

Andrea Granelli: **commento a “VENTI ANNI DI INDUSTRIA DELLA COMUNICAZIONE”**

XI Rapporto IEM



La dimensione ciclica dell'industria della comunicazione italiana che il grafico in figura 2 illustra è certamente ignota ai più e può creare un certo disorientamento, visto che descrive un settore importante, “moderno”, che è sempre stato considerato (dagli imprenditori, dagli analisti finanziari, dai governi occidentali) come “a crescita infinta”. Lo sbom della eEconomy aveva dato un primo segnale, ma molti osservatori l'avevano ritenuto solo una punizione naturale della componente “speculativa” del mercato, una sorta di giusta *ubris* divina su chi aveva peccato di arroganza.

Ma la ciclicità di questo settore suggerisce ulteriori riflessioni. Innanzitutto la “dialettica” fra materiale e immateriale. Ogni volta che aumenta la rilevanza dell'immateriale (digitalizzazione, smaterializzazione, ...), a un certo punto si manifesta una esigenza opposta: (ri)dare forma e tangibilità alle cose, restituire concretezza: quello che gli inglesi chiamano *embodiment* (e noi “reincarnazione” ...). Perfino una idea, se non si incarna in un dispositivo, non ha valore corrente, non può cioè essere protetta. Ma poi, quando la concretezza ritorna a invadere la quotidianità, si riaffaccia la leggerezza, la voglia di virtuale. Naturalmente dopo ogni ciclo, questa dialettica assume nuove forme: prima era una pura contrapposizione – la materia è un retaggio del passato e tutto diventerà virtuale (o meglio l'eCommerce ucciderà la distribuzione fisica) – oggi si declina in una forte interrelazione. Il virtuale diventa allora l'anima digitale, che ravviva i prodotti tradizionali, li trasforma in potenti strumenti narrativi che consentono di costruire storie appassionanti con al centro l'utilizzatore; la smaterializzazione agisce dunque solo su parti del prodotto, diventando così il difensore del cuore materiale del prodotto e non più il suo sostituto.

Un altro aspetto problematico è il vertiginoso tasso di innovazione che ha travolto il settore, in tutte le sue dimensioni: nelle prestazioni delle reti e dei device, nella progressiva facilità e sofisticazioni d'uso delle interfacce, nei meccanismi di personalizzazione, nella qualità e ricchezza “espositiva” dei contenuti digitali. L'ampiezza di tale innovazione non viene però messa in luce né dal turnover del settore (a causa della continua discesa di prezzi delle “materie prime digitali”) né da manifesti e misurabili miglioramenti della produttività dei settori in cui le tecnologie digitali si inseriscono. Infatti una parte rilevante dell'innovazione si concentra su attività di puro intrattenimento (videogiochi, pubblicità emozionali, interfacce per i nuovi media digitali, sonerie per i cellulari, ...) e non tocca i core process delle imprese. Ciò è dimostrato anche dal tipo di concorrenza fatta all'incumbent dei servizi di telecomunicazione all'indomani della liberalizzazione del settore: i concorrenti più minacciosi sono stati gli operatori mobili e quelli “consumer” (VOL, Infostrada, Tiscali), non certo quelli “business”.

Oltretutto gli stessi nuovi servizi e le nuove professioni del mondo digitale sono assimilabili – dal punto di vista del grado di ingegnerizzazione del processo produttivo – ad attività artigiane, quasi artistiche. Ciò spiega anche il fatto che nel dibattito sulla protezione intellettuale del software, si oscilla tra il considerarlo un brevetto o un diritto d'autore.

Il settore ha quindi bisogno di una innovazione più tangibile e utile, che migliori davvero la nostra vita quotidiana oppure che aiuti le imprese ad essere più competitive. Non basta un accesso alla rete sempre più veloce, contenuti sempre più ipermediali o device sempre più potenti e sofisticate. Serve innanzitutto una maggiore ingegnerizzazione dei processi produttivi che utilizzano – in vari momenti – strumenti o contenuti digitali. Ad esempio il supporto al processo ideativo e creativo è oggi uguale a quello che era un secolo fa; gli “esperti” lo considerano una attività non strutturabile che utilizza conoscenza “tacita” e cioè non codificabile. Ma siamo sicuri che con la disponibilità di linguaggi audiovisivi di nuova generazione, di modelli 3D e di ambienti immersivi questa lettura sia ancora valida ?

