sezioni: i preparativi, il viaggio vero e proprio e il ritorno. Ma c'è un elemento in più che dà potere alle storie: a ben vedere

il “viaggio dell'eroe” è il viaggio dell'Io per raggiungere l'autorealizzazione, l'individuazione e l'illuminazione: ogni stadio della vita, ogni passaggio cruciale, è infatti marcato dall'attivazione di precisi archetipi. Dalla nascita alla morte, dall'infanzia alla vecchiaia, dall'adolescenza alla maturità, ogni aspetto della nostra vita può essere portato alla consapevolezza, esplorato, vissuto e realizzato. Per questi motivi le esperienze archetipiche presenti nelle storie sono così potenti e coinvolgenti. Ogni storia ha sempre un nemico (il “drago”), potente e minaccioso, che l'eroe combatte e sconfigge. Diventare efficaci narratori ci consente quindi di collegare i puntini non solo in unità di senso ma in vere e proprie storie appassionate e coinvolgenti. I singoli puntini acquistano vita e senso quando diventano parte di una storia, quando si mettono al servizio di uno specifico fine. Ha osservato **Carlo Ginzburg** che il cacciatore è stato il primo a “raccontare una storia” perché era il solo in grado di leggere, nelle tracce mute (se non impercettibili) lasciate dalla preda, una serie coerente di eventi. E una buona storia entra nel cuore e diventa memorabile, lascia il segno; dice a questo proposito un proverbio indiano “*Dimmi un fatto e apprendereò, dimmi una verità e crederò, ma raccontami una storia e vivrà nel mio cuore per sempre*”.

La magia (dimenticata) della metafora

La metafora, potentissimo strumento del pensiero, consente di connettere idee, dati e concetti (apparentemente slegati) creando concetti e storie appassionate, coinvolgenti e memorabili. Osserva **Gianrico Carofiglio**: “*Se usata come ponte tra esperienza percettiva, emozione, pensiero e linguaggio, la metafora è forse il più potente meccanismo di elaborazione e di arricchimento cognitivo di cui disponiamo. Ci permette, infatti, di afferrare concetti, descrivere esperienze... che non sarebbe possibile rendere in maniera puramente descrittiva*”. Dal greco *metaphora* (da *metaphéro*, “io trasporto”) è una figura che nasce dalla riuscita giustapposizione di due concetti che sembrano scollegati (che hanno cioè parziali dissonanze semantiche) ma che consentono di intravedere somiglianze nella diversità, avvicinare ciò che è (apparentemente) lontano. La metafora è dunque uno strumento potente per spiegare nuovi concetti o dare maggiore comprensione (o nuove illuminazioni) su concetti noti. La “magia” si ottiene accostando parole o concetti apparentemente distanti nel significato, ma legati fra loro da qualche forma di analogia. Si va da una banale similitudine (ad esempio “quello lì è un orso”) a una vera e propria “scoperta” (ad esempio “il modello plane-



tario dell'atomo"). La sua forza sta nel fatto che attinge direttamente ai meccanismi di funzionamento che la nostra mente utilizza quando si adopera per allargare il suo campo di conoscenza. Vediamo alcuni esempi particolarmente noti di metafore. Nel linguaggio economico corrente si usano molte metafore attinte dalle fonti più disparate: *guerrilla marketing* (dall'arte militare), *viral marketing* (dall'epidemiologia), *Internet bubble* (dalla fisica), *barriere all'ingresso* (dall'architettura). Sempre Carofiglio ricorda che *"proprio la sua capacità di ricalcare il modo in cui si formano molti nostri pensieri e molte emozioni fa della metafora anche un insidioso, potentissimo mezzo di manipolazione"*. Infatti **Thomas Hobbes** bandì dal linguaggio politico *"l'uso metaforico delle parole"*. L'aspetto paradossale è però che è stato lo stesso Hobbes a inventare una metafora potente e quasi sbalorditiva - quella del gigantesco mostro mitologico descritto nella Bibbia, il *Leviatano* - per descrivere uno degli attori primari della politica.

La metafora è dunque molto potente. Come ha spiegato il linguista statunitense **George Lakoff**, *"molte trasformazioni culturali nascono dall'introduzione di nuovi concetti metaforici e dalla perdita dei vecchi. Ad esempio, l'occidentalizzazione delle culture di tutto il mondo è in parte dovuta all'introduzione della metafora "il tempo è denaro" in quelle culture"*. Dicevamo che la metafora attinge in modo diretto ai processi elaborativi della nostra mente. Il cervello, nella sua elaborazione senso-

riale e fabbricazione d'immagini, opera infatti attraverso un processo di riconoscimento di modelli che - come ha suggerito il premio Nobel **Gerald Edelman** - sembra avere nelle metafore uno dei principi ordinatori. *Sopra/sotto, fronte/retro, equilibrio/movimento* sono tutte categorie metaforiche essenziali che emanano dal corpo e attraverso cui leggiamo gli eventi del mondo. La forza delle metafore, osserva ancora Lakoff, risiede fra l'altro nella capacità di attivare strutture interiori preesistenti e per lo più inconsapevoli: i frame. Metafore ben concepite risvegliano i frame, attivando un senso di identificazione e generando passione e consenso.

