

ALCUNE CONSIDERAZIONI DA :



*Prefazione di Riccardo Viale
Postfazione di Andrea Gavosto*

IL TEMA DELLA RICERCA

La larga banda sta abilitando (e soprattutto abiliterà) nuovi contenuti/servizi e nuove modalità (più personalizzate) per fruire contenuti “tradizionali” come film e programmi televisivi. Ma il suo successo dipenderà dal fatto che i suoi utenti utilizzeranno le sue potenzialità anche per **comunicare, esprimersi, condividere conoscenze ed esperienze**. Uno dei temi chiave per lo sviluppo della larga banda – e oggetto di questa ricerca – è pertanto:



“quali forme espressive (linguaggi, format narrativi, logiche di interazione) verranno diffuse dalla larga banda nelle sue varie istanze (ADSL/fibra, UMTS, DTT, cinema digitale, ...)” ?

I MESSAGGI PRINCIPALI DEL LIBRO

- I. La comprensione del fenomeno digitale va molto al di là del dominio tecnologico. Richiede **competenze multi-disciplinari e in particolare una profonda conoscenza dell'uomo.**
- II. La previsione degli utilizzi del digitale e la relativa progettazione di servizi e contenuti non si deve limitare a scandagliare il futuro ma richiede una **continua ri-lettura del passato.**

METODOLOGIA ADOTTATA

- I. Le possibilità tecnologiche che ci riserva l'immediato futuro: **foresight tecnologico "attorno" alla banda larga.**
- II. Le capacità espressive già utilizzate (e sopite per un po'): **riflessione sulle forme espressive non-verbali** (potenzialmente usabili con la banda larga).
- III. **Alla ricerca dei "segnali deboli" sui futuri utilizzi.**
- IV. **Le esigenze profonde dell'uomo e il suo funzionamento:** desideri, paure, aspirazioni e i "principi di funzionamento" dell'uomo contemporaneo.
- V. **Best practices e cose che stanno già accadendo.**

DAL TESTO AI LINGUAGGI VISIVI

- Un testo ha un inizio, una fine e un percorso obbligato di lettura; un'immagine no. Inoltre l'immagine può essere ingannevole.
- 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 anche un valore emozionale: "La linea orizzontale è fredda e quella verticale è calda" (Kandinski: *Punto, linea, superficie*).
- L'analisi delle immagini può consentire una comprensione del profondo di chi le ha create.
- I colori veicolano anche un messaggio subliminare: dalla *Teoria dei colori* di Goethe fino al film Dick Tracy di Walt Disney (ad es. il giallo è il colore dei buoni).



**Aumenta il potenziale espressivo e
diventano possibili letture "multiple"**

IMMAGINI, CREATIVITA' E APPRENDIMENTO

- Einstein diceva che la **maggior parte delle sue idee nascevano con l'aiuto di immagini mentali**, ancora prima che attraverso un qualche tipo di teorizzazione verbale o matematica.
- «Quando ho cominciato a scrivere storie fantastiche non mi ponevo ancora problemi teorici; l'unica cosa di cui ero sicuro era che **all'origine d'ogni mio racconto c'era un'immagine visuale**...» Appena l'immagine è diventata abbastanza netta nella mia mente, mi metto a svilupparla in una storia, o meglio, sono le immagini stesse che sviluppano le loro potenzialità implicite, il racconto che esse portano dentro di sé» (Italo Calvino).
- Per Konstantin Stanislavskij, nel teatro, **le parole del testo si traducono creativamente in immagini interiori** che hanno la doppia funzione di far ricordare il testo e di tradurlo in immagini corporee vive ed efficaci; una vera e propria fisiognomica teatrale, dove le caratteristiche fisiche e le qualità morali e psicologiche si traducono immediatamente le une nelle altre.

QUALCHE SUGGERZIONE DAL PASSATO (RECENTE): IL DIGITALE “NARROW BAND” MUTA I LINGUAGGI

L'uso tradizionale del testo si è fortemente modificato con la diffusione delle tecnologie digitali:

- La forma lineare narrante si trasforma in ipertesto.
- I paragrafi si trasformano in aforismi e forme brevi (chat, SMS, Televideo, ...).
- Le parole si comprimono, perdendo le vocali eufoniche e utilizzando fonemi (**THX** = Thanks ; **CUL83** = See You Later).
- Nascono le punteggiature emozionali - gli emoticon :-) :-(



**I media condizionano e (ri)definiscono i format espressivi
("il mezzo è il messaggio")**

QUALCHE SUGGERZIONE DAL PASSATO (ANTICO): IL LINGUAGGIO EPIGRAFICO

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)

LA TECNICA MODIFICA L'UOMO ... E "CREA" NUOVE PAURE: L'AVVENTO DEL LIBRO

«... fidandosi dello scritto richiameranno le cose alla mente non più dall'interno di se stessi, ma dal di fuori, attraverso segni estranei»
(Platone, Fedro, 275a).

