

Bottle

01/50 *Genesi*

di Paolo Peraro

02/50 *Questa sera a cena:
la tecnocrannia*

di Cristian Confalonieri

03/50 *Alter Eco*

di Alessia Mistretta

04/50 *Tradizione, traduzione,
tradimento: l'epoca fintage*

di Paolo Ferrarini

05/50 *Fenomenologia di un'idea*

di Michele Rho

BCotleg

La scrittura innalza il livello di consapevolezza

Un progetto a cura di
Cristian Confalonieri & Paolo Peraro

Progetto a cura di / Cristian Confalonieri e Paolo Peraro
Art Direction / Studiolabo
Grafica / Giulia Gasperini
Impaginazione / Giulia Gasperini
Editor / Benedetta Marazzi
Sito web / Salvatore Rizzello

www.bootlegexperiment.it

Sommario

1/10

1/50

Genesi

di Paolo Peraro

2/50

Questa sera a cena: la tecnocrannia

di Cristian Confalonieri

3/50

Alter Eco

di Alessia Mistretta

4/50

Tradizione, traduzione, tradimento:

l'epoca fintage

di Paolo Ferrarini

5/50

Fenomenologia di un'idea

di Michele Rho

PAOLO PERARO / paolo.peraro@behook.it
Founder & Partner Hook srl e Co-curatore Bootleg

Genesis

Siamo ben oltre la metà del concerto, siete in piedi da molto tempo e le gambe vi fanno male. In altre situazioni avreste anche mal tollerato le pressioni e gli spintoni dei vostri vicini di esperienza. Ma non ora. Al contrario ora vorreste restare qui ancora parecchio tempo, almeno fino a che tutti i vostri pezzi preferiti saranno stati esauditi. Siete nel momento di interregno tra un pezzo e l'altro.

Quel momento in cui si cambiano velocemente gli strumenti e in cui il frontman prova a tentennare qualche parola nella lingua del paese ospitante.

Siete nel momento che precede il momento magico.

Quello per cui avete pagato il biglietto. Quando il basso intona le prime flebili note della canzone e una parte del pubblico, solo una piccola parte, riconosce la melodia e ribatte con delle urla. Siete doppiamente felici. Innanzi tutto di vivere questo momento. Poi, ricordando di avere con voi un registratore acceso, felici della possibilità di poterlo rivivere.

Quello che state creando in quel registratore è una vostra interpretazione dell'esperienza.

Un'interpretazione inevitabilmente influenzata dalla vostra posizione e da chi vi sta attorno.

Per questo è differente da tutte le altre.

Nessuno in questo concerto, anche con un registratore identico al vostro, potrà creare un qualcosa di identico a voi.

Quello che avete creato è differente dall'album uscito dallo studio e differente dal live commercializzato dai canali

ufficiali.

Quello che avete creato è solo vostro. Vostro e delle persone con cui vorrete dividerlo.

Quello che avete creato è un Bootleg.

Cosa è Bootleg

Bootleg è una rivista, è un sito, è un libro. Oltre ad altre diverse conformazioni che può assumere.

È, in sostanza, è un esperimento editoriale. Un esperimento formato da 50 saggi scritti da altrettanti autori: professionisti del settore design, moda, comunicazione, arte e psicologia.

50 persone che, a nostro giudizio, hanno il “registratore acceso”. Hanno cioè gli strumenti per comprendere e rielaborare la realtà che stanno vivendo.

L'altra condizione fondamentale per poter creare un Bootleg è “essere in mezzo al pubblico”. Agli autori non è richiesta solo competenza verticale di un contenuto, è richiesta anche l'esperienza della progettualità del quotidiano. Devono essere quindi professionisti che esercitano in forma pratica la materia di cui scrivono.

Com'è nato Bootleg

Premessa 1: dove vanno i contenuti

Nell'universo della produzione di contenuti è da tempo sempre più visibile un trend piuttosto preciso. Possiamo definirlo frammentazione o unbundling. L'esempio più eclatante è quello dell'industria discografica. Fino a qualche anno fa il contenuto discografico tipico era l'album, mentre ora è il singolo brano, a cui si può accedere in modalità autonoma e indipendente. Il pezzo dell'album che tempo fa era parte di un insieme è ora un prodotto che vive di vita propria.

Questo fenomeno è osservabile in tutti i campi che riguar-

dano la produzione di contenuti.

Passiamo ai programmi televisivi. Un programma dal successo globale come X-Factor rappresenta entrambe le fasi. Nasce come prodotto intero per la serata televisiva e dal giorno successivo viene frammentato in singole brevi performance che cammineranno con le loro gambe nell'universo del web.

Il prodotto cinematografico che una volta era rappresentato all'interno di un canonico slot di 2 ore viene ora dilatato in un tempo maggiore, ma successivamente frazionato in una serie di puntate da qualche decina di minuti ciascuna.

La frammentazione colpisce anche il mondo editoriale. Le versioni online dei giornali contengono articoli più brevi, strutturati e progettati per la lettura online. L'aspetto più interessante è però il viaggio di ritorno; ovvero notare come anche le versioni cartacee dei quotidiani si sono adeguate a questi modelli. Sinteticità dei messaggi, utilizzo di tipografia, di immagini e di grafica che vanno a imitare i modelli digitali.

Una forma di comunicazione legata strettamente allo sviluppo di internet è il blog; e anche i contenuti qui prodotti corrispondono a questo stesso modello.

Definiremo “orizzontali” tutte queste conformazioni di contenuto appena citate.

A questa visione si contrappone una forma di conoscenza e di produzione di contenuti più tradizionale che definiremo “verticale”. L'esempio più rappresentativo sono i libri, prodotti editoriali che sono detentori massimi di un tipo di conoscenza differente, che costringe ad esplorare ed approfondire dovendo però rinunciare alla possibilità di cavalcare trend attuali.

“Bootleg è una rivista, è un sito, è un libro. Oltre ad altre conformazioni che può assumere.”

Premessa 2: dove va il cervello

Le caratteristiche della conoscenza orizzontale si adattano perfettamente alle nuove configurazioni del cervello umano, capace di sovrapposizioni e di collegamenti orizzontali prima impensabili, ma che sta diventando incapace di mantenere una concentrazione profonda su un singolo tema.

Come descrive Carr nel libro che ha maggiormente ispirato il progetto Bootleg “La mia concentrazione inizia a scemare dopo una o due pagine, divento irrequieto, perdo il filo, comincio a cercare qualcos’altro da fare. (...) L’immersione profonda che prima mi risultava naturale oggi è diventata una lotta”.

La molteplicità di stimoli ha alzato l’asticella dello stato di percezione della noia. Seguiamo un programma televisivo twittando i nostri commenti, guardiamo un film componendo sms. Diverse ricerche ci raccontano come il cervello umano si senta sempre più attratto dall’overstimolazione. Le televisioni all-news si sono già adattate da tempo a questa configurazione, inondando lo schermo di stimoli differenti che intrappolano la nostra attenzione. Non di rado su questi canali siamo abituati a vedere un contenuto video primario affiancato da grafiche illustrative con l’aggiunta di una striscia di notizie ultim’ora in scorrimento e un’altra striscia di quotazioni borsistiche.

In futuro anche il linguaggio del cinema cambierà in questa direzione: una storia sarà raccontata da due o più punti di vista trasmessi contemporaneamente su uno schermo. Già alcune serie televisive come “CSI” o “24” stanno adottando, seppur timidamente, questo linguaggio.

Risulta intuitivo e anche confermato da prove empiriche

che la quantità di stimoli contemporanei non è proporzionale alla quantità di informazioni apprese e ricordate; i risultati migliori delle prove sono stati invece realizzati da tester che hanno recepito segnali monostimolo.

È altresì provato che la stimolazione multicanale, dove si uniscono elementi verbali, immagini e video, può rafforzare l’apprendimento. A patto che sia ben progettata per tale scopo. Gli esempi sopra descritti non possono però essere citati come modelli di eccellenza; l’obiettivo della CNN, d’altronde, non è insegnarci qualcosa ma evitare di farci cambiare canale.

Sentite queste premesse, la domanda che potremmo ora farci è quella sulla positività o meno di questo cambiamento. Si tratta di un’evoluzione o di un’involuzione? È da preferire la conoscenza verticale o quella orizzontale? Sarebbe limitante prendere una posizione netta, sicuramente dipende dal tipo di contenuto che stiamo affrontando e dalla finalità che abbiamo verso di esso. Il lettore potrà sofisticare la propria opinione con l’aiuto della bibliografia che dona spazio a entrambe le opinioni.

Per sottolineare come sia complicato prendere posizione in questa dicotomia, ritorniamo sempre sull’esempio più facile: la musica.

Oggi conosciamo 100 gruppi musicali, mentre anni fa la nostra conoscenza si limitava a una decina. E questo è da considerarsi un valore indiscusso.

Dovremmo però aggiungere che oggi la conoscenza di questi gruppi è superficiale, conosciamo solo qualche pezzo di ognuno e potremmo appena riconoscerne genere di appartenenza e influenze. Al contrario tempo fa eravamo in grado di riconoscere evoluzioni artistiche della singola band vissute anche in periodi ristretti. L’interesse

“Bootleg vuole essere il punto d’incontro simbolico fra questi 2 modelli cognitivi, attingendo da entrambi in una studiata incoerenza.”

di un album vissuto come percorso poteva sicuramente esprimere al meglio i messaggi e stati d’animo degli autori rispetto a un singolo brano.

Anche questo è un valore indiscusso.