Nelle parole dello psichiatra **Iain McGilchrist**: *"Il pensiero metaforico è fondamentale per la nostra comprensione nel mondo, poiché è l'unico modo in cui la comprensione può andare al di là del sistema dei segni e raggiungere la vita stessa. È ciò che collega il linguaggio alla vita"*.

Jacques Lacan, sostenendo che l'inconscio è strutturato come un linguaggio, afferma che il motto di spirito è il paradigma della formazione dell'inconscio (in quanto puro fenomeno del linguaggio) e i principali processi che presiedono alla formazione dell'inconscio sono la metafora e la *metonimia*. Solo per ricordarci, la metonimia (che in greco vuol dire letteralmente "scambio di nomi") è un'altra figura retorica, trasferisce il significato da una parola all'altra in base a varie relazioni (rapporti di corrispondenza o di contiguità logica); designa cioè una cosa col nome di un'altra che le è abitualmente associato.

METAFORA E SIMILITUDINE

STRUMENTI POTENTI, DA USARE CON CAUTELA

Un modo efficace per comprendere la metafora si ha confrontandola con la similitudine. In essa si associano due cose diverse allo scopo di spiegarne una - meno nota - attraverso il riferimento a un'altra più nota. Si dice che la faccia di Cesare era come un cielo in tempesta, e "come un cielo in tempesta" è una similitudine, uno strumento molto semplice e immediato per spiegare un concetto. Ma è molto più potente dire "la faccia di Cesare era un cielo in tempesta". A prima vista la metafora parrebbe dunque solo una similitudine abbreviata, ma in realtà l'assenza dell'avverbio come produce una drammatica moltiplicazione di senso. Il salto, apparentemente piccolo, che compiono la frase e l'intelligenza quando devono fare a meno del come, si può tradurre (e spesso si traduce) in uno spettacolare incremento della comprensione, in una detonazione del significato che si arricchisce di nuovi aspetti.

La sofisticazione delle metafore, può essere colta da alcune definizioni "tecniche" che nel corso dei secoli hanno arricchito e dato ulteriori sfaccettature (essendo esse stesse metafore) al suo concetto:

- la metafora è un **"detonatore semantico"**: crea qualcosa di nuovo nel linguaggio

gio e nel significato, non si limita a dire meglio un qualcosa di già esistente;

- la metafora è una **"leva linguistica"**: moltiplica gli usi delle parole prendendo in prestito significati e applicandoli ad altri contesti;
- la metafora **"parla agli occhi"**: perché ogni metafora, se utilizzata bene, coinvolge direttamente i sensi, in particolare la vista, che è il senso più acuto;
- la metafora è un **"amplificatore musicale"**: le espressioni metaforiche "ben fatte" creano piacere anche nel semplice ascolto;
- la metafora **crea "serendipity"**: ascoltandola ci si trova improvvisamente trascinati in un contesto nuovo, intercettando la capacità spiazzante della consecutio (il)logica;
- la metafora consente una **"distrazione creatrice"**: chi ascolta viene condotto altrove col pensiero, senza tuttavia essere depistato, e ciò è estremamente piacevole;
- la metafora è una **forma comunicative "iper-efficiente"**: nella metafora si ritrova, concentrato in una singola parola, un intero concetto e tutto ciò che gli sta intorno.

Il retore **Demetrio** nel suo *Sullo Stile* (II secolo ac), osservando che le metafore conferiscono allo stile fascino e grandezza, dà qualche suggerimento su come costruirle: "C'è somiglianza fra un generale e un pilota e un auriga: ognuno di essi riveste un ruolo di comando. Si potrà, dunque, correttamente chiamare un generale "pilota dello stato" e inversamente un pilota "auriga della nave". Ma indica anche quando è meglio non usarle: "Qualora la metafora sembri audace, la si trasformi in similitudine; così sarà più sicura. La similitudine è una

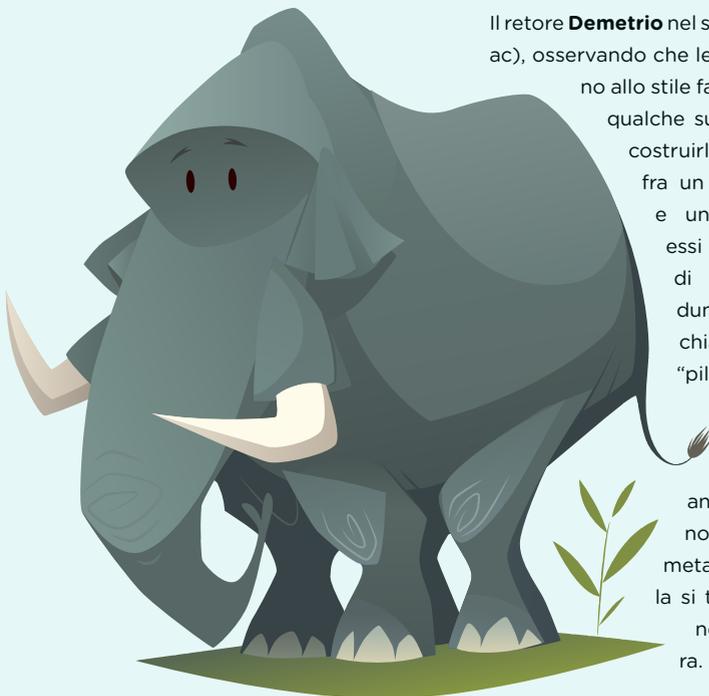
"La metafora è probabilmente il potere più fertile posseduto dall'uomo"

