



Notizia

Artigiani del digitale

Un libro snello e veloce che suggerisce un percorso verso il digitale **anche per le piccole e medie imprese, quelle che ancora con difficoltà si destreggiano in un mondo per larga parte ancora sconosciuto.**

Andrea Granelli fornisce spunti concreti per rendere il 2.0 compatibile con la cultura artigiana, strettamente correlata all'imprenditoria italiana.

15/11/2010, [Libri](#), [Commenti](#)



Il libro di **Andrea Granelli** vuole essere una sorta di manifesto per le piccole e medie imprese ICT: incomprese, indifese e non rappresentative in quanto non (ben) rappresentate. Il suo obiettivo è infatti descrivere in maniera più autentica e non stereotipata il fenomeno del digitale in Italia per identificare delle ricette concrete e coerenti per un suo rafforzamento e rilancio.

Il punto di partenza è un tema scottante e irrisolto: il bassissimo livello di adozione delle tecnologie ICT presso le piccole e piccolissime imprese e, per capirne le cause, la rivoluzione del digitale viene riletta da una diversa angolazione. Quello che ne esce è una comprensione più profonda del fenomeno che evidenzia anche alcune "false letture" (che diventano spesso tenaci stereotipi) che hanno accompagnato – anzi continuano ad accompagnare (soprattutto sui media) – il suo racconto.

Il software è sempre più un condizionatore culturale e non solo procedurale (le opzioni di default, il concetto di "errore" come devianza dalla norma procedurale, la flessibilità predefinita a tavolino, ...) e l'assenza di una cultura digitale italiana sfavorisce la diffusione di "buone pratiche" nate dai contesti produttivi che ci sono tipici; anzi al cultura 2.0 – che sembrerebbe dare pienezza di potere all'utente – rischia di diventare uno specchio per le allodole in quanto certamente aumenta la sensazione di indipendenza all'interno di un sistema che però è completamente pre-vedibile (e pro-gettato): un sistema cioè interattivo spacciato per interagente.

Inoltre – ricorda Granelli – la tecnologia va molto "al di là della tecnologia stessa" nel suo potere condizionante e ha anche dei lati "oscuri" che vanno compresi e gestiti e non semplicemente ignorati. E – pur essendo un appassionato delle nuove tecnologie, si trova in questo libro nella posizione paradossale di mettere in guardia dai lati oscuri (normalizzazione culturale, omogeneizzazione procedurale, oblio digitale, illusione di globalizzazione, ...) per combattere un neopositivismo dilagante che diventa sempre più acritico.

Quello che emerge è che il fenomeno del digitale è molto più articolato e incompreso di quanto non si pensi e i suoi confini non coincidono con quanto misurato dalla ricerche di mercato o definito dalle associazioni di categoria; questa "imprecisione" di perimetro rischia di non far cogliere ai decisori tutte le dinamiche competitive del settore e di ridurre l'efficacia delle azioni di sistema (sia quelle per proteggere il mercato sia quelle per irrobustirlo e dargli una prospettiva più internazionale).

Inoltre la ancora insufficiente penetrazione del digitale nelle piccole e medie imprese italiane e fra i professionisti è in larga parte responsabilità di come i fornitori di soluzioni ICT (e soprattutto i grandi operatori) ascoltano i clienti, strutturano l'offerta e organizzano le modalità di commercializzazione, supporto e assistenza.

Viene anche sottolineata l'importanza sia della prossimità (non solo fisica ma legata a empatia e "intimità") fra utente e progettista che delle interfacce (e più in generale del design applicato al digitale), snobbate dalla cultura ingegneristica che le considera dei banali – anche se necessari – "pulsanti" che permettono di attivare il vero cuore del sistema: l'algoritmo.

