

ANDREA GRANELLI

Tecnologie della comunicazione

Le straordinarie potenzialità offerte dalle tecnologie della comunicazione, per essere sfruttate appieno, devono essere allineate ai rischi connessi a un loro errato utilizzo. Il discorso sulla tecnica è sempre molto polarizzato: o mette in luce, in maniera acritica, il suo potere taumaturgico, oppure rievoca angosce e paure. Il timore che la tecnologia possa sfuggire di mano è infatti sempre in agguato e ha radici profonde: basti pensare al mito di Prometeo – responsabile di avere commesso *ubris* verso le divinità, sostituendosi a loro nell'atto di creare – o a figure come il Golem o Frankenstein.

Raramente i profeti delle nuove tecnologie parlano del loro lato oscuro, ma ciò è indispensabile; non si può infatti lasciare questo importante compito ai demonizzatori e ai catastrofisti. Non solo il nucleare, la chimica, la manipolazione genetica possono essere pericolose: anche le tecnologie digitali.

Vi sono dunque alcuni aspetti poco frequentati: per 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 diventa addirittura esponenziale con Internet e la telefonia cellulare e sta diffondendo due fenomeni pericolosi: l'anoressia informativa e 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 rivoluzionari e 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 evolutivista di Darwin sia un'opinione. Questo processo di gestione del consenso tende a creare un'unica base condivisa e massificata di conoscenza, eliminando le differenze, le ambiguità e le incertezze. Da occasione democratica, Wikipedia potrebbe così trasformarsi in un pericoloso strumento di omogeneizzazione culturale.

Questi aspetti poco frequentati del fenomeno digitale suggeriscono di usare con meno ottimismo l'etichetta di società dell'informazione o della conoscenza. Probabilmente 'società del rumore' meglio si adatterebbe a descrivere le mutazioni in atto.

SOMMARIO

1. Le tecnologie della comunicazione e la trasformazione dell'uomo
2. I nuovi linguaggi digitali
3. Tutto è comunicazione

I. Le tecnologie della comunicazione e la trasformazione dell'uomo

Le tecnologie non si limitano a potenziare

Ogni riflessione sulle nuove tecnologie della comunicazione non può prescindere da come il recettore delle comunicazioni, l'uomo, reagisca e si adatti alla rivoluzione digitale.

Le tecnologie sono infatti indissociabili dal cammino dell'uomo verso la conoscenza e l'affrancamento dalle forze della natura. Il potenziamento delle capacità umane può però portarsi dietro aspetti fortemente problematici. Oltre ai benefici immediati e facilmente osservabili – maggiore velocità e capacità di calcolo, possibilità di accedere a enormi quantità di informazioni – possono subentrare effetti collaterali che, alla lunga, rischiano di vanificare i benefici conseguiti. Non è infrequente che l'espansione di una funzionalità possa tradursi nella sostanziale atrofizzazione di un'altra funzionalità; questo fenomeno è molto frequente quando a essere coinvolti sono i nostri sensi; per esempio un utilizzo eccessivo della vista toglie rilevanza all'udito che quindi, progressivamente, tende ad atrofizzarsi. La scienza ufficiale ha costruito la sua storia trionfante sui potenziamenti e poco spazio ha dedicato a studiare le atrofizzazioni conseguenti.

Un tempo, se l'uomo non era pronto a usare una certa tecnologia, semplicemente non la usava, o la faceva usare a chi ne era esperto. Oggi, con le tecnologie digitali, questo non più possibile; il motivo non è soltanto la pervasività di tali tecnologie, ma è anche, e forse soprattutto, la loro percepita 'necessarietà'. Internet è considerato addirittura un autentico diritto e il cosiddetto *digital divide* – la separazione fra chi accede a Internet e chi no – una nuova forma di esclusione che vuole essere combattuta a tutti i costi, con attenzioni e investimenti superiori alla guerra contro alcune tragiche malattie che

ingnocchiano il terzo mondo. L'uomo non può quindi chiamarsi fuori dalle tecnologie digitali e dal loro impatto sulla sua vita; ma nel frattempo queste tecnologie continuano a progredire e a complicarsi, mentre l'uomo contemporaneo legge e studia di meno. Questo dislivello tra l'uomo e la tecnica da lui generata sta facendo nascere una vera e propria patologia dell'anima, vista come mancata armonizzazione e sincronizzazione tra il mondo umano e quello tecnico. La tecnologia sta gradualmente assorbendo tutta la potenza intellettuale dell'uomo, ma non per attuare le potenzialità sentimentali, pulsionali ed emotive dell'uomo, bensì per nutrire la cultura oggettivata delle cose rispetto alla cultura soggettiva degli individui.

