



Bottle

26/50 Storia breve della brevità

di Paolo Casati

27/50 Lo spazio mascherato

di Andrea Cuman

*28/50 Smart City: la città è mobile
friendly*

di Manuela Raganati

*29/50 Con occhi nuovi. La bulimia
dell'informazione e la necessità di
una nuova prospettiva*

di Cecilia Cruccolini

30/50 Elogio del gioco

di Milena Bolognesi

06
10

Bottle

Con la lettura ci si abitua a guardare il mondo con cento occhi, anziché con due soli, e a sentire nella propria testa cento pensieri diversi, anziché uno solo. La lettura può dare cento, mille vite diverse ed una sapienza ed un dominio sulle cose del mondo che appartengono solo agli dei.

Sebastiano Vassalli

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

6/10

26/50

Storia breve della brevità

di Paolo Casati

27/50

Lo spazio mascherato

di Andrea Cuman

28/50

Smart City: la città è mobile friendly

di Manuela Raganati

29/50

Con occhi nuovi.

***La bulimia dell'informazione e la necessità
di una nuova prospettiva***

di Cecilia Cruccolini

30/50

Elogio del gioco

di Milena Bolognesi

PAOLO CASATI / paolo.casati@studiolabo.it
Founder Studiolabo srl - Designer

Storia breve della brevità

Oggi viviamo nell'era dei media contraddistinta per la simultaneità di tutto ciò che facciamo. Spazio e tempo sono azzerati.

Negli anni quaranta il "Times" di Londra pubblicava notizie da New York che avevano impiegato cinque settimane ad arrivare via lettera, addirittura quelle riguardanti l'India potevano essere vecchie di tre mesi. Oggi questo scenario è lontanissimo, con una e-mail scriviamo ovunque e adesso. È lo strumento di comunicazione per eccellenza, basta pensare che esistono più o meno sette miliardi di persone sulla Terra e vengono spediti circa seicento milioni di e-mail ogni dieci minuti. Ma l'e-mail non è nata da un giorno all'altro; è il frutto di diverse invenzioni che l'hanno preceduta e che hanno sconvolto la società e i modi di vivere.

"Il commerciante torna a casa dopo una giornata di duro lavoro e di agitazione per cenare a tarda ora, cercando, nel focolare domestico, di dimenticare gli affari. Ed ecco che viene interrotto da un telegramma in arrivo da Londra che magari ordina l'acquisto di 20.000 barili di farina a San Francisco; e l'uomo deve trangugiare la sua cena il più in fretta possibile per spedire il suo messaggio in California."

Questa è una testimonianza di un commerciante negli Stati Uniti del 1888, ma se sostituite la parola "telegramma" con "e-mail" potrebbe riguardare molti di noi, oggi.

Nel 1901 sul "London Stars" è apparso un editoriale che analizzava il cambiamento repentino che il telegramma aveva portato nel modo di comunicare tra le persone e scriveva senza mezzi termini: "Il nostro desiderio di correre più veloci del Tempo ha provocato più danni dell'amore: abbiamo condensato e ridotto al minimo le nostre emozioni. [...] Abbiamo distrutto il ricordo di ieri con le preoccupazioni di domani. [...] Non sentiamo e non assaporiamo; assimiliamo e ci appropriamo".

È passato un secolo, chissà cosa scriverebbe oggi quell'editorialista. Oggi che siamo connessi a internet attraverso i telefoni cellulari e soprattutto controlliamo sempre il monitor in cerca di qualche notifica, una e-mail, un messaggio, una telefonata persa.

Quello che oggi ci appare come una rivoluzione senza precedenti è già accaduta in passato, certo i numeri erano diversi, ma la reazione della massa è stata simile.

Nel 1903 si spedivano oltre un milione di telegrammi al giorno, la Gran Bretagna arrivava a gestire il traffico di novanta milioni di telegrammi in un anno.