«Nel XVIII secolo il discorso si trasferisce all'ambito medico e costruisce una patologia dell'eccesso di lettura, considerata 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».

(Roger Chartier - storico della cultura - *Inscrivere e cancellare. Cultura scritta e letteratura*)

LE FORME DEL LINGUAGGIO COME FATTORI SIGNIFICATIVI DELLA PSICOLOGIA INDIVIDUALE

Sono state analizzate – tramite interviste etnografiche in profondità costruite ad hoc per questa indagine – le **pratiche di utilizzo della banda larga**, non solo da parte del consumatore medio, quanto da utenti in grado di intercettare in anticipo le tendenze e caratterizzati da una forte proattività nell'utilizzo di tali tecnologie.



1. **descrivere la fenomenologia** di un evento in continua evoluzione che interessa la relazione uomo-macchina nel vivere quotidiano;
2. **intercettare i cambiamenti intervenuti** attraverso l'utilizzo del computer e delle sue evoluzioni d'uso, nella nostra dimensione esistenziale privata, e (financo nella nostra intimità) nel nostro mondo mentale.

L'INTERVISTA ETNOGRAFICA

Fra i possibili metodi di ricerca sul campo, si è deciso di scegliere l'intervista etnografica perché risponde a una duplice esigenza:

1. come altri metodi di intervista **consente di soddisfare un bisogno conoscitivo puntuale, rispettando un determinato limite temporale**, e ovviando a limiti concettuali e logistici che impediscono di utilizzare metodologie di osservazione pura, eccessivamente dispendiose in termini di tempo e caratterizzate da una totale apertura degli obiettivi conoscitivi (l'osservazione presuppone un interesse per il gruppo sociale in esame o per un fenomeno, piuttosto che per un oggetto o uno strumento specifico);
2. come i metodi etnografici, **permette di ridurre considerevolmente il "fattore di disturbo" costituito dai più formali setting di intervista** (es. il luogo di lavoro o lo studio del ricercatore), poiché prevede, entro un lasso di tempo definito, momenti di osservazione dei rispondenti all'interno del loro habitat.

L'INTERVISTA ETNOGRAFICA: VANTAGGI METODOLOGICI

1. **mettere a punto**, con l'aiuto dei rispondenti, **un "racconto consapevole" della banda larga**. Interpellando gli utenti della banda larga, infatti, è stata data loro la possibilità di esprimere il loro punto di vista circa:
 - le routine quotidiane che caratterizzano l'utilizzo di questo strumento;
 - i vissuti, le aree di soddisfazione e di insoddisfazione;
 - la percezione delle sue potenzialità oggi e nel futuro;
 - le aspettative nel breve e medio termine;
2. **osservare le dinamiche di utilizzo della banda larga in divenire;**
3. **osservare** (scegliendo le abitazioni dei rispondenti come setting dell'intervista) **le azioni, le abitudini, le strategie degli utenti della banda larga all'interno di un ambiente *naturale***, al tempo stesso, minimizzando l'effetto di disturbo costituito dall'intervista, per sua natura intrusiva, e appunto poco *naturale*.

VERSO LE NUOVE TOPOLOGIE DELLA MENTE

1. Al primo punto la **velocità**, che sembra rappresentare il primo dei comuni denominatori, la costante posta al centro della scelta e delle relative opportunità offerte dalla banda larga.
2. Al secondo il **sincretismo**: la duttilità e la poliedricità dello strumento informatico che ha trovato proprio nella velocità, uno dei primi e migliori alleati per la diffusione della banda larga e di Internet.
3. Al terzo il passaggio dalla passività (televisiva per esempio) al bisogno, da parte dell'individuo, di ritrovare una **posizione attiva** al fine di restituire alla mente una funzione propositiva e di scelta nei confronti degli oggetti che fanno parte del suo scenario di vita, delle sue necessità, dei suoi interessi e del suo piacere.
4. Come quarto fattore il bisogno di **estendere il più possibile l'orizzonte dell'informazione** e dell'acquisizione di dati di interesse personale. La possibilità di accedere a sempre nuove fonti e ad una gamma sempre più estesa di informazioni.
5. Complementare a questo è il **desiderio di ricevere e inviare messaggi** e di intercettare così una gamma sempre più estesa di soggetti da collocare all'interno del proprio mondo comunicativo-relazionale.
6. Di derivazione diretta da questo è il **bisogno di espressione della propria identità** (intima) in relazione ad altri.
7. Ed infine, last but not least, le forme, i tempi e i luoghi della **memoria**.