L'importanza del dimenticare

Dimenticare ha nella nostra cultura un'accezione prevalentemente negativa. Colui che dimentica è distratto, poco attento alle cose, forse addirittura malato. Per esempio Montaigne si lamenta della debolezza della propria memoria – facoltà che Platone aveva considerato addirittura divina. Egli considera questa debolezza scandalosa, tanto che a volte lo fa sembrare uno sciocco. La mancanza di memoria serve però a Montaigne a far perdere le tracce e le fonti delle cose che impara: egli se ne appropria in senso totale, le fa sue e dimentica dove e da chi le ha prese. È proprio questa assenza di memoria, questo smarrimento delle origini del proprio sapere che rende originale il suo lavoro.

Se non si dimenticano concetti obsoleti, non c'è spazio per le nuove idee. L'economista Joseph A. Schumpeter parlava di 'distruzione creatrice' per indicare la necessità di cancellare attività non più remunerative per liberare risorse da allocare su progetti innovativi. Se noi non scordassimo positivamente o attivamente alcune esperienze, o perlomeno se non fossimo in grado di contrastare precedenti memorie o apprendimenti, non potremmo apprendere qualcosa di nuovo, correggere i nostri errori, innovare vecchi schemi. I casi clinici descritti da Aleksandr R. Lurija, grande neuro-psicologo russo, hanno contribuito a illustrare i danni prodotti dagli eccessi di oblio.

Jorge Luis Borges nel suo *Funes o della memoria* descrive invece la patologica capacità del giovane Funes di mantenere traccia di ogni cosa che percepisce. Borges afferma: «sospetto, tuttavia, che non fosse molto capace di pensare. Nel mondo sovraccarico di Funes non c'erano che dettagli, quasi immediati». A un certo punto il protagonista afferma: «la mia memoria, signore, è come un deposito di rifiuti». Per fare buon uso della memoria è necessario quindi sia saper ricordare sia soprattutto saper dimenticare, tanto saper accumulare informazioni nella mente quanto saper alleggerire quest'ultima del suo fardello, ogni qualvolta rischiasse di diventare eccessivo. Possiamo quindi parlare di una vera e propria auspicabilità dell'oblio, soprattutto nella società attuale dove il bombardamento informativo ha superato i livelli di guardia.

La nascita dell'identità di rete

Il medium digitale è doppiamente pervasivo: è presente in modo sempre più diffuso negli spazi dove

viviamo, ma soprattutto tende a interagire con tutti gli aspetti del nostro vivere: lavoro, studio, divertimento, sessualità, religione. Ciò facilita l'emergenza di un'identità digitale che ci renda riconoscibili e unici anche all'interno di questa sfera digitale e ci permetta di costruire relazioni virtuali durature con altre identità digitali.

Questo processo che consentirà a ciascun cittadino di costruirsi una vera e propria 'identità di rete' sta subendo negli ultimi anni una vera e propria accelerazione. Uno dei fenomeni più interessanti è la nascita dei cosiddetti siti personali. Il concetto non è nuovo. I primi siti personali – spazio web in server pubblici gestito da utenti che immettono i propri contenuti personali – risalgono ai primi anni Ottanta. L'esempio più noto è Geocities, dove gli utenti compravano a basso prezzo uno spazio e un indirizzo da cui accedervi. Questi indirizzi erano organizzati come delle città, con nomi di quartieri (le aree tematiche) e numeri civici (i singoli siti personali). Il tipico utente era però un addetto ai lavori e il fenomeno restò di nicchia.

Legato alla creazione dei siti personali, vi è un aspetto generalmente trascurato, che sta assumendo – via via che la pratica di Internet si diffonde – grande importanza nell'interazione fra utenti: l'importanza di rappresentarsi bene in rete, cioè di dare una buona immagine di sé. Per esempio i momenti di imbarazzo dove si teme di perdere la faccia, tipici delle interazioni faccia-a-faccia, tendono a ridursi fino quasi a scomparire quando l'incontro è virtuale. La mediazione giocata dal computer, che non si limita a nascondere la faccia ma maschera anche la voce, consente la creazione di spazi protetti in cui possiamo sperimentare il nostro modo di relazionarci con gli altri.