Il telegramma sconvolse la comunicazione mondiale che, prima del suo arrivo, era fondata su un sistema postale molto lento e dai costi di servizio elevati. Il telegrafo si è presentato al mondo in contemporanea con un'altra innovazione mastodontica: il treno. E subito lavorarono in simbiosi, tanto che i telegrammi viaggiavano, fisicamente, sulle rotaie della ferrovia, consentendo di abbattere i

tempi di movimento delle parole come mai prima d'ora. Questa velocità sconvolse il mondo dell'editoria, le comunicazioni di guerra e il senso del tempo attraverso un nuovo modo di concepire il suo strumento per eccellenza di misurazione: l'orologio.

Ne "Il nervosismo americano", George Miller Beard analizza il rapporto tra tempo e lavoro così: "Prima che entrassero in uso questi strumenti di precisione per il tempo, c'era un margine più largo per tutti gli impegni, [...]. Gli uomini giudicavano il tempo approssimativamente, guardando il sole, mentre, d'ordinario, non avevano bisogno di essere inquieti e agitati per la perdita di un minuto. [...] Ora, un uomo nervoso non può levar fuori l'orologio e guardarlo quando è vicina l'ora di un appuntamento o della partenza di un treno, senza che ciò gli alteri il polso e, se questo effetto prodotto sul polso potesse essere misurato e pesato, vedremmo che conduce ad una perdita correlativa per il sistema nervoso. [...] Quasi sempre inconsciamente, tanto nel sonno che nella veglia, siamo in una continua tensione, eccitati dall'idea di andare in qualche luogo o di far qualcosa in un dato momento". Oggi, ogni cellulare misura il tempo e sostituisce l'orologio, ma non è affatto crollata la vendita degli orologi, che col tempo sono diventati uno status symbol.

Il telegramma la fece da padrone fino al 1970, quando venne sostituito, lentamente ma inesorabilmente, da un nuovo strumento, più economico e assolutamente "simultaneo": il telefono.

Ma, come abbiamo detto, il telegramma ha portato alla luce una nuova esigenza: la velocità e, di conseguenza,

la brevità. Da quel momento in poi è stata una escalation di nuovi mezzi, strumenti, processi per essere più veloci, per guadagnare tempo.

Un parallelismo semplice semplice ci porta a eguagliare il telegramma con twitter. È un gioco, la storia è complessa ma, le società in cui si sviluppano questi strumenti sono tanto diverse? Forse no, forse l'uomo è lo stesso da quando è nato, sono gli strumenti che utilizza che accentuano o meno le sue prerogative psicologiche.

Oggi come mai però il pensiero circola nel mondo in tempo reale e all'insegna del breve, dell'eccessivamente conciso. I caratteri di un sms sono centosessanta, un tweet ne contiene al massimo centoquaranta, un articolo online se ritenuto troppo lungo non viene letto e se riempito di link se ne perde la memoria cliccando qua e là. Il web pensiero trasmesso dai social network è un aforisma, o meglio vorrebbe esserlo, ma non ne ha la carica poetica.

Ah ecco, breve come una poesia.

Perché la poesia, seppur concisa e immediata, non è diventata un passatempo della popolazione nell'era moderna? In internet ci starebbe benissimo, non trovate? La poesia però ha una piccola controindicazione, che agli utenti del web proprio non piace. La poesia necessita di attenzione e comprensione, come dice Donald Revell: "l'attenzione è una questione di totalità, di essere pienamente presenti".

Continuiamo con un altro parallelismo.

Già ai tempi delle cartoline, qualche anno prima del telegramma, molti studiosi imputarono al nuovo mezzo di comunicazione, colpe sulla bassa qualità della comunicazione scritta.

“La creazione di Internet e l’utilizzo smodato della posta elettronica come strumento di comunicazione hanno di fatto trasformato tutti coloro che lavorano oggi negli uffici in operatori del telegrafo del XXI secolo.”