Così come lo è il piacere di presagire già le note di intro di Jeremy, mentre ancora suonano quelle finali di Black.¹ Per un ascoltatore vintage questi due contenuti sono indissolubilmente legati da un riflesso condizionato, così come la salivazione dei cani di Pavlov.²

Per un ascoltatore moderno i contenuti non hanno invece alcun legame.

Dall’impossibilità di trovare una posizione netta è quindi nato questo esperimento chiamato Bootleg.

Bootleg vuole essere il punto d’incontro simbolico fra questi 2 modelli cognitivi, attingendo da entrambi in una studiata incoerenza.

I cinquanta saggi saranno on-line, ma non leggibili su schermo. Saranno citati nei social network, ma non sarà possibile nessun tipo di interazione 2.0.

La forma che assumerà Bootleg sarà mutevole nel tempo: webzine nella fase iniziale, libro nella fase finale. Aggregazioni monografiche simili alle playlist di YouTube nella fase intermedia.

L’aspetto da rimarcare è che Bootleg è un prodotto frazionato e unico allo stesso tempo.

I saggi faranno parte di un percorso, la cui evidenza sarà sottolineata anche dalla numerazione dei saggi stessi, così come dal progetto grafico delle copertine.

Come si legge Bootleg

Premessa 1: il canale influenza il tipo di scrittura

È intuibile e indiscutibile. Questo fenomeno viene descritto anche da un autorevole scambio tra Friedrich Nietzsche e l’amico compositore Heinrich Koselitz citato da Carr: “I miei pensieri in musica e lingua spesso dipendono dalla qualità della carta.” – “Hai ragione, i nostri strumenti di scrittura hanno un ruolo nella formazione dei nostri pensieri”.

Premessa 2: il canale influenza il tipo di lettura

È altresì provato che il livello di immersività e la capacità di concentrazione sono differenti se leggiamo un testo sfogliando delle pagine cartacee o scorrendo dei paragrafi su uno schermo.

Certo, il contenuto è identico; così come è identico il suono che esce dagli strumenti musicali del concerto. È il modello di registratore a essere diverso. Gli stimoli sensoriali e percettivi dei due tipi di lettura sono completamente diversi, così come lo è di conseguenza il processo cognitivo. Dopo queste premesse, le istruzioni per leggere Bootleg dovrebbero essere come quelle progettate per l’uso di strumenti hi-tech destinati ai digital natives: non necessarie.

Ad ogni modo, per i feticisti del libretto di istruzioni si rimarcano i due unici punti chiave: isolarsi da ogni forma di distrazione esterna e leggere Bootleg solo da un supporto cartaceo.

Perché Bootleg

All'iniziativa abbiamo dato il nome di Bootleg per 2 motivi.

In primis proprio a simboleggiare il punto di unione tra i processi cognitivi tipici della lettura tradizionale (Book) e quelli dei contenuti online (Web blog). Inoltre, proprio per il significato storico del termine. Col termine bootleg si intende generalmente "un prodotto editoriale prodotto in violazione delle leggi sul copyright"; la parola è diventata un verbo ed un aggettivo usati per indicare rispettivamente "l'azione del contrabbandare e l'oggetto contrabbandato".

Nel nostro caso viene distribuito Bootleg semplicemente perché il prodotto originale non è mai stato ufficialmente o sufficientemente commercializzato, il nostro oggetto contrabbandato è il sapere.

Se state leggendo queste righe siete parte dell'esperimento. Siete lettori, sperimentatori, trafficanti.

Note **1/50**

¹ Si fa riferimento all'album Ten dei Pearl Jam (1991)

² Si fa riferimento agli studi e agli esperimenti dello scienziato Ivan Pavlov sul riflesso condizionato

Bibliografia **1/50**

Alessandro Baricco, *I Barbari. Saggio sulla mutazione*, Feltrinelli, Universale Economica, 2008

Nicholas Carr, *Internet ci rende stupidi?*, Raffaello Cortina Editore, 2011

Maggie Jackson, *Distracted: The Erosion of Attention and the Coming Dark Age*, Prometheus Books, 2009

Steven Johnson, *Everything Bad Is Good for You: How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter*, Riverhead, 2005

Luigi Proserpio, *Comportamenti digitali. Essere giovani ed essere vecchi ai tempi di internet*, EGEA, Cultura e società, 2011

CRISTIAN CONFALONIERI / www.studiolabo.it

Founder Studiolabo srl e Co-curatore Bootleg

Questa sera a cena: la tecnotirannia

Era da giorni che si parlava della cena da Cristian. L'appuntamento era fissato come di consueto per le venti e trenta: alla spicciolata arrivarono quasi tutti all'ora stabilita, qualcuno addirittura in anticipo di mezz'ora per preparare un antipasto svedese recuperato al market dell'ikea.

Alle nove mancava solo Roberto. Nell'attesa, davanti al cibo confezionato by Ikea, iniziarono i chiacchiericci, le voci a sovrapporsi, la musica di sottofondo perdere di definizione, e nel trambusto solo Milena era intenta a sfogliare pagine web in cerca della ricetta per l'anatra all'arancia.

Con il ritardo di Roberto che aumentava, l'eccitazione iniziale del vedersi dopo molto tempo lasciò il posto alla fame e alla stanchezza della settimana lavorativa appena conclusa. Alessia e Paolo diventarono silenziosi: gli occhi puntati sul cellulare e le dita intente a scrivere qualche messaggio. Thomas chiese il titolo della canzone in sottofondo, ma neppure Cristian la conosceva seppur era il suo computer a riprodurla, la traccia su iTunes era una anonima track4, solo con Shazam arrivarono a stabilirne il titolo corretto e una lettura veloce su Wikipedia presentò il gruppo musicale fino a quel momento sconosciuto.

Roberto finalmente arrivò e la cena assunse il consueto tono conviviale: confidenze e racconti si alternavano a ricordi passati, a contorni di verdura e vino bianco. Prima del caffè iniziarono a fantasticare una prossima vacanza tutti insieme, magari in Marocco con l'obiettivo di passare una notte nel deserto. Ma farà freddo? sì certo, ma quanto freddo? Il ricordo scolastico sull'escursione

termica non permetteva di avere una indicazione precisa, Benedetta cercò su Google dal suo iPhone e in tempo record comunicò che la temperatura notturna nel deserto può raggiungere i -30 gradi, questa notizia non rallegrò molto la compagnia.

L'amaro a fine cena era un rito del gruppo, di solito gli argomenti principali a questo punto erano stati snocciolati e saliva in cattedra Patrizio che mostrava un paio di video trash trovati su YouTube.

Era il momento in cui qualcuno sdraiandosi sul divano cedeva al sonno, e qualcun altro organizzava il post cena via chat.

Caro lettore, stai ancora leggendo o anche tu ti sei lasciato distrarre dalla tecnologia che ti circonda? La cena sopra descritta è un racconto che non ha nessuna particolarità e ritmo, tanto meno colpi di scena e probabilmente non farebbe da incipit a nessun romanzo di successo, ma è vivendo scene simili che è nata l'idea del progetto Bootleg. A volte dopo una cena del genere o una riunione di lavoro, o viaggiando in metropolitana, mi è sorto un piccolo malessere che non capivo fino in fondo e che, forse, oggi ho razionalizzato in una domanda: quanto ci influenza la tecnologia che ci circonda? O meglio, l'accessibilità sconcertante alle informazioni di ogni genere, quanto influenza i meccanismi del nostro cervello? Un'altra sensazione fastidiosa, che mi invadeva spesso, era constatare l'appiattimento del delta tra conoscere e non conoscere. Tra il sapere e l'ignoranza.

La conoscenza è di due tipi: o un argomento lo conosciamo e le informazioni relative a quell'argomento le ritroviamo nel nostro cervello oppure non conosciamo l'argomento ma sappiamo con precisione dove andare a cercare le informazioni riguardo ad esso.

Internet è un bacino potenzialmente infinito di informazioni, va da sé che la seconda accezione di conoscenza, appena descritta sopra, oggi sia automatica e disponibile a chiunque in qualsiasi momento. Una vera e propria memoria esterna accessibile in tempo reale. Internet è facile e rapido e se non trova la risposta che cerchiamo riesce sempre a soddisfare le nostre voglie immediate. E la comodità, si sa, fa presto a diventare un'abitudine. Nasce così il paradosso che siccome l'informazione è accessibile con un semplice smartphone, archiviare informazioni nel nostro cervello diventa una perdita di tempo. Conoscere in profondità un argomento di conseguenza è un'attività lasciata solo agli studiosi, agli scienziati, a chi ha voglia e tempo di leggere, scrivere, condividere, ascoltare... ma senza questo tipo di conoscenza la nostra mente si annienta, si intorpidisce come un normale muscolo del braccio che non viene mai utilizzato.

La mente se non viene nutrita di informazioni non è più in grado col tempo di creare connessioni ricche e complesse e strettamente personali che danno origine all'intelligenza umana.

Torniamo per un attimo alla cena descritta nell'incipit. Quando Benedetta comunica che nel deserto di notte la temperatura è -30°, la curiosità dei presenti viene sfamata, ma con poche eccezioni nessuno si ricorderà questo dato nei giorni a seguire. L'informazione che noi raggiungiamo attraverso la consultazione di un sito web e che al-

legramente diffondiamo ai partecipanti della cena, se non viene elaborata in maniera profonda rimane nella nostra mente solo qualche secondo. Se non c'è attenzione la memoria non è in grado di trasformare un'informazione in un ricordo persistente.

L'informazione rimane nella così detta "memoria di lavoro", cioè quella memoria in grado di trattenere l'informazione per un tempo limitato, spesso coincidente con il tempo in cui rimanete concentrati sul contenuto dell'informazione stessa.