Una delle tecniche emergenti di 'presentazione del sé' sulla rete sono gli *avatar*, che possono essere pensati come una vera e propria maschera digitale che si indossa per identificarsi e collocarsi, in piena vista sullo schermo, nei nuovi ambienti virtuali 3D creati in rete. Gli avatar sono un vero e proprio simbolo dell'identità contemporanea; un'identità sfuocata, poco definita, transitoria, condannata a non raggiungere mai la sua forma compiuta.

Verso lo sdoppiamento digitale

Questo uso delle tecnologie digitali non ci consente solo un'estensione e un potenziamento delle nostre capacità mentali, ma in prospettiva provoca un vero e proprio sdoppiamento della nostra personalità: la creazione di un nostro *alter ego* nel mondo digitale. Ciò è reso possibile dal fatto che la nuova generazione di siti personali può avere vita propria. Questi siti possono infatti venire consultati da terzi senza che i proprietari siano in quel momento collegati online. L'impiego di nuove tecnologie consente a questi siti di raccogliere automaticamente certi tipi di informazioni, segnalarci eventi interessanti, rispondere a richieste esterne per conto nostro, facendo tutto ciò nel modo in cui lo faremmo noi. Pensiamo per esempio alle nuove tecnologie vocali che permettono ai computer o alle segreterie telefoniche non solo di parlare e leggere i messaggi, ma anche di capire quello che gli chiediamo.

Oppure alle tecnologie di personalizzazione che consentono di lasciare tracce di noi stessi in ambienti digitali pubblici, consentendo all'utilizzatore di essere riconosciuto, di riprendere il lavoro fatto fino all'ultimo collegamento, di ricordare le preferenze manifestate.

Tutti questi contenuti richiedono però un luogo personale di archiviazione che potremmo chiamare *Personal digital space* e i cui aspetti innovativi non sono legati tanto alla dimensione tecnica, quanto alle potenzialità rese disponibili come strumento conoscitivo, che consentono di realizzare una vera e propria memoria estesa, a complemento e integrazione di quella fisiologica. Ogni riflessione sulla comunicazione digitale non può prescindere da questa trasformazione dei recettori dei messaggi comunicativi.

Tra i numerosi benefici di questi spazi digitali personali, uno è la sua proprietà di forzare la sintesi, la strutturazione e l'organizzazione dell'informazione consentendo un'archiviazione orientata al riutilizzo. Il riassunto (o la selezione) di un saggio in forma cartacea non è riutilizzabile: si può solo rileggere. Se il riassunto è in forma elettronica, si può riutilizzare (tutto o in parte) e anche integrare con altri contenuti.

Oltretutto la stessa letteratura è un'«arte combinatoria»: gettoni lessicali, grammaticali e semantici ereditati vengono continuamente combinati e ricombinati in sequenze di espressioni. Una parte importante della letteratura, delle arti e della musica è infatti costruita su citazioni e reiterazioni più o meno vivificanti e metaforiche. Il poter disporre quindi in forma digitale di citazioni, frasi, tabelle numeriche, concetti provenienti da saggi e soprattutto di strumenti che ne facilitano il riuso combinatorio diventa uno straordinario strumento per potenziare il processo creativo.

Inoltre l'esplicitazione dei collegamenti associativi contenuti rende esplicito (e più duraturo) sul sito ciò che accade anche nella nostra memoria. Per questo il web può trasformarsi anche in una vera e propria 'memoria estesa'. Ogni volta che viene inserita nel sito personale un'informazione, vengono forzate due operazioni cognitive: la definizione dell'area tematica prevalente relativa alla informazione e la messa in coerenza (talvolta un vero e proprio riallineamento) di tale informazione con gli altri elementi informativi presenti nell'area (per es., usando lo stesso schema rappresentativo).

Poiché più si riutilizzano i contenuti più la conoscenza viene assorbita, diventa fondamentale – per una reale padronanza di un argomento – poter rivisitare lo stesso materiale in tempi differenti e in contesti modificati. Tutto ciò facilita il ripasso 'narrato' della conoscenza, combattendone l'oblio causato dalla labilità della memoria.