Sul “New York Times”, alla fine del XX secolo, si scriveva: “Al giorno d’oggi non esiste più nella corrispondenza quell’eleganza che si usava ai nostri tempi. [...] Di recente è stato notato come spesso l’arte e la pratica dello scrivere lettere vada estinguendosi, e la cartolina postale ha contribuito ad accentuare questa tendenza. Le persone scrivono meno che in passato, eppure si tengono in contatto postale con gli amici, anche durante un lungo viaggio, meglio di quanto abbiano mai fatto prima. La cartolina illustrata racconta una storia, per questo è così in voga. Si scrivono cartoline turistiche laddove non si scriverebbe una lettera.” Trovate qualche analogia con il sistema di comunicazione odierno?

Twitter viene spesso accusato di trasformare la scrittura in un mezzo di comunicazione banale e fin troppo funzionale. Certo twitter è il format di una nuova scrittura. Sempre più distante però dall’argomentare e dal persuadere. Molti tweet sono completamente inutili. Sono perlopiù presenzialisti, facendoci rimpiangere la buona educazione che insegnava a ognuno “a stare al suo posto”. Altri sono arroganti e ignoranti, spinti dall’assenza di inibizione che vive l’utente che usa tecnologie on line, dove spesso si agisce coperti dall’anonimato. Ora mi sto spingendo però troppo in là. E mi sto dilungando. Siamo brevi.

Torniamo da dove siamo partiti. La brevità del telegramma.

Jonh Freeman in “La tirannia dell’e-mail”, il libro che ha ispirato questo breve scritto, ha elencato qualche esempio di brevità diventata celebre: “Quando sua moglie partorì, James Joyce, il responsabile di alcune delle frasi più lunghe mai create in letteratura dai tempi di Henry James,

scrise un telegramma a suo fratello “Nato figlio Jim”. L’editor Maxwell Perkins, famoso per la sua collaborazione con Hemingway, fu addirittura più breve: “Bambina”, telegrafò a sua madre. Ma lo scambio telegrafico più breve della storia è stato forse quello tra Oscar Wilde e il suo editore, dal quale lo scrittore voleva sapere come stessero andando le vendite del suo nuovo romanzo. Alla domanda “?” la risposta fu “!”.”

Jonh Freeman prosegue qualche pagina dopo scrivendo: “la creazione di Internet e l’utilizzo smodato della posta elettronica come strumento di comunicazione hanno di fatto trasformato tutti coloro che lavorano oggi negli uffici in operatori del telegrafo del XXI secolo.”

Però è giusto chiudere con altre campane che suonano diversamente, non sono pochi i sostenitori della magnificenza della brevità. Per esempio Poynter.org, il sito di riferimento della community mondiale dei giornalisti ha stilato cinque motivi per cui, secondo loro, twitter sta migliorando la scrittura e il linguaggio, eccoli elencati:

1. Aiuta a prevenire gli errori. Il minimo refuso o un’inesattezza vengono subito fatti notare.
2. Esalta la diversità. Scrivere bene i tweet farà notare di più l’autore che riesce a creare il proprio inconfondibile stile di voce in così pochi caratteri a disposizione.
3. Raffina le capacità di sintesi. Twitter costringe a essere al tempo stesso autori, editor, curatori e sintetici.
4. Ci ricorda che la vera costante è il cambiamento. In passato, ogni nuova tecnologia ha cambiato e fatto evolvere la scrittura, seppur carica di incertezze e paure quando si

è presentata sulla scena.

5. Crea nuove parole. Negli ultimi anni, grazie ai social media, sono state coniate numerose parole nuove.

Secondo Jennifer Blanchard, famosa copywriter americana, si potrebbe aggiungere che Twitter amplia il proprio vocabolario, lei sostiene che: "La concisione porta naturalmente alla ricerca di nuovi termini, più brevi, descrittivi e che arrivino dritto al punto. Avverbi e aggettivi andranno rimpiazzati coi verbi, e molte delle parole che siete abituati a usare saranno troppo lunghe: ecco quindi che, dizionario alla mano, si rispolvera il proprio vocabolario per rendere più incisivo il messaggio."