Se qualcuno vi comunica un indirizzo a voce, voi lo ricorderete il tempo necessario per scriverlo sullo smartphone o su un foglio di carta, ma in quel mentre se qualcun altro vi rivolgerà la parola, tac! voi perderete l'informazione dell'indirizzo che stavate per scrivere. La "memoria di lavoro" è molto limitata a differenza della "memoria a lungo termine" che è praticamente infinita. Alcune ricerche psicologiche (Alan Baddeley nel 1986 e Nelson Cowan nel 2001) sostengono che la "memoria di lavoro" può gestire ed elaborare al massimo quattro item, per item si intende una informazione o un gruppo di informazioni, non è un caso che i numeri di telefono statunitensi vengano rappresentati in tre item: 712-569-4532.

Esistono numerosi studi scientifici che cantano le lodi del nostro cervello, quale strumento infinitamente sotto sfruttato e potentissimo. Eppure la tecnologia è il nuovo credo.

Spesso ho sentito questa domanda: Per quale motivo dovrei imparare a memoria una strada se possiedo un navigatore? Ma il prezzo che noi paghiamo per sentirci comodi e agiati è l'alienazione.

“Il web è una tecnologia della dimenticanza”

Fromm definisce l'alienazione come una forma di auto-estranamento. Durante la cena sopra descritta c'è sempre un momento in cui uno dei commensali si estranea: chi per chattare, chi per cercare una informazione o chi per divertirsi “lontano da dove si trova”.

Certo, non tutti quelli che chattano in mezzo alla gente sono alienati, ma davvero non vi sorge qualche dubbio che tutta questa tecnologia intellettuale non ci stia allontanando dalle altre persone e soprattutto dal nostro cervello?

Il cervello non è mai pieno a differenza di un hard disk e, inoltre, più si riempie, meglio funziona: più informazioni facciamo nostre, maggiore è il nostro bagaglio di ricordi e più diventiamo intelligenti.

In “2001 Odissea nello spazio”, Kubrick è profeta: quando ci affidiamo totalmente alle macchine (per totalmente si intende che affidiamo alle macchine il ruolo di mediatore tra noi e il mondo), è la nostra intelligenza che viene appiattita rispetto all'intelligenza artificiale a cui attribuiamo sempre e comunque una valenza umana: la trattiamo come se fosse una persona e non un insieme di codici e bit da comandare a nostro piacimento.

La macchina non è una persona e non ci conosce!

Quando navighiamo on-line seguiamo delle istruzioni scritte da altri, una ricerca su google non è nient'altro che una istruzione: a tale domanda corrisponde tale risposta. La ricerca online è semplicemente un rapporto causa/effetto. Se tutto il nostro sapere risiedesse su internet dovremmo essere coscienti che il nostro sapere è legato ad una equazione matematica. Ma non solo. Il nostro profilo di facebook è stato creato seguendo delle istruzioni (scrit-

te da Mr. Zuckerberg) e ora ci rappresenta e addirittura ci sentiamo rappresentati!

Umberto Eco sostiene che “Internet è una grande memoria ma l'intelligenza consiste nel saper scegliere”, ma per poter scegliere è necessario avere delle informazioni, cioè avere cultura. Se manca questo, Internet diventa un cassetto da cui raccogliere il necessario per il momento, senza sapere e nemmeno domandarsi, se in fondo al cassetto, o in un'altra stanza, c'è qualcos'altro di meglio.

Nicholas Carr sostiene che: “Il web è una tecnologia della dimenticanza. L'uso del web rende più difficile fissare i ricordi nella memoria biologica, quindi siamo obbligati ad affidarci sempre di più alla capiente memoria artificiale della rete, anche se questo rende il nostro pensiero più superficiale.” “Internet sta deviando i nostri traccati vitali e diminuendo la nostra capacità di contemplazione, il che altera la profondità delle nostre emozioni, oltre che dei nostri pensieri.”

Estremizzando con un paragone potremmo dire che la cultura (simboleggiata dalla risposta trovata on-line) viene trattata nella cena raccontata all'inizio del capitolo alla stregua dell'antipasto o di un bicchiere di vino. Ingurgitata e relegata in un angolo. Dimenticata dopo pochi secondi.

Anche il sapere è quindi un bene di consumo? Secondo Zygmunt Bauman ogni cosa è un bene di consumo. Bauman nella sua teoria della “vita liquida” è convinto che ci preoccupa il timore di essere colti alla sprovvista, di non riuscire a tenere il passo di avvenimenti che si muovono velocemente, di rimanere indietro; di conseguenza vivia-

mo una vita precaria, vissuta in condizioni di assoluta incertezza: “la sindrome consumista” ha posto il valore della novità al di sopra della durata.

Ma la cultura richiede tempo.

“La cultura punta, se così si può dire, più in alto di qualunque cosa passi, in un determinato momento, per “realtà”. I prodotti culturali non sono fatti per essere usati-consumati sul momento o per dissolversi in un processo di consumo istantaneo”.

Se fossimo a cena andremmo su Wikipedia e leggeremmo che la cultura viene definita come “quel bagaglio di conoscenze e di pratiche acquisite ritenute fondamentali e che vengono trasmesse di generazione in generazione”.

Leggete bene: “trasmesse di generazione in generazione”, ciò significa che se affidiamo all’esterno la nostra memoria, la cultura avvizzisce.

È da questa lunga premessa che nasce Bootleg.

Se non l’avete già fatto, stampate il testo che state leggendo e allontanatevi dall’iPhone, dal pc, dalla tv per quanto tempo riuscite. Non è una fuga, non odiate i fantastici strumenti che la tecnologia ci ha donato. La mia speranza è che troviate qualche spunto di riflessione che vi spinga a produrre il vostro Bootleg, sia esso un testo, un dipinto, un video o semplicemente un pensiero insolito.

Bibliografia **2/50**

Nicholas Carr, *Internet ci rende stupidi?*, Raffaello Cortina Editore, 2011

Zygmunt Bauman, *Vita liquida*, Editori Laterza, I Robinson. Letture, 2006

Erich Fromm, *Avere o essere?*, Mondadori, 1977

Walter Ong, *Oralità e scrittura. Tecnologia della parola*, Il Mulino, Intersezioni, 2008

Giovanni Sartori, *Homo videns*, Editori Laterza, Bari 2000

ALESSIA MISTRETTA / alessia.mistretta@gmail.com
Senior Consultant nell'ambito della consulenza
e formazione Manageriale

Alter eco

Alter-Eco è la storia di tutto ciò che rimane di noi quando si spengono i riflettori della "network life out". Fuori da chi? Fuori da cosa? Cosa succede a quell'altro sé che resta appeso ai fili dell'alta tensione dell'anonimato? Fatta di tutte le note di un eco è la vita-ombra di quel che resta, quando resta, dopo le pubbliche narrazioni di sé. L'atto finale del dramma della vanità (l'individuo drogato dal bisogno di vivere vite multiple, sfruttando la virtualità dei social network) scopre una dialettica ormai estinta tra ciò che "sembra" e ciò che "è". La rivoluzione digitale esaspera il sentimento primordiale dell'uomo: la paura di finire, di morire che, in questa nuova cybercrazia, si trasforma nell'angoscia di non esistere abbastanza, già in vita.

Bisogna sembrare alti per non sembrare bassi. Bisogna sembrare belli per non sembrare brutti. Bisogna sembrare straordinari per non sembrare ordinari.

"Sembrare" diventa sinonimo di "essere" nel grande mare della comunicazione in rete e quando si è in rete, si sa, si è in trappola.

La lista di ciò che è necessario fare o avere o essere non ha mai fine e bisogna non essere (o non sembrare, appunto...) un sacco di altre cose, per poter Essere.

Benvenuti, accomodatevi pure, si va in scena con un motivo antico.

To be or not to be... (social).

Morire, dormire.

Dormire. Sognare, forse...¹

Stasera si recita a soggetto.

Perché l'oggetto non esiste, è un'invenzione.²

Lo sterminato numero di social network e lo sterminato utilizzo che se ne fa, mi fa riflettere su questa dialettica storica fra soggetto e oggetto con un dubbio atroce: verrà spazzata via come polvere?

Non vuole esser un gioco lezioso, ma siamo in tanti, credo, affezionati a quella dialettica, perché da essa sono nate la storia dell'universo, la storia del mondo, la storia dell'individuo, la storia delle cellule, la storia delle emozioni e sono nate perché quella danza tra "è e non è" ha garantito

“Ciascuno può sembrare bello, bravo e buono, in rete; nessuno vuole sembrare brutto, mediocre o infame. Meno che mai, normale.”

movimento, evoluzione, nuove sintesi da superare. Ma la virtualità dei social network crea proiezioni, non essenze e mette quindi a tacere la danza degli opposti. Attraverso i network della rete ciascuno proietta quello che vorrebbe fosse il proprio “è” e il proprio “non è” che, in realtà, sono piuttosto un “sembra” e un “non sembra”, apparenze su cui spesso si costruiscono convinzioni, posizioni, azioni.

Ciascuno può sembrare bello, bravo e buono, in rete; nessuno vuole sembrare brutto, mediocre o infame. Meno che mai, normale.

Dai social network scompare la categoria della normalità, per lasciare il passo agli eccessi, nel bene e nel male.

Quali sono gli effetti di questo grande depuratore dell'esperienza?

Come ne escono aspetti fondanti dell'esperienza come la comunicazione, la relazione, l'emozione?

I social network sono semplici, sono pratici e sono comodi e per questo diventano una piattaforma di possibilità: per chi studia, per chi lavora, per chi viaggia, per chi è in pensione e pure per i loro contrari.

Ma non è questo l'effetto a cui mi riferisco.