Il *Personal digital space* consente anche il cosiddetto dimenticare consapevole, togliendo alla memoria lo sforzo di memorizzazione di informazioni in quel momento non rilevanti. Quando un'informazione curiosa (ma di cui non ci è chiara l'utilità) viene inserita nel sito in un punto dove sia naturalmente facile recuperarla nel futuro, la nostra memoria si occupa di qualcosa d'altro e può rilasciare quell'energia di memorizzazione. Senza questo strumento, la memoria

rimane «ingaggiata» nel ricordare l'informazione e nel tentare – spesso senza elementi di contesto o di finalità – di collocarla in una qualche unità di senso.

Il fenomeno dei siti personali è ancora agli inizi, anche se la sua componente più narcisistica – i blog – sta esplodendo. I blog si occupano più di rendere disponibili i punti di vista di chi vi scrive che non di organizzare la propria conoscenza per un facile riutilizzo. Infatti i contenuti dei blog sono pubblici, mentre le 'memorie estese' tendono a essere protette da password.

2. I nuovi linguaggi digitali

La diffusione della banda larga e l'emergenza dei nuovi linguaggi audiovisivi

Le mutazioni originate dalla crescente disponibilità di banda trasmissiva tecnologica stanno rendendo possibili nuovi servizi e nuove tipologie di contenuti audiovisivi. Il passare dal testo ai linguaggi visivi aumenta il potenziale espressivo e consente letture più ricche (per es., multiple). Infatti un testo ha un inizio, una fine e un percorso obbligato di lettura, mentre un'immagine no. Inoltre, al contrario delle parole, le immagini visive posseggono una capacità di estensione verbale quasi infinita, in quanto l'osservatore deve trasformarsi a sua volta in narratore. L'alfabeto visivo possiede infine anche un valore emozionale. Come non ricordare le riflessioni fatte da Wassily Kandinski in *Punto, linea, superficie*: «La linea orizzontale è fredda e quella verticale è calda». L'analisi delle immagini può dunque consentire una comprensione del profondo di chi le ha create. È stato per esempio sviluppato un sistema diagnostico che utilizza varie tipologie di disegni dei pazienti e ne interpreta i significati profondi.

Ora, nuovo non vuol dire necessariamente creato oggi per la prima volta. Spesso l'innovazione è riutilizzo, ricontestualizzato, di idee e soluzioni già inventate e utilizzate per altri scopi o addirittura dimenticate. Le nuove forme espressive e comunicative del XXI sec. non saranno pertanto solo inventate; molte nasceranno da un utilizzo innovativo di modalità già sperimentate in passato. Come non pensare ai calligrammi di Apollinaire o alle parole in libertà futuriste osservando la cosiddetta ASCII Art oppure come non ripensare al linguaggio epigrafico latino e alle sue espressioni compresse per occupare il minor spazio possibile quando si leggono le comunicazioni che avvengono nelle chat di Internet.

TABELLA

Internet 2.0: il fruitore diventa protagonista

Il web 2.0 rappresenta un nuovo approccio alla realizzazione di applicazioni web che favorisce una aggregazione dei contenuti maggiormente dinamica, interattiva e partecipativa grazie all'uso di diverse tecnologie e in diversi ambiti applicativi. L'aspetto

specifico è che queste tecnologie permettono ai dati di diventare indipendenti dal sito in cui sono stati creati, facilitandone la diffusione e il riuso. Il web 2.0 si contrappone alla versione 1.0 dove Internet è sostanzialmente un grande contenitore di dati (pagine web per lo più statiche) e le applicazioni più importanti sono l'uso di motori di ricerca e la navigazione fra siti.

Ma tali tecnologie attribuiscono anche un crescente potere al consumatore, che esce dalla sua tradizionale passività per trasformarsi in attore del processo di consumo. Concetti come la dittatura dello spettatore o come *prosumer* (espressione nata dalla crasi di *producer* e *consumer*, coniata da Alvin Toffler per indicare che i consumatori dell'era postindustriale non sono più semplici consumatori passivi, ma diventano veri e propri consumatori consapevoli o consumATTORI/spettAUTORI) indicano chiaramente questa tendenza. In tale contesto, è evidente che la creatività e l'inventiva non sono più appannaggio esclusivo dei laboratori delle aziende ma diventano un processo mediato – anzi spesso condizionato – dall'utilizzatore finale. Questa sovrapposizione tra produttori e utilizzatori è esemplificata chiaramente nei videogiochi per computer. I cosiddetti *games patches* e i *mod* sono aggiunte che alterano il gioco originario in termini di grafica, personaggi, architettura, suono e regole, e vengono creati sia dalle case di produzione, sia dagli stessi utenti per sfruttare i limiti, le carenze o i punti deboli del testo e per trasformarlo in modo creativo; al giocatore viene lasciata la possibilità di decidere in modo autonomo in quale direzione sviluppare il suo gioco.