Di fatto, anche alcune Università, negli ultimi anni, hanno aperto dei corsi di "scrittura breve" e su internet non mancano lezioni, conferenze e opinioni.

Il tema della brevità sta creando una bibliografia interminabile.

Bibliografia **26/50**

Freeman John, *La tirannia dell'e-mail*, Codice Edizioni, 2007

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

ANDREA CUMAN / andreadavide.cuman@unicatt.it
Media researcher and consultant

Lo spazio mascherato

“Tutti sappiamo cosa intendiamo quando parliamo di una ‘stanza’ in un appartamento, di un ‘angolo’ di strada, un ‘mercato’, un ‘centro’ commerciale o culturale, un ‘luogo’ pubblico e così via. Questi termini del discorso quotidiano servono a distinguere, ma non a isolare, particolari spazi, e a descrivere in generale uno spazio sociale. Essi corrispondono ad uno specifico uso di quello spazio, e dunque alla pratica spaziale che essi esprimono e costituiscono.”

Henri Lefebvre, La production de l'espace, 1974¹

Quando verso la metà degli anni '70 Lefebvre introdusse l'idea che lo spazio (sociale) fosse un prodotto (sociale) gettò le premesse per uno studio della spazialità che non considerasse più lo spazio come puro contenitore delle attività umane, ma come complesso intreccio di materialità, percezioni, concezioni e pratiche, che lo trasformavano e allo stesso tempo ne erano trasformate. La materialità dello spazio dirige e guida i corpi, i segni delle città ci appaiono comprensibili, bussole utili all'organizzazione dell'esperienza o invadenti distrazioni nell'incedere urbano, ci comportiamo secondo le norme più o meno esplicite che regolano i luoghi che frequentiamo, percepiamo gli odori delle stanze, le luci delle insegne e i rumori delle strade. Ed è in questa apparente trasparenza, leggibilità quasi auto-evidente, che lo spazio nasconde alla vista i processi sottesi, i rapporti di forza e i mezzi di produzione che l'hanno prodotto e che ne consentono la riproduzione. Non mi interessa qui approfondire le complesse implicazioni della “trialettica” Lefebvrea, ma restare in superficie per sottolineare un rapporto esistente tra ciò che dello spazio si rende visibile e ciò che, proprio perché sembra perfettamente naturale, nasconde i fattori che l'hanno prodotto. La quotidianità è il regno del dato per scontato dell'esperienza spaziale, difficilmente metteremo in discussione il senso di quei luoghi richiamati in esergo dall'autore francese, le loro funzioni o le pratiche che essi accolgono. Tuttavia ci sono momenti in cui questi processi si amplificano, si aprono alla negoziazione, tem-

poranea ed effimera, luoghi in cui la città accoglie nuove forme e visioni dell'esperienza urbana. Le occupazioni restano probabilmente tra le forme più potenti e politicamente connotate che tentano questo ripensamento, nonostante gli esiti alterni di queste iniziative. Ma esiste, almeno a Milano, una manifestazione, più mondana e commerciale, morbida e pervasiva, che è riuscita negli anni a costituirsi come modello virtuoso di evento e come motore di un cambiamento lento e poco visibile alla routine quotidiana, ma non per questo meno rilevante per il tessuto urbano che lo accoglie. Si tratta del Fuorisalone, nome popolarmente dato all'insieme degli eventi che, fuori dai padiglioni fieristici, animano la città di Milano durante la settimana del Salone del Mobile.² Una manifestazione radicata nell'essenziale spirito mercantile di una fiera di settore, il Fuorisalone nasce casualmente e si diffonde in modo anarchico e disorganizzato,³ andando negli anni a pervadere gli spazi di tutta la città: le canoniche location, i luoghi delle classi creative e quelli della tradizionale legittimazione culturale, ma anche i "luoghi trovati" o i "luoghi monumentali" ben conosciuti nei circuiti turistici che, occupati da allestimenti temporanei, diventano atipici, offrendo al pubblico più vasto che in genere li frequenta (scolaresche, turisti, studenti, passanti) l'inconsueta presenza di espressioni del progetto contemporaneo, non più relegate al recinto museale." (Vercelloni, 2009; 114). Questa espansione capillare degli oggetti, degli allestimenti e delle installazioni del design negli spazi della città è cresciuta e si è trasformata, accogliendo una varietà sempre più ampia di espressioni: dalle discutibili iniziative commerciali dei grandi consumer brand, che approfittano parassiticamente del flusso di turisti più ele-