PRIME EVIDENZE: BISOGNI “PRIMARI” GENERALIZZATI

- Aumento del tempo libero.
- Esplosione delle informazione e del “rumore di fondo”
- Digitalizzazione progressiva degli “oggetti quotidiani”.
- Stanchezza cognitiva e frammentazione del tempo di attenzione
- Crescente senso di anonimato e massificazione.
- Allungamento della vita media e frammentazione del nucleo familiare



Bisogni emergenti

- Il “media enrichment” dei servizi tradizionali
- Il racconto autobiografico
- Il “mettersi in mostra” nel villaggio digitale globale
- I riempitivi del tempo libero e la fuga dalla realtà
- Apprendere e ricordare con più efficacia e meno costi
- Il collezionismo digitale
- Il caring dell’anziano “distante”.

MACRO-APPLICAZIONI DIFFUSE

BISOGNI	MACRO-APPLICAZIONE "DIFFUSA"
<ul style="list-style-type: none"> . la gestione dei flussi comunicativi personali . la protezione dal digital noise e information overload 	Personal Communication Center
<ul style="list-style-type: none"> . autoespressione (giovanile) e costruzione identitaria . il "mettersi in mostra" nel villaggio digitale globale . il collezionismo digitale . il racconto autobiografico (e la creatività/produzione artistica come cura) 	Personal Digital Space ("Digital Self")
<ul style="list-style-type: none"> . "vendere" prodotti, servizi e luoghi tramite Internet 	Visual Commerce Platform
<ul style="list-style-type: none"> . competere nella società della conoscenza 	Professional Digital Space ("Digital Office")
<ul style="list-style-type: none"> - trovare e scambiare contenuti 	- Search & Exchange Engines
<ul style="list-style-type: none"> - creare contenuti 	- Sottosistemi di Content Management
<ul style="list-style-type: none"> - diffondere contenuti 	- Sistemi di "ad hoc" Publishing
<ul style="list-style-type: none"> . i riempitivi del tempo libero (hobbies, giochi) e la fuga dalla realtà . il "fitness della memoria" 	Object On Demand
<ul style="list-style-type: none"> . apprendere e ricordare con più efficacia e meno costi . il <i>caring</i> "personalizzato" dell'individuo 	Help & Support environment

CONSIDERAZIONI FINALI

L'USO DELLE IMMAGINI (anche in movimento) apre nuovi scenari alla rappresentazione: oggi siamo solo agli inizi.

- *«Non vi possono essere parole senza immagini» (Aristotele)*
- *«I don't think we've seen any cinema yet. I think we've seen 100 years of illustrated text» (Peter Greenaway)*

Grazie a una nuova metodologia sono state identificate UN SET DI NUOVE APPLICAZIONI che soddisfano i bisogni emergenti

... MA PER COGLIERE QUESTE OPPORTUNITA'

1. Servono **NUOVE COMPETENZE** (e NUOVE "SENSIBILITA'") da introdurre nei team di marketing e progettazione
 - Guardare al passato per cercare suggestioni e "anticipazioni".
 - Comprendere in profondità l'uomo "modificato" dalla società digitale.
 - Avere una grande sensibilità estetica e profonda cultura visiva (anche relativa ad altri media).
 - Conoscere anche discipline umanistiche: antropologia, semiotica, "narrazione", ...
2. Servono **NUOVE METODOLOGIE** per la progettazione di applicazioni digitali
 - Nuove segmentazioni (nuovi modi per guardare l'utente).
 - Integrazione della componente digitale con quella simbolica e con quella fisica (il device, il luogo di fruizione, ...).
 - Rilevanza delle interfacce, degli stili di interazione e della narrazione ...
 - ... e soprattutto importanza della CULTURA DI DESIGN per sintetizzare questa molteplicità di input e opportunità in contenuti e applicazioni effettivamente utili e intriganti.

RUOLO DEL DESIGN

Il **design** (il “nuovo” design) è oggi centrale ad ogni riflessione sull’innovazione e non più solo momento finale (*styling* o *finishing*) di un prodotto o servizio



good design is to create experiences, not just products. Now it's changing the way companies innovate