Penso alle meccaniche tra uomini: siamo sicuri che anche qui c'è bisogno di semplificazione?

E dall'osservatorio della mia esperienza, diretta e indiretta, ma anche di un bel pò di ricerche e statistiche, il dubbio lievita, diventa amletico, appunto.

Blog e social network hanno conquistato in modo deciso gli italiani (e non solo): la quota dei nostri connazionali che li frequenta (86% di tutti gli internauti) ha superato il dato statunitense (79%)³.

I ricercatori della Facoltà di medicina dell'Università di

Tel Aviv⁴ hanno dimostrato lo sviluppo di anomalie e disadattamenti legati all'uso coatto di social network e parlano del moltiplicarsi di fenomeni di vera e propria dipendenza da facebook e simili, capaci di arrecare anche disturbi psicotici alle persone che abusano di questi strumenti.

La filosofia ci ha abituati a pensare che se il soggetto è l'essenza, il pensiero, l'Io Puro⁵ che pensa, vuole, teme, accetta, rifiuta, ambisce; dall'altra deve esserci qualcosa che è pensato, voluto, temuto, accettato, rifiutato, ambito e cioè l'oggetto, l'elemento concreto, la materia.

E sappiamo pure che un oggetto è tale solo in rapporto ad un soggetto, e viceversa. L'uno non può esistere prescindendo dall'altro⁶.

Ma come ci regoliamo, noi, oggi, dal momento in cui il soggetto e l'oggetto sembrano diventare solo un gioco di riflessi?

Echi, appunto...

Come facciamo a distinguerli, se non sappiamo più con certezza che da una parte c'è un soggetto che desidera e dall'altra un oggetto desiderato?

È come se qualcuno, di notte, avesse tolto tutti i cartelli stradali e i semafori dalle vie.

Cosa succede, quindi, alla città virtuale che trasforma questi codici?

Non c'è niente di reale, fisico, concreto...

Non c'è nemmeno niente di spirituale, razionale, trascendentale, per la verità.

C'è il virtuale, il simulato, il possibile.

E c'è perché essere “social” è la conditio sine qua non, punto di partenza e di arrivo, unica possibilità di esistere

per il soggetto e per l'oggetto, dove il soggetto è l'utente (o piuttosto la sua proiezione) e l'oggetto è il vedente (o piuttosto la sua proiezione), che giocano a guardie e ladri, sempre, ovunque, con chiunque ma sempre in modo solipsistico.

Ma chi cerca la guardia, se il ladro è virtuale?

E da chi fugge il ladro, se la guardia è una proiezione?

La questione è che senza questa condizione, cioè essere social, il rischio è di non essere, nel senso di non esistere per una fetta piuttosto grande di mondo e di cose che fanno mondo: relazioni, emozioni, situazioni, partecipazioni, condizioni, informazioni...

To be or not to be.

Morire, dormire.

Dormire. Sognare, forse...

Ma quali sono i sogni che ci aspettano?

Questo è il dilemma: se Amleto si interroga sul senso da dare alla scelta di vivere (ha senso sopportare i dolori del vivere per evitare l'horror vacui⁷ di quanto c'è o non c'è dopo la vita), i social network intendono offrire, forse, una risposta, una via di fuga, un'anestesia?

Tentativi tutti di rimanere a galla rispetto alla paura più antica dell'uomo: di finire, non esserci più, di scomparire, non essere più visibili, un giorno.

Tormento che si trasferisce dalla vita in sé, alle relazioni. L'antropologia ci racconta che quando una persona di una civiltà primitiva aveva un problema si recava dallo sciamano e, una tra le prime domande che lui faceva a chi chiedeva il suo aiuto, era: "Chi non ti ha voluto oggi?"

Essere respinti è la radice del male. Peggio: passare inosservati, essere invisibili. La questione del riconoscimento è centrale. La sua assenza decreta la morte in vita del soggetto. È come rimanere chiusi nello sgabuzzino mentre di là impazza la festa di tutti per tutti.

"Non è che ho paura di morire. Solo che non voglio esserci quando accadrà" era l'esorcismo personale di Woody Allen: non esserci per non sentire che male farà andare da soli verso il vacuum, mentre tutti restano al di qua.

La rete dei social network offre la vertigine del contrario: l'Eco continuo della festa, anche quando la festa è finita; il rumore di sottofondo garantito, anche quando intorno a noi c'è un silenzio non necessariamente chiesto; la garanzia che si può allontanare di continuo il confronto con quel vuoto, perché tanto c'è sempre un pienone assurdo nell'universo social; è un'assicurazione a vita contro la solitudine da cui sembra necessario scappare (e che così facendo si coltiva estesamente...); è un'anestesia ad libitum, che rende più insensibili al reale, bello o brutto che sia perché tanto c'è sempre una possibile second, third o tenth life da inventare, da costruire, da modificare per ottenere i risarcimenti legati a quella parte di first life che riflette la nostra non sempre confortante normalità; è un make up che resiste all'acqua e agli anni, grazie ad un mix geniale che crea la realtà ma mistificandola qua e là con una rapida operazione di marketing; è una carezza sempre pronta che non si deve esplicitamente chiedere e si può dare o negare quando si vuole, ma solo virtualmente e fuori da qualsiasi contesto.

La carezza è l'unità di riconoscimento sociale per Eric Berne, fondamentale per appagare e risolvere il bisogno

di contatto fisico dei neonati⁸.

In questa economia di carezze, appare ancora più chiara la posizione del bisogno umano di scambiarle⁹, il ciclo di domanda e offerta.

Per tutti i social networker la carezza è una dose sempre disponibile di conferme, di riconoscimenti, di approvazioni (la curiosa questione degli "I Like"...) o del contrario esatto, di smentite, di attacchi, di aggressioni (la singolare democrazia del "commenta, posta, tagga, twitta, clicca, linka"...) che diventano necessari per continuare ad essere, ad esistere perché qualsiasi tipo di carezza è meglio di nessuna carezza.

Ed è questa disponibilità che continua a inquietare...

Chi non mi ha voluto, oggi?

Ma quindi sono o non sono?

Esisto, non esisto o resisto piuttosto?

Da qui, la frenesia di partecipare alla social life, assicurandosi riscontri, pena l'horror vacui, l'Alter Eco, la voce assordante di tutto quanto giace chissà dove, eclissato, mascherato, coperto dall'Eco di quella danza febbrile di presenze virtuali.

To be or not to be.

Morire, dormire.

Dormire. Sognare, forse...

Ma sognare di Essere cosa, poi?

Cos'è l'"essere"?¹⁰

Sui social network si può scegliere se nascere e se morire ma anche di non nascere e di non morire mai; si può fingere di essere o non essere e indipendentemente dal

fatto che questo sia un gesto, un atto, un fatto fisicamente determinato.

E lo si può fare con un'istantaneità che fa paura, in un'incontinenza di azione e reazione che non prevede filtri, elaborazioni, permessi.

E lo si fa in pubblica piazza, annientando ulteriori forme di dialettica tra privato e pubblico, intimo e plateale, personale e sociale.

È forse questa l'idea della cullata immortalità, eternità?

O è l'ennesimo proclama della rifiutata precarietà, finitezza?

Nel degustare le portate di questo banchetto esistenziale, sembra superata anche la questione fra l'avere e l'essere¹¹, perché il gioco della virtualità non premia né chi ha né chi è, piuttosto chi genera la narrazione più popolare di ciò che ha e di ciò che è. Provare a distinguere l'avere dall'essere, in questo contesto, rischia di diventare inesorabilmente sterile, lezioso, come giocare a guardie e ladri e accorgersi che si è tutti in prigione.

Chi ha e chi è sono entrambe posizioni superate per l'uomo virtuale.

A cosa apre possibilità tutto ciò?

Non ho certo risposte esaustive, ma ad oggi sappiamo che le ricerche più recenti non usano troppi giri di parole, piuttosto acronimi raccapriccianti, per affrescare il nuovo DSM dei dilemmi e dei profili emotivi creati dalla rete.¹²

E quanto più l'Eco del sistema diventa assordante, tanto più si può distinguere con chiarezza l'Alter Eco di tutto quanto la rete scarta, fa tacere, eclissa.

La narrazione di ciascuno, nel dedalo dei social network, è fatta di continui fermo-immagine che rubano istanti al

“È un’assicurazione a vita contro la solitudine da cui sembra necessario scappare...”

real network per farli diventare eccezionali, memorabili, eterni? Di certo condivisibili (come se niente avesse più un senso per sé, ma solo se è in rete...) e così facendo li sottrae all’anonimato di quella vita reale che intanto scorre nei restanti frammenti rimossi, evitati dal grande racconto sociale.

Quante volte si postano, taggano, linkano foto o video o situazioni ordinarie? Dove vanno a finire le singole normalità (e sub-normalità), sui social network? Come mai non “vive” anche l’anima banale, nell’anima mundi della rete? Il “normale” è il luogo comune della vita in cui prosperano anche gli spaccati di bruttezza, ordinarità, piattezza, brutalità che ciascuno coltiva.

Di nuovo: che fine fanno, allora, il brutto, il mediocre e l’infame?

Che fine fanno tutte le smagliature dell’anima, del viso e dei fianchi?

Tutti questi fuori scala inaccettabili si possono facilmente far scomparire, eliminare, nascondere, negare. Basta un click e con un click polverizzare anche l’idea di un Altrove che in questa dimensione social non serve più.

L’Altrove inteso come quel luogo collocato in un altro tempo e in un altro spazio a cui tendere, a cui rimandare un progetto, un desiderio, il sogno ultimo, quello da custodire ad ogni costo per non pensare che il senso di tutto sia finito in ciò che nella quotidianità facciamo e consumiamo.