vato dell'anno, a manifestazioni genuinamente culturali; quelle interne alla cultura del progetto, ma anche dibattiti più ampi sugli spazi pubblici e le economie creative del territorio. Non mi interessa qui la specifica iniziativa o oggetto di design per descrivere stili e tendenze, quanto rilevare la capacità degli oggetti e degli allestimenti di alterare i significati, le percezioni e le pratiche degli spazi cittadini che vanno a occupare. Per dirla con Vercelloni, "è forse questa la più interessante componente del Fuorisalone, a prescindere dallo specifico contenuto dei diversi allestimenti; il fatto di proporre un consumo culturale-spettacolare [...] negli spazi della città trasformati in luoghi atipici e seducenti, in palcoscenici di una pièce collettiva dalle molte facce." (Vercelloni, 2009; 114). Il punto di vista fenomenologico dei 'luoghi atipici' di Vercelloni o la metafora del 'palcoscenico aperto' di Morteo sono tra i pochi tentativi fatti ad oggi per inquadrare la complessità di un fenomeno che sfugge alle facili classificazioni: il Fuorisalone non è una fiera, pur trovando la sua ragione d'essere nel Salone del Mobile, e non è neanche solo un festival, perché nonostante le attività culturali e di intrattenimento che popolano la settimana del design, la pratica di scambio o promozione commerciale resta centrale. Non è neanche solo un museo temporaneo a cielo aperto, dove visitatori ammalati di un'insolita bulimia visuale scoprono nuovi quartieri e angoli della città. Più probabilmente l'evento Fuorisalone è al tempo stesso tutto questo e qualcosa di più, perché l'occupazione capillare degli oggetti negli spazi della città, e quella pellicola comunicativa fatta di manifesti, vele, poster e striscioni che marcano i confini, definiscono punti di attrazione e percorsi di attenzione, si sovrappongono alla superficie del quotidiana

“Mentre il carnevale è un mascheramento dei corpi, il FuoriSalone sembra un mascheramento degli spazi.”

no, quasi fossero una maschera effimera di visioni urbane e opportunità possibili di cambiamento. Il tentativo di queste brevi considerazioni è dunque quello di mettere alla prova una diversa metafora per leggere questo evento, una che fa riferimento a una manifestazione profondamente radicata nelle culture occidentali, il carnevale, e che poco sembra dover spartire con la più mondana settimana dell'aperitivo a scrocco. Può sembrare un paragone quantomeno insolito, ma in entrambi i casi il mascheramento è centrale: nel primo è tratto distintivo e ragione d'essere dell'evento, nel secondo il risultato involontario del processo collettivo, ciò che, per riprendere le parole di Vercelloni, rende i luoghi della città 'atipici'. Ma mentre il carnevale è un mascheramento dei corpi, il Fuorisalone sembra un mascheramento degli spazi. Il primo, parzialmente affrancato dalla sua originale natura di valvola di sfogo e di controllo sociale, ma come ogni momento celebrativo funzionale all'espressione di pulsioni delle culture locali e manifestazione di folklore, oggi sembra aver esaurito il suo potere, disintegrato nelle forme che assume: dalla sua maldestra, ma per questo genuina, riproposizione paesana e parrocchiale, al suo adattamento in chiave consumeristica (o importazione di sue declinazioni come halloween), fino alla loro trasformazione in spettacoli strettamente regolati e usati nelle maggior parte di casi come operazioni di marketing territoriale. Per fortuna resistono alcune eccezioni o sue forme contemporanee, ma il senso originale dei carnevali citati da Bachtin o Benjamin che avevano lo scopo di sovvertire momentaneamente le regole e i ruoli sociali (Beasley Murray, T., 2007) grazie alla pratica del mascheramento, sembrano andare esaurendosi. Leggere in questa chiave il Fuorisalone