Analizzando in dettaglio il concepimento, progettazione e gestione delle

Archivio

- 2010
- 2009
- 2008

Agenda

MedCom 2010

Catania, 19 – 20 novembre 2010

Comunicare per vincere

Catania, 18 novembre 2010

[Tutti gli appuntamenti »](#)

Fonti Rp

- [Links](#)
- [Libri](#)
- [Riviste](#)
- [Documenti](#)
- [Tesi di Laurea](#)
- [Dizionario RP](#)

Il Magazine delle Relazioni Pubbliche
Mensile con notizie, interviste e approfondimenti dal mondo RP
[Scarica il pdf »](#)

Ferpinet è un network di soci, un network professionale. Puoi condividere informazioni, opinioni e conoscenze.
[Scopri il network »](#)

■ [Notizie Ferpi](#)■ [Agenda](#)■ [Attività](#)■ [Formazione](#)■ [Magazine](#)■ [Notizie RP](#)

- ... [Ambiente](#)
- ... [Corporate](#)
- ... [Eventi](#)
- ... [Formazione](#)
- ... [Investor Relations](#)
- ... [Internazionale](#)
- ... [Management](#)
- ... [Media](#)
- ... [Public Affairs](#)
- ... [Immagini](#)
- ... [Libri](#)
- ... [Internet](#)

■ [Fonti RP](#)■ [Sala Stampa](#)

Newsletter

La settimana Ferpi nella tua casella e-mail

[Registrati »](#)

Iscriviti

Entra nel mondo Ferpi e scopri i vantaggi per i soci

[Come »](#) [Perché »](#)

Sondaggio

In che modo la comunicazione elettronica ha migliorato i rapporti personali?

[Esprimi la tua opinione »](#)

soluzioni digitali, appare evidente che il progettista deve mettere insieme in maniera armonica molti ingredienti tecnologici: dispositivi, sensori, algoritmi, contenuti e interfacce. In questo assemblaggio la sua azione è più simile a quella di un artigiano che non a quella di un operaio in catena di montaggio. Il tema non è quindi aumentare la produttività dei programmatori o creare metodologie iper-strutturate che riducano al minimo i gradi di libertà (spesso ritenuti "errori") del progettista per impedire variazioni sul tema. Ma piuttosto adattare la tecnologia al contesto (non solo operativo ma anche culturale), "sedurre la forma" per usare una bella espressione coniata da Lévi Strauss nel descrivere il mestiere artigiano.

I punti di contatto con la cultura artigiana sono infatti molti. Ad esempio la manutenzione – riparazione nel linguaggio artigiano – aspetto strutturale e non accidentale delle applicazioni digitali. E allora si spiega anche il titolo del libro – **Artigiani del digitale** – che mette insieme due concetti solo apparentemente contraddittori.

E poiché il tessuto imprenditoriale italiano è imbevuto di cultura artigiana, questa è certamente una ottima notizia per l'Italia. D'altra parte questa dimensione del digitale, questa sua vicinanza al design più che all'ingegneria era già nota in Olivetti dove era diventata una pietra angolare dell'azienda.

L'aver richiamato grandi designer come Sottsass, Bellini e Nizzoli a lavorare per Olivetti non era né artificio comunicativo né estetismo decadente, ma vera e propria "strategia di business" che puntava a creare prodotti non solo distintivi e belli, ma anche facili da usare e intuitivi. Ad esempio Sottsass, chiamato a rendere "più comprensibili" i rivoluzionari prodotti tecnologici della Olivetti, affermò: "si deve trovare una nuova forma che, per sua natura, sia più simbolica e meno descrittiva". I risultati di questa strategia si videro subito: nel 1954, infatti, la Olivetti vinse il premio del design "Compasso d'oro" con la macchina da scrivere portatile Lettera 22 progettata da Nizzoli.

In chiusura il libro mette a nudo la vacuità e inutilità di alcune proposte di rilancio del settore generate da interessi particolari o da un imperante positivismo tecnologico: l'estensione della larga banda a tutto il Paese, la rottamazione dei PC, gli incentivi per l'acquisto del decoder della TV digitale terrestre o la "consegna" a Internet del Premio Nobel per la pace.

Artigiani del digitale

Come creare valore con le nuove tecnologie

di Andrea Granelli

Luca Sossella Editore, 2010

pp. 114, € 12,00

Commenti

[Scrivi un commento](#)