È una conversazione privata che non si sveste in pubblico, perché non esiste Qui ma Altrove, appunto.

È la casa di cura dei pensieri malati e delle emozioni atrofizzate in cui guarisce l’“atteggiamento lirico”¹³ di cui vive l’anima del poeta.

Quella sottile, accarezzata, protetta linea di confine, disegnata nell’intimo del nostro universo emotivo e psichico, tra l’appartenere ai significati di adesso e il desiderio di fuggirvi lontano, verso qualcosa ancora da conquistare, ancora da divenire, oltre la definizione di ciò che è, nella direzione di ciò che potrebbe essere o che sarà, danza di narrazioni non condivise, non taggate, non postate, ma protette nell’intimità, nella soggettività, nell’essenza di quell’Alter.

I risultati dello “State of the Media: The Social Media Report 2012” – Nielsen Holdings N.V. – testimoniano che dopo l’utilizzo dei social network si filtrano il 76% di emozioni positive, il 24% neutre e il 21% di emozioni negative. Il tempo speso sui social network attraverso app scaricate sui cellulari è aumentato nel corso del 2012 del 63%, se paragonato allo stesso periodo del 2011.

Il 41% dei possessori di tablet e il 38% di chi possiede un cellulare utilizza i propri device mentre guarda la TV, per motivi diversi: chattare, fare shopping, approfondire i contenuti trasmessi in tempo reale dalla TV.

Così muore l’Altrove.

Ma come inizia la storia di Eco e di Alter Eco?

Un giorno Eco, stanco di stare da solo con le solite voci attorno, decise di proporre ad Alter Eco di giocare a guardie e ladri.

Alter Eco, per un lunghissimo tempo, era stato sopito da una pozione che lo aveva fatto dormire per anni e anni, a seguito di una scommessa persa con Eco. I due decisero di giocare dividendosi in due squadre, nonostante fossero solo in due, certi che i rispettivi gruppi si sarebbero popolati col rimbombo prodotto dalle loro voci.

“Tutti questi fuori scala inaccettabili si possono facilmente far scomparire, eliminare, nascondere, negare.”

Delimitarono il campo da gioco con una linea bianca tracciata a terra, alle cui spalle collocarono la “prigione”. Le “guardie”, rappresentate dalla squadra di Eco, si misero in un angolo del campo, mentre i “ladri”, composti dal gruppo di Alter Eco, si sparpagliarono ovunque.

Al segnale, le guardie si lanciarono all’inseguimento dei ladri cercando di prenderne il maggiore numero possibile. Ogni ladro toccato da una guardia, secondo le regole, sarebbe stato portato in prigione, dove sarebbe rimasto confinato, con la sola possibilità di tendere la mano verso gli altri compagni di squadra che, senza farsi prendere, avrebbero dovuto toccare la mano del prigioniero per liberarlo.

Alter Eco finì presto sotto le grinfie di Eco e andò per direttissima in prigione.

Da quella posizione poteva solo emettere dei suoni che permettessero al gioco di continuare e ad Eco di continuare a dare la caccia a qualcosa.

Fu così che iniziò a intonare strani versi: qualcuno sembrava un pianto disperato, qualcun altro aveva i tratti di un sorriso isterico, altri versi assomigliavano ai conati che provoca la nausea, mentre altri ancora si potevano descrivere come un sinistro silenzio, di quelli che, come si dice, produce un rumore assordante... C'erano versi di una collera rabbiosa, altri erano il ritratto dell'infelicità, qualcuno assomigliava al ghigno del disinganno. Uno era di certo il respiro impazzito dell'ansia e quello che seguì somigliava tanto all'aria spezzata dalla paura. Vennero dopo il ritmo frenetico dell'inquietudine e la goffaggine dell'imbarazzo.

Eco correva all'impazzata, sfinito dal continuo comparire di nuovi ladri da acciuffare ed erano tutti velocissimi e furbissimi al punto che sembrava impossibile prenderli. Povero Eco, così stupido era stato?

Lo conosceva, eppure, Alter Eco, sapeva che di lui non

c'era da fidarsi. La sua vita era stata così tranquilla negli anni del lungo sonno di Alter Eco, forse troppo, beata tutto sommato anche se noiosa e adesso, invece, si disperava per aver voluto che finisse quel momento di noia che lo stava trascinando alla follia.

Si narra che, da quel giorno in poi, la noia uccise e la follia condusse alla libertà.

Note

3/50

¹W. Shakesperare – Amleto (The Tragical History of Hamlet, Prince of Denmark) 1600/1602 – Monologo Atto III, scena I

²“Oggettività tra parentesi” con cui si definisce la “realtà” come un percorso cognitivo (universo) estratto all’interno di altri percorsi cognitivi possibili (multiversi), che pone tra parentesi la pretesa di un’oggettività da descrivere indipendentemente da chi la osserva (Maturana, H.R., Varela, F.J., 1987, L’albero della conoscenza, Milano, Garzanti)

³ Report di “State of the Media: The Social Media Report” di Nielsen che esplora i cambiamenti in atto nel panorama dei social media, le modalità di interazione dei consumatori con questi strumenti e le piattaforme digitali che ne trainano l’utilizzo

⁴ Sackler Faculty of Medicine, col coordinamento di Uri Nitzan e dal Shalvata del Mental Health Care Center, hanno pubblicato il loro studio sul ‘Journal of Psychiatry and Related Sciences’, dimostrano in una loro ricerca che, in contemporanea alla diffusione capillare dell’accesso a Internet, si sono sviluppate psicopatologie associate come “Internet addiction” e delusioni relative alla tecnologia e alle relazioni virtuali. «Tutti i pazienti hanno sviluppato sintomi psicotici come delirio e rabbia collegati alla persona frequentata virtualmente», ha spiegato Nitzan.

«I rapporti virtuali provocano l'esperienza di un paradosso: diventare intimi con persone che non incontriamo mai faccia a faccia. Un fattore che contribuisce alla rottura con la realtà e allo sviluppo di stati psicotici», ha concluso.

⁵ I. Kant – Critica della Ragion Pura - 1781

⁶ G. W. F. Hegel – Fenomenologia dello Spirito - 1807
Aristotele – Fisica – IV secolo a.C.

⁷ Eric Berne, "A che gioco giochiamo", Bompiani, Milano, 1967 (ed. orig. 1964), cit. pg.16

⁸ Renè Spitz - "Hospitalism, Genesis of Psychiatric Conditions in Early Childhood", in Psychoanalytic Study of the Child, International Universities Press, New York 1945, I, 53-74; tr. It. Armando, Roma. L'autore osservava che bambini, ospedalizzati oppure orfani, anche se ben nutriti, tenuti al caldo e puliti, sviluppavano problemi fisici ed emotivi in misura significativamente più alta del gruppo di controllo composto da bambini allevati dalle loro madri o da altri che si prendessero cura di loro con sollecitazioni tattili e sensoriali. I bambini del primo gruppo spesso venivano lasciati soli e soffrivano della mancanza delle cure, del contatto fisico e delle coccole, che normalmente i neonati ricevono dalle loro madri. I disturbi evolutivi, che avevano origine da una tale deprivazione, potevano spingersi fino ad una forma di patologia che Spitz denominava depressione anaclitica (sindrome dell'abbandono), per la quale il bambino poteva lasciarsi andare e deperire finanche alla morte.

⁹ M. Heidegger – Essere e Tempo - 1927

¹⁰ E. Fromm – Avere o essere? 1977 - "La modalità dell'esistenza secondo l'avere non è stabilita da un processo vivente, produttivo, tra soggetto e oggetto; essa rende cose sia il soggetto che l'oggetto. Il rapporto è di morte, non di vita"

¹¹ T. Cantelmi - L'era digitale e la sua valenza antropologica: i nativi digitali. 2010 - "La rivoluzione digitale è tale perché la tecnologia è divenuta un ambiente da abitare, una estensione della mente umana, un mondo che si intreccia con il mondo reale e che determina vere e proprie ristrutturazioni cognitive, emotive e sociali dell'esperienza, capace di rideterminare la costruzione dell'identità e delle relazioni, nonché il vissuto dell'esperire. Come per ogni innovazione tecnologica, accanto agli cybersex addiction, compulsive on line gambling, cyber relationship addiction, MUDs addiction, information overload addiction. E ancora: come interpretare il diffusissimo fenomeno del cybertravestitismo?"

¹² M. Kundera – La vita è altrove – 1992. "L'età lirica è la giovinezza. Il mio romanzo è un'epica della giovinezza e un'analisi di ciò che io chiamo "atteggiamento lirico". L'atteggiamento lirico è una potenzialità di ogni essere umano e una delle categorie fondamentali dell'esistenza umana. La poesia lirica come genere letterario è antica di secoli, perché antica di secoli è nell'uomo la capacità di assumere l'atteggiamento lirico. La sua personificazione è il poeta".

Bibliografia

3/50

Milan Kundera, *La vita è altrove*, Adelphi, 1992

Erich Fromm, *Avere o essere?*, Mondadori, 1977

Humberto R. Maturana, Francisco J. Varela, *L'albero della conoscenza*, Garzanti, 1987

The Nielsen Group, *State of the Media: The Social Media Report 2012*, The Nielsen Company, 2012

Sackler Faculty of Medicine, col coordinamento di Uri Nitzan e dal Shalvata del Mental Health Care Center, *Are Social Networking Internet Sites a Factor in Psychotic Symptoms?*, *Journal of Psychiatry and Related Sciences*, 2012

PAOLO FERRARINI / www.paoloferrarini.it
Senior researcher Future Concept Lab
Professore a contratto Università di Bologna, Polo di Rimini

Tradizione, traduzione, tradimento: l'epoca fintage

Il fenomeno del vintage è ormai parte del mondo delle estetiche da oltre 30 anni e non ha nessuna intenzione di andarsene. Grafica, arte, moda, design: il passato è più presente che mai.