può allora essere interessante, poiché data la spontaneità di questo fenomeno, la sua incontrollabilità storica e l'assenza di una vera e propria appropriazione, la sua vena creativa può in un certo senso essere letta come l'opportunità per la città, ma soprattutto i suoi cittadini, di approfittare degli interstizi aperti dalle imprese e comunità del design, per vivere gli spazi della città in modo diverso. Così come la particolare situazione carnevalesca permette a tutti gli individui di interrompere le routine quotidiane, ma soprattutto di dissolvere i ruoli sociali, la vitalità e il disordine generato come effetto collaterale dal Fuorisalone sembra autorizzare a rompere temporaneamente alcune regole d'uso degli spazi, sovvertirne le pratiche e mutarne le percezioni. I costumi indossati dalla città durante il Fuorisalone sono naturalmente gli oggetti di arredo, gli allestimenti e le installazioni, ma anche le più ampie operazioni di organizzazione degli spazi (dalla demarcazione delle aree a traffico limitato all'allestimento dei circuiti di mobilità temporanea), ma sono i personaggi che generano ad essere più interessanti. Personaggi che non sembrano avere mai un'identità precisa o un termine esatto per definirli, perché quei termini comuni richiamati sopra da Lefebvre per definire gli spazi del quotidiano o, volendo tendere la metafora al suo estremo, i 'luoghi-personaggio' della nostra esperienza spaziale, vengono mascherati, 'vestiti' e alterati. Ma mentre i personaggi di cui ci mascheriamo a carnevale pescano a piene mani dagli immaginari popolari e mediali, quelli del Fuorisalone restano ancorati alla dimensione antropica dell'abitare, generando ogni volta nuovi paesaggi e configurazioni. Detto altrimenti, il fatto che un negozio venga trasformato in museo, una casa in showroom, un cortile

“Spazi estranei ai più, come vecchie fabbriche e magazzini, grazie ad eclettici allestimenti si trasformano in ambienti familiari come il salotto di casa, la cucina o la camera da letto.”

in un bar all'aperto o una rotonda in piazza, da vita a una sovrapposizione e un intreccio di significati, di percezioni e di pratiche spaziali che da una parte non trova categorie adatte a definirli, ma allo stesso tempo è in grado di ospitarne la loro diversità. Può allora essere interessante provare a leggere questo spazio mascherato a partire dalle tensioni e opposizioni concettuali (e materiali) che sviluppa, iniziando ad abbozzare una mappa aperta ai contributi del dialogo collettivo. A livello generale, l'opposizione più evidente è senza dubbio quella solo accennata da Vercelloni e che rende questo evento quasi paradossale, ossia quello dell'ordinario degli oggetti messi in scena: sedie, tavoli, complementi d'arredo e oggetti d'uso quotidiano consumati in una cornice spettacolare. Ma tra le prime opposizioni che il Fuorisalone probabilmente richiama è proprio quella storica tra un dentro e un fuori, che a partire dall'espulsione dal sistema istituzionalizzato delle proprie eterodossie⁴, si traduce nella fuoriuscita materiale del design dagli spazi della fiera e la progressiva occupazione della città. Ma è dall'interno della città e dei suoi spazi che si generano nuovi 'fuori', questa volta più piccoli e capillari, costituiti dal dentro degli spazi chiusi e dal fuori degli spazi aperti. Quelli che, nelle variabili giornate di aprile, costringono i visitatori a indossare un sofisticato sistema di abbigliamento in grado di adattarsi ai continui cambi di temperatura, vento e umidità. Una tensione che immediatamente richiama quella più vicina agli organizzatori e operatori di questo evento, cioè tra pubblico e privato, ma che anche il visitatore sperimenta nel suo vagare per una città che sembra più porosa che mai: dallo spazio privato per antonomasia, quello della casa, che si trasforma in vetrina e negozio, in luogo