La 'terza dimensione': dalle realtà immersive al cinema 3D

In questa esplosione della banda larga, uno degli aspetti più interessanti è la progressiva diffusione di rappresentazioni tridimensionali (3D) che non si limitano a dare maggiore verosimiglianza agli oggetti, ma consentono allo spettatore di immergersi in tali rappresentazioni e di interagire con esse. Dai modelli CAD – sviluppati prevalentemente nell'ambito professionale dell'ingegneria e dell'architettura – fenomeni come Second Life stanno aprendo al grande pubblico la possibilità di costruirsi realtà tridimensionali e di interagire con esse. Anche l'evoluzione delle mappe geografiche resa possibile da iniziative come Google Earth e sue evoluzioni rende possibile una nuova lettura e comprensione dei luoghi. Non solo si possono osservare le città a volo d'uccello – dando tra l'altro alle coperture degli edifici una nuova centralità estetica – e giocare con la distanza di osservazione, ma si può addirittura atterrare in specifici luoghi e improvvisamente vedere gli edifici che si alzano, consentendoci di camminare tridimensionalmente in quel luogo.

Una delle nuove frontiere della tridimensionalità sarà però il suo utilizzo nei luoghi pubblici, in primis al cinema. Le nuove tecnologie olografiche o stereoscopiche toglieranno l'esigenza di utilizzare gli occhialini dando agli spettatori una reale esperienza

immersiva dove gli oggetti sembreranno davvero toccarci.

Queste tecnologie aprono straordinarie possibilità espressive e comunicative, ma richiedono nuove capacità narrative. Come ha osservato un famoso regista, noto per i suoi utilizzi degli effetti speciali, George Lucas, «La tecnologia da sola non vuol dire niente. Gli effetti speciali sono solo dei trucchi ben riusciti. Quel che serve è una buona storia: bisogna avere qualcosa di interessante da raccontare. A quel punto ogni tecnologia è buona per ottenere il miglior risultato ... La tecnologia senza una storia è davvero noiosa».

Emergenza di un nuovo esperanto digitale?

La banda larga, consentendo in maniera diffusa la distribuzione di contenuti audiovisivi, apre quindi concretamente nuove frontiere all'espressività e alla rappresentazione della conoscenza. Tali forme comunicative (linguaggi, format narrativi, logiche di interazione...), superando la struttura testuale che ha caratterizzato le origini di Internet, daranno vita a forme espressive contaminate e complesse.

Le complessità e potenzialità legate ai nuovi linguaggi digitali abilitati dalla banda larga richiederanno pertanto uno studio sistematico e continuativo che dovrà fare leva su diversi saperi. Il punto di partenza sono certamente i linguaggi cinematografici e quelli della Rete ma devono essere considerate anche le numerose altre forme espressive non testuali che si stanno gradualmente digitalizzando: fotografia, videogiochi, spot e linguaggi promopubblicitari, arte digitale, contenuti per terminali mobili, fumetti e animazioni, rappresentazione dati complessi, nuovi alfabeti grafico/testuali (come per es, gli *emoticon* e gli *emoji*), ma anche mappe satellitari, motori visuali e realtà immersive come Second Life. I componenti di questo nuovo *corpus* espressivo stanno creando, in maniera indipendente, le proprie grammatiche e retoriche.

Anche i terminali si stanno moltiplicando: non solo TV e schermi cinematografici, ma anche i sistemi domestici di *home-theater*, i lettori MP3, i nuovi palmari, i navigatori satellitari ecc.

È quindi necessario fare emergere un 'esperanto digitale' che possa essere diffuso su molti media differenti e che possa adattare i singoli contenuti alle più diversificate esigenze di comunicazione.