Oggi assistiamo tuttavia ad una strana mutazione tra passato vero e passato immaginato, tra storia e narrazione, tra fiction e vintage. Il "fintage" è proprio questo: uno ieri che non è mai veramente esistito, un recupero pieno zeppo di dettagli autentici, uno spunto per narrazioni e progetti magicamente orientati al futuro.

Passato, presente e futuro non sono più allineati. La realtà estetica dimostra di essere quasi in sintonia con la fisica quantistica, azzerando le distanze e le differenze tra quello che è successo veramente, quello che sta accadendo e quello che dovrà venire.

Il principio di Heisenberg stabilisce che non è possibile conoscere con esattezza contemporaneamente la posizione e la velocità di una particella, oppure energia e tempo. Ogni momento sulla linea temporale poco alla volta perde i pezzi, ogni fenomeno accelera e si confondono i confini. Dove va la creatività? Dov'è il passato? E qual è l'energia del futuro? Arte, design, moda, alimentazione, architettura, editoria: in ognuno di questi settori diventa sempre più difficile tracciare i confini tra omaggi al passato e richiami al futuro, tra fatto a mano e prodotto in serie, icone di ieri e nuovi classici di domani, tra ieri autentico e domani immaginato.

Il futuro è ancora al centro di ogni forma di innovazione: non per caso la tecnologia che abbiamo tra le mani tutti i giorni sta lavorando sempre di più sulle capacità predittive degli algoritmi.

Lo vedono tutti i giorni milioni di persone mentre compongono i propri testi nelle caselle di ricerca di Google: le parole si completano da sole e compaiono magicamente suggerimenti che anticipano persino il nostro stesso pensiero. Lo stesso avviene nel diario di Facebook, in cui le mille caselline che circondano i nostri pensieri cercano di venire incontro ai nostri interessi presenti e futuri. Si trat-

ta di filtri, di sofisticate operazioni che limitano e selezionano le informazioni, personalizzando la nostra visione di quello che succede in Rete. Come ci racconta bene Eli Pariser in "Il filtro", seppure le intenzioni iniziali siano ottime e condivisibili, oggi diventa sempre più complesso leggere le logiche secondo le quali un tipo di informazione dovrebbe essere per me più o meno rilevante. Chi deve decidere i criteri di selezione? Come possiamo governarli? Dove si può intervenire per determinare la propria personale esplorazione della conoscenza?

Ogni utente della Rete genera contenuto, che lo voglia o no: ogni like, ogni commento, ogni involontario passaggio da un sito ad un altro origina dati, testi, informazioni. Ma spesso siamo noi stessi a mettere dei filtri, a creare attraverso i filtri, in maniera attiva e consapevole. Ad esempio, i nostri occhi tollerano e amano il mondo visto attraverso l'occhio Instagram, la prima app capace di cambiare radicalmente, rapidamente e universalmente il nostro rapporto con i filtri, questa volta fotografici. Allo stesso tempo, ancora oggi nel sentire comune è forte la ribellione all'artificiale visivo, la critica all'eccessivo uso del fotoritocco sulle copertine dei giornali, la polemica sulle pelli troppo lisce, i corpi troppo magri, sull'umano che si perfeziona grazie ad una serie di cure e trattamenti digitali. Eppure Instagram genera (dati di inizio 2013) 40 milioni di immagini al giorno, ovvero quasi 15 miliardi all'anno. Instagram invecchia, "vintagizza" ogni momento fotografato, rendendolo inossidabile al passare del tempo. Ogni suo scatto si "stampa" su un formato quadrato, quello delle vecchie pellicole, un lato per lato distante dai 4:3 e dai 16:9 e dai formati cinema del video. Ogni immagine manca di profondità e la sua definizione

è decisamente bassa, un'apparente regressione rispetto a 3D e HD. Instagram usa l'ottica fissa del telefono, privilegia il particolare e si tiene a dovuta distanza dalle sofisticate composizioni panoramiche che oggi offrono tutti gli apparecchi in grado di fotografare.

Ed ecco che molti vincoli tecnici e un po' di passato si inseriscono nello scatto presente, per catapultarci nel futuro. Tutto nello stesso momento. Una bugia per gli occhi? Una rassicurazione di fronte all'avanzare rapido della tecnologia? Un rifugio dalle troppe informazioni visive? Una reazione all'iperrealismo?

Ma oggi l'estetica passa anche e sempre di più per il cibo. La food scene newyorchese è ulteriore prova di questa tensione: i Mast Brothers hanno creato in pochi anni una tradizione del cioccolato che prima non c'era, aprendo laboratorio e negozio in un vecchio magazzino di Williamsburg, dove vendono barrette di cioccolato avvolte in carte con stampe dal sapore antico. A pochi passi si compra il formaggio al Bedford Cheese Shop, con la netta impressione di entrare in una centenaria charcuterie parigina: ma questo negozio esiste "since 2003". Anche le caffetterie di Stumptown Coffee (la prima aperta a Portland alla fine degli anni '90) sono considerate la vera, genuina, esperienza tradizionale del caffè americano. Il fatto che siano nate da poco più di due decenni non è così rilevante, così come l'arredamento "filtrato" da trattamenti di invecchiamento non è un limite all'autenticità del progetto. Vent'anni sono sufficienti per parlare di tradizione? Non siamo forse di fronte ad una traduzione (il presente che parla la lingua del passato)? Forse siamo addirittura davanti ad un tradimento (un'illusione, un inganno, una messa in scena)?

“Molti vincoli tecnici e un po’ di passato si inseriscono nello scatto presente, per catapultarci nel futuro.”

E in Italia? Se negli ultimi anni un alieno fosse atterrato a Milano ad una sfilata di Dolce&Gabbana, avrebbe immaginato di trovarsi al cospetto di un marchio storico, di una solida azienda giunta alla terza o alla quarta generazione di imprenditori, capaci di dare vita ad una collezione magistrale pensata per ribadire la forza di una tradizione. Ma Domenico Dolce e Stefano Gabbana hanno sfilato per la prima volta nel 1985, senza nessuna eredità stilistica alle spalle. È vero che già da qualche stagione hanno spinto al massimo la retromarcia, andando alla ricerca di fondamenta forti nella sartorialità, nel calcio, nel cinema, nelle immagini più riconoscibili: ma usano la retromarcia per andare avanti, con una Ferrari che non procede in contromano, ma sulla corsia giusta, la coda al posto della testa. E lo dimostra anche il fatto che siano i migliori tra i brand italiani ad usare il web e i social network. Stanno immaginando uno scintillante futuro retroattivo, così come fece Giovan Battista Giorgini nel secondo dopoguerra con le sfilate della Sala Bianca, quando chiese ai nostri sarti di creare una tradizione della moda ispirata ai classici del Rinascimento, per poi invitare gli americani a comprarli. Allo stesso modo Dolce&Gabbana sta creando un passato che fino a ieri non c’era, ma che domani ci sarà. Siamo di fronte ad una copia? Oppure ad una ripetizione differente? Fino a che punto può spingersi l’omaggio al passato? Qual è il confine dopo il quale un tributo diventa plagio? Il mondo della grafica ha rispolverato in anni recenti i manuali di tipografia, ha usato sfondi che richiamano la pergamena e le carte fatte a mano, ha abbandonato il colore per il nero su bianco. Soprattutto nel digitale, ovvero web e app. Soprattutto laddove le possibilità di creare una nuova estetica è più che un’ipotesi, ma diventa quasi

una necessità. Ed ecco che il design delle interfacce si camuffa da carta stampata, arrivando poi ad influenzarla. Un esempio è il lavoro dello studio londinese MinaLima, fondato da Miraphora Mina e Eduardo Lima. I due designer si sono sconosciuti sul set dei film di Harry Potter, dove hanno realizzato tutti i “props” che prevedevano un intervento grafico: mappe, libri, quaderni, locandine, etichette di pozioni, scatole e così via. Ma quando accadono i fatti narrati nei romanzi e nei film della Rowling? In quale epoca vive il giovane mago inglese? Harry, Hermione e Ron sono nostri contemporanei, anche se Hogwarts e i suoi personaggi sembrano sospesi in un passato non meglio identificato tra Medioevo e XIX secolo. Ed ecco che il lavoro certosino di MinaLima è stato proprio quello di stabilire un ponte tra storia e presente, invecchiando, “filtrando” tutto quello che passava dal loro laboratorio. Anche i lavori che hanno portato avanti dopo la fine della saga (editoria, book design, branding, ecc.) vanno in questa direzione e nel loro studio è difficile capire cosa sia vintage e cosa non lo sia.

L’uso dei filtri ci sta trasportando rapidamente in una dimensione che fa coincidere per magia ogni epoca, in cui il presente è antico quanto il passato, la storia si fa nella contemporaneità, in cui il futuro si traveste da tradizione. Un’epoca in cui fiction e vintage si mescolano. Un’epoca “fintage”.