Ma servono soprattutto nuovi format digitali. Oggi le nuove tecnologie multimediali hanno creato un nuovo alfabeto. Adesso servono i nuovi Proust. Non possiamo chiedere ad un ingegnere informatico di diventare un narratore. Questi nuovi format devono inoltre essere in grado di ricompattare la progressiva frammentazione della conoscenza in unità dotate di senso, ricostruendo cioè le nuove narrazioni digitali. Sarà infatti sempre più importante la (ri)composizione dei frammenti digitali – soprattutto quelli che provengono dagli archivi (storici, politici, culturali, televisivi, ...) in unità di senso narrabili, comprensibili e “intriganti” per le future generazioni. Il cinema ha dimostrato una capacità strutturale di dare senso/continuità (grazie al montaggio) ai frammenti/fotogrammi. Il digitale aumenta questa sfida in quanto il processo stesso di digitalizzazione genera frammenti isolati (le singole foto, le singole pagine di un documento, i record dei database, ...). Non è la semplice digitalizzazione degli archivi che li salverà dall’oblio. Come ha osservato Gaston Bachelard, «si conserva solo ciò che è stato drammatizzato dal linguaggio». Solo così si assicurerà un futuro alle nostre memorie (digitali e non).

Questo sforzo per generare innovazione “autentica” deve infine tenere presente i cosiddetti “lati oscuri” della rivoluzione digitale, spesso poco frequentati dalla schiera dei commentatori sempre ottimisti del settore. Ad esempio l’esplosione informativa. La Biblioteca di Alessandria conservava probabilmente 700.000 rotoli di papiro e pergamena – tutto il sapere del mondo occidentale antico. La Biblioteca nazionale francese ha invece oltre 400 chilometri di scaffali. Alla sua inaugurazione – nel 1997 – erano già presenti 10 milioni di volumi, 350.000 periodici, 76.000 microfilm, ... Questa moltiplicazione delle informazioni sta diffondendo sia l’anoressia informativa sia il suo speculare – l’obesità. In entrambi i casi il crescente proliferare dell’informazione riduce la capacità dell’uomo di assimilare in maniera sana nuova conoscenza spingendo i giovani a riempirsi in maniera ossessiva di informazioni “non nutrienti”.

A ciò si aggiunge lo “sporco digitale”: le tracce che lasciamo sulla rete tendono progressivamente a diventare indelebili. I motori di ricerca registrano tutto, ma non esiste un processo condiviso che toglie dalle liste dei motori le informazioni non più attendibili o invecchiate.

Anche strumenti apparentemente democratici come l’enciclopedia online Wikipedia vanno usati con grande cautela. Poiché è la massa dei lettori che decide sulla veridicità, si tende a riportare solo fatti banali e “sedicenti” oggettivi (come la data di una battaglia o chi ha vinto una guerra), eliminando giudizi e opinioni. Ora la separazione fra fatto e opinione non è mai molto netta: c’è chi sostiene che perfino la teoria evuzionista di Darwin sia un’opinione. Questo processo di gestione del consenso tende a creare una unica base condivisa e massificata di conoscenza, eliminando le differenze, le ambiguità, le incertezze.

Da occasione democratica, Wikipedia potrebbe trasformarsi in un pericoloso strumento di omogeneizzazione culturale.

Per cui – più che inseguire slogan elettorali come “eliminiamo il digital divide” o “WiFi per tutti”, incominciamo a domandarci davvero a cosa servono molte delle novità rese disponibili dal mercato. Domandiamoci cosa ha bisogno davvero l'utente e non solo come si possono usare le meravigliose funzionalità che le tecnologie mettono a disposizione. Essere “tecnologia abilitante” non è sinonimo di utilità, ma è certamente fonte di nuovi costi. Come scrisse il grande disegnatore (e interprete delle contraddizioni della società contemporanea) Stefano Disegni in una vignetta disegnata in tempo reale durante l'ultima puntata di Mediamente – nel lontano 2002 –: “Prima mi connettevo e non avevo niente da dire. Ora ho l'ADSL e lo faccio in metà tempo”.

Roma, dicembre 2008