3. Tutto è comunicazione

La smaterializzazione della vita quotidiana

Il settore dei servizi è in continua e inarrestabile crescita. Il fenomeno è costante e visibile da oltre un secolo. Le tecnologie digitali stanno dando un ulteriore contributo a questa tendenza in quanto realizzano una condizione nella quale il reale si integra con il virtuale, creando un *melting pot* esperienziale completamente nuovo. I primi timidi segnali sono sotto gli occhi di tutti, ma il risultato di questa dialettica è ancora da esplorare. Virtuale non vuol dire necessariamente privato della materia e della corporeità. Per esempio,

nel caso delle emozioni fisiche, una loro virtualizzazione spesso implica una compressione del segnale che le rappresenta con l'unico fine di consentirne una trasmissione telematica, nulla togliendo però alla fisicità delle emozioni codificate.

Inoltre, l'anima digitale – sempre più diffusa nei prodotti usati nella vita quotidiana – non è semplicemente un modo per utilizzare in maniera più efficace o personalizzata tali oggetti, ma diviene, di fatto, una vera e propria forma di comunicazione.

Ciò implica che sia sempre meno separabile la progettazione di un prodotto e delle sue prestazioni dai processi di comunicazione di tale prodotto. La comunicazione pubblicitaria viene sempre più integrata – talvolta addirittura sostituita – dalla comunicazione su web o da quella che il prodotto stesso genera durante il suo utilizzo.

L'attenzione crescente dei designer verso le interfacce nasce da queste considerazioni: l'interfaccia non è più solo il luogo dove si attivano le funzionalità del prodotto, ma tende a diventare il luogo dove si scambiano informazioni e comunicazioni fra il prodotto e il suo utilizzatore. Pierre Lévy ha osservato più volte che l'uso sociale di una tecnologia deriva dalla sua interfaccia. In pratica non è il principio costitutivo di una macchina a determinarne l'uso, ma le modalità attraverso cui questo principio viene articolato nel rapporto tra uomo e macchina e cioè nell'interfaccia.

La fabulazione comunicativa: da Don Chisciotte agli avatar di Second Life

La lettura è dai suoi albori considerata una tecnologia da maneggiare con cura e non per tutti. Dal Don Chisciotte, passando per Dante il suo *incipit* del canto di Paolo e Francesca, molti scrittori hanno ritenuto che la diffusione dei romanzi potesse diffondere anche la mania di un rapporto fittizio che non esiste. Madame Bovary è probabilmente il culmine estremo di questo approccio: Emma vive infatti una vita irreali modellata su ciò che sta scritto nei romanzi che ha letto. C'è sempre stata una sorta di paura per i fantasmi che la lettura può risvegliare, fantasmi nocivi per la salute mentale e morale.

Lo storico della cultura Roger Chartier, nel suo *Inscrivere e cancellare. Cultura scritta e letteratura*, ricorda che già nel XVIII sec. la lettura era guardata con sospetto. Anzi l'eccesso di lettura viene «considerato una malattia individuale o un'epidemia collettiva. La lettura senza controllo è ritenuta pericolosa perché unisce l'immobilità del corpo e l'eccitazione dell'immaginazione, provocando così i mali peggiori: ostruzione dello stomaco e dell'intestino, disturbi ai nervi, spossamento fisico ... l'esercizio solitario della lettura porta allo sviamento dell'immaginazione, al rifiuto della realtà, alla preferenza accordata alle chimere. Ne deriva una vicinanza tra eccesso della lettura e masturbazione, perché entrambe le pratiche provocano gli stessi sintomi: pallore, inquietudine, prostrazione».

Oltretutto partendo dalle classiche forme di intrattenimento elettronico quali cinema e TV per arrivare alle modalità immersive tipiche della nuova ondata di tecnologie digitali (videogiochi, Second Life,

ecc.) si assiste a un aumento delle capacità fabulatorie e oniriche di questi mezzi, richiedendo una crescente attenzione da parte dei progettisti, per evitare effetti indesiderati.

Il corpo diventa mezzo e messaggio

In una società che sembra trasformare tutto in virtuale, la dimensione corporea ritorna a essere centrale, quasi per una sorta di bilanciamento fra aspetti spirituali e aspetti materiali. Per esempio la crescente importanza – anche dal punto di vista dello studio e della rilevanza attribuitagli dal pensiero manageriale – della comunicazione extra-linguistica e in particolare il cosiddetto linguaggio del corpo va in questa direzione.