Fintage è un passato riscritto ma non totalmente inventato, un contesto futuribile definito a colpi di “già visto”, un film che racconta la storia di Lincoln trasformandolo in un cacciatore di vampiri, una Polaroid digitale scattata da un visitatore dell’ultima Biennale d’Arte con uno smartphone, l’etichetta di un vino australiano la cui grafi-

“Fintage è un passato riscritto ma non totalmente inventato, un contesto futuribile definito a colpi di “già visto” ...”

ca ricalca le illustrazioni dei libri di Jules Verne, un mobile invecchiato ad arte con il lanciafiamme, una città privata in Guatemala concepita secondo criteri da Rinascimento toscano, un negozio in cui boiserie e oggetti in esposizione vengono invecchiati e impolverati solo con l'uso delle luci, il trailer di Ghostbusters realizzato utilizzando solo spezzoni di film degli anni '50, le tazze di un designer italiano che identificano una catena coreana di boulangerie tipicamente francesi. Fintage è un'idea di futuro che si realizza attraverso il racconto di un passato che non è mai stato.

Tradizione e traduzione si sposano, ma d'accordo nel concedersi qualche tradimento. Si tollera volentieri un piccolo elemento di recupero (idea, pratica, oggetto che sia), che deve però affrontare un processo di ricontestualizzazione. Come accade in un restauro troppo aggressivo, in cui si integrano le parti mancanti, non esiste la necessità di dichiarare dove siano state fatte le aggiunte. La creatività contemporanea sta affrontando il futuro in maniera nuova, con la consapevolezza che il nuovo non deve radere al suolo il passato, che il futuro non è in fondo ad una strada dritta, ma che si trova invece dopo aver affrontato un meraviglioso percorso fatto di curve, inversioni di marcia, soste obbligate, ma anche di quei momenti in cui è bello riposare e godersi il tragitto appena trascorso. E questa mentalità che vuole giocare d'anticipo sul passato (la mentalità dei filtri) è già visibile nella creatività applicata, nel lavoro dei nuovi designer di ogni settore, che spontaneamente pensano oggetti e servizi talmente fantascientifici da sembrare arrivati dal passato, ma così contemporanei da essere senza tempo nel momento esatto in cui nascono.

Bibliografia ***4/50***

F. Morace (a cura di), *Real fashion trends. Il manuale del cool hunter-The cool hunter guide*, Libri Scheiwiller, Future Concept Lab, 2007

M. Minghetti (a cura di), L. Serafini (Illustratore), *Le aziende in-visibili*, Libri Scheiwiller, Testi e ricerche, 2008

F. Morace (a cura di), *Consum-Autori. Le generazioni come imprese creative-Consum-Authors. The generations as creative enterprises*, Libri Scheiwiller, 2008

Fabrizio Fabbri (Autore), Federica Muzzarelli (Autore), J. Alvarez De La Cruz (Traduttore), *Agatha Ruiz de la Prada loves Elio Fiorucci. Arte e moda dalla pop al neopop. Ediz. italiana e inglese*, Silvana, 2011

Fabrizio Fabbri, *Boris Bidjan Saberi. 11*, Atlante, 2013

MICHELE RHO / *michelerho@gmail.com*
Regista & Sceneggiatore

Fenomenologia di un'idea

Una premessa: se siete allergici o detestate la parola Idea in tutte le sue forme, smettete di leggere ora perchè nel seguente scritto apparirà almeno 62 volte.

1.

Avete presente quel momento della vostra vita in cui è importante che abbiate un'Idea? Ci sarà senz'altro stato un momento della vostra vita in cui avevate bisogno di un'Idea. E proprio in quel momento il vostro cervello vi ha tradito lasciandovi soli. Condivido con voi quel senso di inadeguatezza. So come ci si sente e avete tutta la mia comprensione. Avrei voglia di abbracciarvi.

Non sapete quante volte mi sia trovato a scuotere la testa di fronte ad un produttore che mi ha chiesto se avevo una buona Idea, oppure un progetto interessante tra le mani. Quotidianamente sono a caccia di nuove Idee negli angoli più remoti del mio cervello per i film che vorrei realizzare. Lo faccio per lavoro e per sopravvivenza.

Ma cosa succede nel nostro cervello quando abbiamo un'Idea? Come nasce, si sviluppa e si riproduce un'Idea? Come è la vita di un'Idea?

Vivere una vita da Idea non è semplice. È una vita dura, rischiosa e alquanto frustrante. Nel mondo delle Idee c'è un'altissima mortalità, un alto tasso di abbandoni ed una diffusissima tendenza alla depressione. D'altronde è da sempre così. Quando si cerca di aprire nuove percorsi c'è sempre incombente l'ombra del fallimento. Le Idee vivono tutta la loro vita con questo spettro. L'Idea non nasce Idea fatta e finita. Deve compiere un lungo viaggio prima che le sia riconosciuta una propria identità. Ed una volta resa tale non è detto che sia soddisfacente agli occhi degli altri.

“L’idea non nasce Idea fatta e finita. Deve compiere un lungo viaggio prima che le sia riconosciuta una propria identità.”

L’Idea nasce Scintilla, bagliore nella notte, faro nella tempesta dei pensieri del nostro cervello. E da questa condizione primordiale lotta per sopravvivere ed emanciparsi, crescere e diventare per l’appunto Idea.

Avere Idee è un po’ come generare Figli, c’è la stessa casualità. La Scintilla di un’Idea si accende inaspettatamente senza preavviso così come un bel giorno, uno spermatozoo feconda un ovulo. È Madre Natura che decide e noi siamo solo a guardare. Affascinante ma anche un po’ frustrante. Ci si illude di poter pilotare questi processi ma sono soltanto fantasticherie. La creazione non si controlla. Possiamo però aiutarla creando la giusta situazione.

Ecco dunque schiere di futuri genitori pronti ad amreggiare in orari predefiniti con temperature predefinite. Bisogna provare e riprovare per avere Figli e Idee. E soprattutto bisogna avere pazienza. L’uccello e il cervello sono organi sensibili con un’elevatissima componente di stress, quando vanno in blocco sono come una caldaia rotta. Ci vuole il tecnico per farli ripartire.

Io personalmente brillo, cioè genero buone Scintille (embrioni di Idee) quando sono sotto la doccia per un tempo abbastanza lungo oppure quando guido l’automobile con la musica di sottofondo. In quei momenti mi sento fertile, caldo, creativo. Purtroppo quanto più queste condizioni sono particolari e straordinarie tanto più è impossibile ricrearle quando veramente ne hai bisogno. Non sapete quante volte avrei desiderato avere una doccia nella sala riunioni, oppure quante volte avrei spinto per fare un incontro dentro un’automobile in movimento. Ecco, io credo, che se questo fosse stato possibile avrei sparso per il mondo molte più Idee di quanto abbia effettivamente fatto.

2.

Non perdiamo però di vista la nostra Scintilla, ancora non Idea ma esile Fiammella. Parlo erroneamente al singolare. Immaginate infiniti lapislazzuli che si accendono e si spengono nella notte più scura della nostra testa. Nel buio dell’ignoto. Sono migliaia di Fiammelle che procedono lentamente sgomitando in un’unica direzione verso le tenebre dell’indefinito dei nostri pensieri. La colonna è lunga, serrata. La strada ripida. Il ritmo incessante di tamburi africani. Il vento arriva forte da tutte le direzioni e la pioggia cade a secchiate. Ogni Fiammella, protetta solo da una piccola cerata basta a sè stessa autoalimentandosi. In questo stadio ancora non hanno coscienza di sè e degli altri da sè. Molte si spengono perchè sfinite dalla fatica, altre si suicidano perchè terrorizzate dall’ignoto, altre ancora vengono inglobate da Fiammelle più grandi: anche qui da una perdita la vita si rafforza acquisendo maggior consapevolezza di sè.

In questo limbo nero c’è un bizzarro mix di gioia e tristezza. C’è chi viene e chi va. È un grande porto di mare. Provo malinconia al pensiero di quante se ne perdano per strada, a quante occasioni di vita mancata, a quante infinite possibilità non sfruttate. Lettore, non sentirti giusto o sbagliato se provi dei sentimenti nei loro confronti. Per quanto uno se lo possa ripetere, è dura non affezionarsi a ciò che abbiamo dentro di noi, a ciò che è parte di noi anche se per un attimo. Sognare, avendo una prospettiva di vita e di futuro, è la quintessenza del sentirsi vivi. Dunque se in questi momenti ti senti triste, viziati! Fai cose che non faresti in nessun’altra situazione. Spariglia le carte. Io in un momento di massima debolezza comprai il modellino della Jeep di Indiana Jones e lo nascosi

nell'armadio dei vestiti. Non l'ho mai aperto, è ancora intatto nella sua scatola. Giace lì a ricordarmi il mio senso di vuoto, il mio essere fragile ed un po' bambino.

Non tutti siamo in grado di percepire questi piccoli lutti che avvengono dentro di noi. Vorrei disporre delle giuste parole per restituirvi l'esatta sensazione che si prova quando l'embrione di un'Idea smette di ardere. È come se dentro di noi ci fosse un leggero calo di tensione, un piccolo vuoto che immediatamente viene riempito. Sappiamo che abbiamo perso qualcosa senza sapere esattamente cosa.

Mi sono sempre chiesto se gli embrioni di un'Idea possano sentire e provare emozioni come noi. Non so dare una risposta precisa ma a vedere dall'intensità della fiammella direi di sì. In questa primissima fase conta molto il carattere, solo le più caparbie arrivano in cima alla salita. Qui le aspetta un enorme collo di bottiglia. Ancora una volta è la Natura a decidere chi passa e chi no. Ignoro i criteri con cui venga effettuato questo controllo ma ciò che è certo è che solo poche di loro sono ammesse al secondo livello.

Quelle che ce la fanno si elevano allo status di Idea e vengono accettate come tali dal nostro cervello che d'ora in poi diventa il giudice supremo, il Grande Inquisitore. Ed è da questo momento che noi umani entriamo in gioco nel processo di selezione, in parole povere diventiamo i "compagni di viaggio" delle nostre Idee. E da qui cominciano i guai...