di messa in scena e di scambio collettivo, a quello pubblico delle vie e delle piazze, che arredate da oggetti che di consueto troveremmo nelle nostre abitazioni, offrono la possibilità di costruire momenti (e spazi) di esclusione personale dal ritmo cittadino. Ed è entrando nel particolare degli oggetti di arredo che questa dimensione privata assume un carattere di intimità: spazi estranei ai più, come vecchie fabbriche e magazzini, grazie ad eclettici allestimenti si trasformano in ambienti familiari come il salotto di casa, la cucina o la camera da letto. O ancora la tensione, trasversale alle precedenti, tra la mobilità e l'immobilità delle pratiche che questi arredi artificiali consentono: rotonde stradali trasformate in piccoli accampamenti, punti di passaggio (su tutti il simbolico ponte di zona Tortona) che diventano posti a sedere per brevi spettacoli notturni o luoghi di ritrovo e convivialità trasformati in affollati supermercati dell'arredo. Resta per fortuna una differenza inconciliabile tra il carnevale dei corpi e quello degli spazi (una differenza che potrebbe aver portato a un'inversione di ruoli nella funzione di questi eventi?), o meglio tra il ruolo che il processo di mascheramento svolge in questi due casi: nel primo serve a nascondere, per sfogare le tensioni e ristabilire l'ordine, mentre il secondo in realtà a svelare i limiti e le opportunità degli spazi che occupa, offrendoci la possibilità di immaginare degli spazi diversi, suggerire cambiamenti e nuove possibilità.

Note

27/50

¹ Traduzione dell'autore dall'edizione inglese del 1991

² Conosciuto anche come Milano Design Week, soprattutto a partire dai primi anni 2000 quando il Cosmit (Comitato Organizzatore del Salone del Mobile Italiano) registrò il marchio, 'FuoriSalone' è il termine storicamente usato non solo per descrivere l'insieme degli eventi che avvengono fuori dai padiglioni della fiera, ma anche per tentare un'appropriazione simbolica e allo stesso tempo economico-legale, che però, come ci ricorda Malossi "va destituito di fondamento, per il semplice fatto che non si può brevettare una espressione del tempo in cui si vive, che appartiene a tutti quelli che la animano." (Malossi, 2009; 18)

³ I primi eventi 'fuori' dal Salone del Mobile si svolgono tra la fine degli anni '70 e i primi anni '80 negli showroom dei grandi marchi di design in centro città, ma è il 1981, con le esposizioni di Memphis alla Galleria Arc '74 da una parte, e la performance dei Magazzini Criminali al Politecnico di Milano per la presentazione della serie Mobile Infinito di Mendini dall'altra, che questa fuoriuscita dagli spazi istituzionali della fiera assume un diverso significato e investe più ampiamente la città. Negli stessi anni, la rivista *Abitare* è la prima a riconoscere una parziale autonomia simbolica e narrativa agli eventi esterni al Salone, dedicando una sezione, chiamata appunto 'Fuori Salone', del numero speciale dedicato al Salone, e raccontando gli

Bibliografia **27/50**

eventi in città durante quella settimana anche attraverso gli occhi di illustri creativi (su tutti il reportage audio-fotografico di Cesare Colombo). Data l'essenziale natura privata degli eventi, questi vengono organizzati senza alcun coordinamento o regolazione centrale, producendo un panorama urbano ogni anno diverso e in costante mutamento che è difficilmente mappabile o classificabile