Ma forse il luogo più interessante ed esplicito dove questo recupero del corpo sta avvenendo è nel mondo dell'arte. Le evidenze sono molte: per esempio Man Ray ha realizzato con il collage un'opera dove iscrive parole sul corpo di una modella. Nell'assemblare corpo e parole, egli sviluppa un significato che modifica entrambi: le parole sono composte non solamente da lettere, ma anche da zone corporali della donna trasformate in alfabeto, come se tra gli interstizi di un corpo fossero celate lettere dal significato sessuato. Oppure i casi estremi rappresentati dalle chirurgie plastiche pubbliche di Orlan o dalle performance di Stelarc, considerato il massimo esponente teorico dell'estetica postumana.

Le nuove esigenze dei giovani di comunicare tramite il corpo, non tanto vestendosi in un certo modo, ma utilizzando in maniera diffusa tatuaggi e piercing, risottolinea questa dimensione. L'utopia *cyborg* di fondere la tecnologia con il corpo – che ha visto nel Futurismo una lucida e anticipatoria concettualizzazione – sta uscendo dalle avanguardie artistiche e dall'impegno politico per farsi linguaggio quotidiano.

Un altro protagonista di questa nuova centralità del corpo, visto sia come medium sia come contenuto è certamente la medicina. Le nuove tecniche diagnostiche rendono – come nel caso dell'ecografia preparto – l'indagine un vero e proprio momento di comunicazione e di condivisione collettiva. Il proliferare di questi strumenti diagnostici soprattutto se collegati a sensori permanenti per i pazienti che richiedono monitoraggi continui, sta creando una vera e propria rivoluzione informativa nel mondo della salute dove la comunicazione tempestiva e corretta dei dati clinico-sanitari risulta fondamentale non solo per intervenire correttamente ma anche per analizzare – *ex post* – l'efficacia di specifici farmaci o terapie e poter quindi disporre di dati oggettivi per guidarne il miglioramento.

Paradossalmente anche la più antica – forse archetipica – forma di comunicazione, quella della vita che sta alla base della nostra riproduzione, sta vivendo una vera e propria rivoluzione comunicativa. Il matrimonio tra le scienze chimiche e biologiche e quelle informatiche ha fatto nascere una nuova disciplina, la genomica, che sta mettendo in luce le modalità di quella che possiamo considerare la base generativa di tutte le forme di comunicazione contemporanee: il codice della vita.

La luce sempre più protagonista del racconto urbano

La luce è un materiale poliedrico e straordinario che si presta alle più incredibili applicazioni. È un vero e proprio universo fatto di tecnologie, utilizzi e sensibilità tra le più varie. Le sue utilizzazioni primarie sono sempre stati il fornire energia, e quindi vita, alla natura e illuminare i luoghi bui. Una terza utilizzazione già consolidata nella storia è anche quella di decoro. La luce si trasforma in arredo urbano e caratterizza le città in momenti specifici della loro vita. Pensiamo per esempio alle famose luminarie – in particolare quelle della scuola palermitana, che la tradizione vuole iniziate nel 1752 in occasione del Festino di S.Rosalia.

Ma la luce sta anche diventando un ausilio alla conoscenza (e spiegazione) delle opere d'arte. Per esempio l'iniziativa «Conoscere la forma» allestito nel 2007 presso il Louvre usa la luce per svelare aspetti nuovi di un capolavoro: il Satiro Danzante di Mazara del Vallo. È stato infatti chiesto a tre studiosi di usare la luce per scoprire e illustrare – quasi interpretare – aspetti non immediatamente comprensibili dell'opera. Alain Pasquier, capo del dipartimento di Antichità greche, etrusche e latine di quel museo, ha usato la luce per evidenziare e far uscire alcuni particolari della scultura che non si notano a prima vista. Jean-Luc Martinez, conservatore dello stesso museo, ha invece usato la luce per appiattire la scultura a una forma bidimensionale, trasformandola cioè in una pura silhouette e ha poi fatto emergere la tridimensionalità, con una luce zenitale. Infine Agnès Robert, cantante lirica e ipovedente, ha utilizzato diffusamente luce colorata, più efficace nell'evidenziare particolari e fare emergere i volumi.