(José Ortega y Gasset)

metafora allargata, come quando invece di dire: "All'oratore Pitone che vi stava allora sommergendo in piena", facendo un'aggiunta si dice: "... che come una piena vi sommergeva". In questo modo si ottengono una similitudine e un'espressione più sicura, nell'altro una metafora e un'espressione più temeraria".

Sono strumenti potenti, ma vanno usati con cautela; infatti le metafore possono anche diventare tossiche e infestare la nostra mente. La famosa ingiunzione del linguista **George Lakoff** - *Non pensate a un elefante!* - fatta ai suoi studenti di scienze cognitive all'Università di Berkeley aveva come effetto che tutti pensassero immediatamente al pachiderma. Nessuno riusciva cioè a eseguire il compito. Questa è un delle tecniche usate dai manipolatori della politica: quando dicono **"non metteremo le mani nelle tasche degli italiani"** non fanno altro che rinforzare l'idea del fisco come ladro che ci sottrae ingiustamente i nostri soldi, forzando chi ascolta a **"riconoscere, senza combattere"**, la supremazia linguistica e politica di chi ha creato quell'immagine e l'ha inoculata nella pubblica opinione.

Questo tipo di metafore non si contrastano con la loro negazione (che produce solo un ulteriore rafforzamento), ma con l'elaborazione di altre metafore, capaci anch'esse di evocare strutture interiori e definire diversi quadri di riferimento ideali.





Che fare?

L'arte di connettere i punti è una *soft skill* articolata e sofisticata che sarà sempre più necessaria per competere in un contesto cangiante, imprevedibile e ricchissimo di stimoli (e di rumore di fondo). La costruzione e rafforzamento di questa competenza richiede un percorso lungo e sistematico, ma affascinante in quanto coincide con la progressiva scoperta del mondo in cui viviamo e di noi stessi. Non ammette scorciatoie, ma parte dalla consapevolezza e dalla passione, dalla voglia di capire e di affrontare a testa alta il mondo in cui viviamo. *“La più grave delle trasgressioni umane? Il peccato dell'inconsapevolezza; non essere all'erta, non essere completamente desti, di fronte al mondo che ci circonda”*, ci ricorda l'antropologo **Joseph Campbell**, autore dell'*Eroe dalle mille facce* da cui è stato derivato il modello del “viaggio dell'eroe”. Allora tre semplici raccomandazioni, su cui costruire - ognuno in modo personale - un viatico per l'osservazione, la raccolta e la connessione dei puntini che caratterizzano il contesto in cui viviamo e operiamo. Innanzitutto dedicare tempo sufficiente alla raccolta sistematica dei puntini, bilanciando curiosità e pensiero critico. Poi creare il proprio contenitore di puntini e organizzarli in mondo da renderli accessibili in molti modi. Infine esercitarsi nell'arte della connessione, mischiando abduzione, metafore e meccanismi narrativi.

La prima raccomandazione richiede una diversa (e forse migliore) organizzazione del nostro tempo per ridurre le attività ripetitive e a basso valore aggiunto e liberare tempo per l'osservazione, il discernimento, la riflessione, la costruzione e verifica delle ipotesi.

La seconda suggerisce la costruzione e gestione del proprio contenitore personale della conoscenza, dove inserire e organizzare anche i “puntini”. Un contenitore digitale, archiviato in internet (o meglio nel suo cloud), accessibile dovunque ci sia un collegamento alla rete; un contenitore che diventi sia una sorta di nostra memoria estesa sia una rappresentazione di noi stessi, dei nostri gusti, delle nostre preferenze. Per questi motivi si incomincia a chiamare questi contenitori “sé digitali”.

Questo sito nasce e si alimenta da ciò che vogliamo conservare. Non si tratta di archiviare volumi di informazioni in maniera automatica e compulsiva, quasi fossimo dei collezionisti arraffatori che puntano alla quantità (“più ne ho, meglio è”). Per maggiori dettagli si può vedere l'articolo *“Il sé digitale. Apprendimento, oblio e memoria personale nell'era della rete”*, pubblicato sempre su Advertiser (n.10, dicembre 2016).

E infine esercitarsi, ogni qualvolta sia possibile, nell'arte della connessione, dedicando un po' di tempo alla teoria e trovando ogni occasione possibile per sperimentarla sul campo.