L'essere umano si sa, agisce di pancia, è emotivo e tende all'errore. La Natura invece è molto più cinica e quando si tratta di aggiustare degli equilibri non è seconda a nessuno.

3.

Non bisogna pensare che l'Idea in quanto tale abbia già una sua forza solo perchè sia arrivata fin lì: questo è solo l'inizio del suo viaggio. L'Idea ha bisogno di noi come noi abbiamo bisogno di lei. È necessario ci sia un rapporto di fiducia reciproco. Questa è la condizione imprescindibile per incominciare il viaggio insieme.

L'Idea non viaggia in prima classe. Scordatevelo. Come scordatevi aerei, navi e treni. Avete presente quelle foreste infestate da briganti? Ecco. Queste sono le zone battute dall'Idea. Zone selvaggie, disabitate.

L'Idea viaggia su terreni dissestati in una carrozza sgarbatissima con ruote di legno e senza cavalli. È il nostro cervello che la spinge in avanti con dei semplici impulsi. Il percorso di un'Idea è pieno di imprevisti e cambi di direzione. Un'Idea non sa quando nasce e non sa mai dove e se arriverà a destinazione. Ogni Idea ha percorsi ed arrivi diversi. Durante il viaggio le Idee crescono e cambiano. Un'Idea che guarda dietro a se stessa non si troverà mai uguale. Lo spaesamento che prova è lo stesso che sentiamo quando guardiamo le nostre foto da adolescenti.

Diffidate delle Idee take away, del colpo di genio. Quelle sono intuizioni e come le Idee vanno lavorate, fatte crescere. Bisogna dar loro il tempo giusto. Bisogna renderle forti, portarle là dove nessuno ci aveva mai provato prima. Rendetele indistruttibili ma allo stesso tempo malleabili pronte ad assorbire il meglio degli altri.

Prima di dividerla l'Idea va plasmata, levigata, rafforzata, se necessario ripensata da capo. Quante volte avete comunicato un'Idea e nell'esporsi questa vi è sembrata insensata? Mostrare le proprie Idee prima del tempo è deleterio e letale per la sopravvivenza dell'Idea stessa.

“Diffidate delle Idee take away, del colpo di genio.”

Abbate pazienza.

Rispettate le vostre Idee, date loro il tempo di crescere, formarsi, ricevere le giuste attenzioni. Protegetele!

All'inizio alcune vi sembreranno assurde, dategli tempo di germogliare, ascoltate il diverso da voi. Stupitevi.

Siate però pronti ad abbandonarne molte, a lasciarle per strada a buttarle giù dal monte Taigeto come facevano gli Spartani con i figli deformati. Siate cinici con loro, non innamoratevene, sarebbe sbagliato. Perdereste così di obiettività e fareste solo il male della vostra Idea. Dunque siate Spartani in questo. Non siate sempre amici delle vostre Idee ma siate guide, indicate loro la strada mettendo dei paletti. Se così farete ad un certo punto saranno loro a prendervi per mano, a farvi decollare e portarvi là dove non avevate mai immaginato. Avrete bisogno l'uno dell'altro.

4.

Vi starete domandando il perchè di quest'enfasi da discorso di chiusura d'anno accademico americano. La motivazione è semplice: Io sono il peggiore di tutti. Sono il più grande violentatore di Idee, il più irrispettoso, un serial killer di altissima livello, un cechino. Ne ho fatte di tutti i colori. Nel mondo delle Idee c'è sicuramente una taglia sulla mia testa. Ho abbandonato per strada Idee non ancora formate, le ho esposte al pubblico ludibrio. Ci ho pisciato sopra, le ho prese a calci in culo. Ho fatto esattamente l'opposto di ciò che vi ho raccomandato in queste pagine.

Ho dato vita a personaggi per poi lasciarli per strada senza dargli una conclusione, una prospettiva e uno sviluppo. Il mio computer è pieno di incipit e grandi inizi.

Sono sicuro che prima o poi i due reduci italiani dalla campagna di Russia busseranno infreddoliti alla porta di casa mia a chiedere spiegazioni. Mi imploreranno di prendere una decisione sulla loro vita. Vorranno sapere se si salvano o se riusciranno a tornare a casa a vedere le loro famiglie. Forse mi spareranno... Sono molto furbo, generalmente creo personaggi che non possono farmi del male. Comunque non avrò il coraggio di aprire loro la porta, li guarderò dallo spioncino trattenendo il respiro per non farmi sentire. E come loro ci sono mille altre Idee dentro la mia testa che reclamano giustizia. La bellissima attrice francese giunta a Milano per amore alla ricerca del suo fidanzato mi implora ogni San Valentino di ucciderla o di farle rincontrare il suo amato. Il macabro commesso viaggiatore che dopo aver compiuto miracoli in un paesino di provincia è in attesa di un destino: santo o dannato? Mi sento tremendamente in colpa per loro, vorrei dare a ciascuna la giusta attenzione se non altro per il tempo che abbiamo passato insieme. Per le giornate grigie che hanno saputo allietarmi nello squallore del mio studio. Per avermi fatto viaggiare e sognare, anche se poi vigliaccamente mi sono buttato giù dalla carrozza in corsa venendo meno al nostro patto di fiducia reciproca. Sono loro molto riconoscente. Mi sembra di vederle tutte insieme come in una grande foto di gruppo, ed io sono il fotografo. Cerco di metterle a fuoco ma non ce la faccio. Tutte mi guardano con sguardo interrogativo. Forse dovrei decretare ufficialmente la loro fine e far loro un degno funerale. Dovrei buttarle giù dal Monte Taigeto come raccomandavo prima. E dire che alcune di loro mi sembravano veramente originali, mi hanno accompagnato per qualche settimana nel traffico cittadino, sotto la doccia, mi hanno fatto

sbagliare strada e rischiare addirittura un incidente. Quel tratto di viaggio fatto insieme ha dato un senso profondo al mio lavoro e se vogliamo anche alla mia vita.

Altre Idee invece stanno con me da anni, sono diventati quasi ossessioni. Scartarle sarebbe quasi come rinnegare me stesso, la mia identità. Nutro la speranza che almeno una di loro, sotto mentite spoglie ritornerà a mia insaputa in una storia trovando una sua compiutezza. Che ne sapete che il soldato italiano non possa diventare un giudice con la stessa caparbia nel sopravvivere?

Comunque so che il destino di molte sarà quello del disadattato, del border line, di colui che vive ai margini. Non avranno mai una vita normale perchè sono partite sgangherate, sfortunate e per quanto io mi possa impegnare porteranno sempre con loro i segni di questa sfortuna primordiale. Come quel bambino che sta cercando la madre travestito da orso nella livida notte newyorkese, o quel vecchio che si trova a dormire solo nel letto per la prima volta dopo la morte della moglie.

Sono Idee nate da una buona Scintilla, che giorno dopo giorno sono cresciute nella mia testa giungendo poi ad un punto morto. Vorrei avere il coraggio di spiegare loro le cose come stanno.

Perchè hai scritto di noi? - mi chiederebbe il bambino.

Perchè credevo in voi – risponderei.

E adesso ti abbiamo deluso? – aggiungerebbe il vecchio. Avevo in mente altri piani per voi – continuerei – ma ho fallito nel pensare a voi. Mi sono sopravvalutato. Non so più chi siete veramente.

Ma non ce la faccio, sono vigliacco e codardo. D'altronde

dico sempre a mia moglie che non possiamo caricarci sulle spalle le sofferenze di tutto il mondo intero.

Dunque io, contrariamente a quanto vi ho raccomandato sopra mostrando grande sicurezza e esperienza, non butterò giù dal monte le mie Idee per quanto difettose e sgangherate; non lo farò. Sono un sentimentale e preferisco il caos all'ordine. Staranno con me, dentro di me, affastellate nella mia testa. C'è chi non butta i quotidiani, chi colleziona dischi, chi ha il desktop del computer pieno di file. Io ho la testa piena di Idee, molte delle quali abbandonate a loro stesse, al loro destino.

5.

Nel mio piccolo però ho anche portato a termine il viaggio di alcune Idee. Le ho condivise. È una strana sensazione. Far vivere la proprie Idee significa consegnarle agli altri: non ci appartengono più. Di alcune sono fiero di altre meno ma comunque esistono fatte e finite. Hanno una loro vita autonoma, una dignità e viaggiano in giro per il mondo per luoghi che forse io mai vedrò. In un qualche modo mi rappresentano ed a volte mi screditano.

Da qualche anno, tra le altre a cui sto lavorando, ci sono due Idee che mi stanno tenendo impegnato a lungo. È un progetto comune che sto condividendo con mia moglie. Sono di gran lunga le più belle che abbiamo mai avuto. Ma anche le più folli. Sono molto esigenti, richiedono tanta attenzione e sacrificio ma in cambio danno un senso profondo alla nostra esistenza. In loro ritrovo tanto di me stesso. La loro storia deve essere ancora scritta, si sta scrivendo ogni giorno che passa. Spesso queste due Idee devono essere prese per mano, bisogna indicare loro la via ma a volte sono loro che ci stupiscono portandoci là

dove non avremmo mai immaginato. Un po' come E.T. con il piccolo Elliott. Ricordate?

Il pensiero che un giorno queste piccole Idee cresceranno, si fortificheranno e non saranno più solo nostre da un lato mi spaventa dall'altro mi rende orgoglioso.

Mi viene in mente una frase che un giorno, prima di una partenza importante, mi disse mio padre:

“Le Idee non sono altro che un nostro riflesso nel mondo, non ci appartengono ma hanno i nostri occhi”.

Dunque lasciatevi andare.

BCotleg

www.bootlegexperiment.it