La luce può anche aiutare a ripensare gli spazi architettonici, trasformandoli in schermi di pietra; gli esempi sono moltissimi e, via via che passa il tempo, queste applicazioni diventano sempre più sofisticate ed evocative. Un esempio interessante è avvenuto nel 2007 a Firenze, dove sono stati proiettati i disegni originali di Michelangelo sulla facciata – oggi nuda in quanto incompleta – di San Lorenzo; questa realizzazione (voluta da Anna Maria Luisa de' Medici, che aveva lasciato disposizioni testamentarie per il completamento di quella facciata) ha avuto un enorme successo e ha permesso di vestire temporaneamente la facciata.

Se poi la luce si veste non solo di colori ma di bit informativi, le possibilità narrative si moltiplicano. Tra le applicazioni più interessanti, vi sono i cosiddetti ambienti sensibili progettati da Studio Azzurro. La proiezione di contenuti audiovisivi all'interno di spazi architettonici e l'uso di sensori per catturare i movimenti, i suoni, il calore del pubblico consente di creare luoghi di dialogo e di socialità, di scambio e di esperienza, che fanno leva sulla capacità di relazionarsi con la complessità delle tecnologie e dei suoi effetti.

Viste le complessità legate al fenomeno luce, il suo impiego non è banale: servono infatti nuove sensibilità e nuove competenze che stanno a cavallo fra la tecnologia e l'arte, fra il mondo del design e quello del cinema. Bisogna certamente andare oltre l'illuminotecnica, sapere importante ma non più sufficiente per progettare (con) la luce.

La (rinata) centralità della narrazione

Come è noto l'uomo è un essere narrante. Il raccontare noi stessi è un aspetto costitutivo del vivere e spesso – come la psicoterapia ha dimostrato – un elemento essenziale del processo di cura. La narrazione della nostra vita, l'autobiografia, diviene quindi una risorsa per la mente, una vera e propria educazione al sentire in quanto addomestica, placa la nostra interiore solitudine, la rende interessante ed epica. Disse una volta Elias Canetti: «Oh, essere un libro, un libro che viene letto con tanta passione!».

La narrazione è oramai uscita dalla sua dimensione mitica e non è più solo oggetto della produzione colta. Sta infatti entrando con prepotenza nel mondo delle imprese, non solo come strumento per una pubblicità efficace, ma anche come parte della cassetta degli attrezzi dei manager. La narrazione è infatti uno degli strumenti più potenti al mondo per ottenere risultati sorprendenti. Per il leader aziendale, la narrazione è orientata all'azione: una forza che trasforma i sogni in obiettivi e quindi in risultati.

La sfida per il narratore del business è riuscire a entrare nel cuore dei suoi ascoltatori, dove vivono le loro emozioni, anche se le informazioni che lui cerca di trasmettere vengono naturalmente dirette verso il cervello. E tutto ciò deve essere fatto nel tempo ipercompresso dei manager d'azienda, per i quali il tempo è certamente una delle risorse più rare: il narratore che non ne ha rispetto dovrà pagare un caro prezzo.

Anche nell'era contemporanea, così cinica e autocentrata, le persone vogliono comunque continuare a credere in qualcosa più grande di loro. Per questo motivo il narratore può giocare un ruolo vitale offrendo loro uno scopo in cui possono credere e a cui possono dedicarsi.

Bibliografia

Richiesta all'autore il 9.1.08

| TECNICA | LINGUAGGIO DELLA RETE | LINGUAGGIO EPIGRAFICO |
|--|---|---|
| <i>uso delle iniziali di parole o espressioni molto usate</i> | IMHO (In My Humble Opinion) | V (Vir), D.M. (Dis Manibus); DSPF (De Sua Pecunia Fecit) |
| <i>abbreviazioni di espressioni "rituali"</i> | WYSIWYG (What You See Is What You Get) | CEBQ (Cineres Eius Bene Quiescant); QDERFPDERIC (Quid De Ea Re Fieri Placeret, De Ea Re Ita Censuerunt) |
| <i>creazione di "nuovi alfabeti" usando la dimensione fonica della lettera</i> | 4U (For You) B4 U (Before You); f2f (face-to-face); CUL83 (See You Later) | VII V (Septemvir) |
| <i>giochi di parole con le abbreviazioni</i> | TOCOTOX (TOo COmplicated TO eXplain); NIMBY (Not in my back yard) | DOM (Deo Optimo Maximo) SPQR (Senatus Populusque Romanus) |