



19 ottobre, 2010

Artigiani del digitale. Come creare valore con le nuove tecnologie.

Di Andrea Granelli. Prefazione di Patrizia Grieco e un dialogo con Giulio Sapelli

Luca Sossella Editore.

ICT – istruzioni per l'uso. Questo libro parte da un problema – il bassissimo livello di adozione delle tecnologie ICT presso le piccole e piccolissime imprese – e, per capirne le cause, rilegge la rivoluzione del digitale 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.

Analizzando in dettaglio la progettazione delle 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 – scrive Andrea Granelli consulente esperto di informatica - 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), “sedurne 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 noi. 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.