⁴ Come ben descrive Malossi, sottolineando ancora una volta l'importanza di leggere questo evento come allo stesso tempo profondamente commerciale e autenticamente culturale, "Il fatto è che da quanto esistono, i Salon producono Refusée." (Malossi, 2009; 20), e l'energia costante del FuoriSalone sembra derivare proprio dalla capacità di generare tanti refusée quanti sono i soggetti coinvolti e gli spazi occupati, in una rete di interessi e relazioni in costante riassetto

Beasley Murray, T., *Mikhail Bakhtin and Walter Benjamin. Experience and Form*. Palgrave Mac Millan, 2007

Lefebvre, H., *The Production of Space*, Blackwell, Oxford-Cambridge; Ed. Or. 1974, *La production de l'espace*. Anthropos Éditions, Paris, 1991

Malossi, G., *Fenomenologia del FuoriSalone*, Lotus 137, 18

Morteo, E., *Il palcoscenico aperto*, Lotus 137, 8

Vercelloni, M., *Luoghi atipici, il FuoriSalone*, Lotus 137, 112

MANUELA RAGANATI / manuela.raganati@gmail.com
Product Manager & Communication - Nextology

Smart City: la città è mobile friendly

Le città intelligenti sono organizzate sull'informatizzazione e sulle tecnologie emergenti e accolgono progetti innovativi rivolti al miglioramento della qualità della vita e della mobilità urbana.

Per gestire la grande e progressiva urbanizzazione, le amministrazioni comunali delle smart city puntano su nuove soluzioni digitali e nuove infrastrutture per risolvere le problematiche più urgenti della città: traffico, trasporti, lavoro, economia, ambiente, vivibilità.

Non esiste una definizione concordata di smart city. Il concetto di 'smart' sembra ruotare intorno a 6 aree principali: mobilità, economia, ambiente, vita, persone e governance.

"A city can be defined as 'smart' when investments in human and social capital and traditional (transport) and modern (ICT) communication infrastructure fuel sustainable economic development and a high quality of life, with a wise management of natural resources, through participatory action and engagement"¹.

Una smart city deve fornire un grande flusso di informazioni ai cittadini e ai fornitori di servizi e deve sfruttare al meglio le sue principali risorse, utilizzando i dati raccolti attraverso il costante rilevamento e controllo delle informazioni, le analisi dei dati in tempo reale e la comunicazione diffusa.

Questi open data, raccolti dalla pubblica amministrazione sulla vita della città e dei suoi abitanti, favoriscono l'innovazione dei servizi urbani, la crescita del PIL, una

riduzione dei costi, la creazione di un ambiente sostenibile e il miglioramento del benessere dei cittadini.

Di recente ICity Rate 2013 ha eletto le migliori smart city italiane. Trento e Bologna vincono di gran lunga, nell'ordine, su Milano, Ravenna, Parma, Padova, Firenze, Reggio Emilia e Venezia.

Trento si posiziona al primo posto, a conferma del fatto che una città è smart quando lavora a tutto tondo su diversi aspetti: è infatti prima, come nel 2012, per la dimensione ambiente e sale dal settimo al secondo posto per qualità della vita e capitale sociale. Bociata, invece, per la dimensione economica, dove perde dieci posizioni attestandosi al 41esimo posto.

Bologna scende quest'anno dal primo al secondo posto in classifica generale, ma è comunque avanti di quasi 30 punti sulla terza. Si conferma in testa per diverse dimensioni: terza per la mobilità e per la governance, quinta per la dimensione economica. Nota dolente è invece la dimensione del capitale sociale, dove scende dal primo al decimo posto.

Milano, new entry tra le prime tre, sale dal quinto al terzo posto in classifica generale. Punto di forza di Milano sono la dimensione economica e quella della mobilità: è infatti in testa in entrambe. Guadagna posizioni nella dimensione ambiente (dove però è ancora 47esima) e nella dimensione governance (15esima). Scende invece nelle altre: qualità della vita e capitale sociale.

I servizi in grado di produrre benefici in una smart city

sono già moltissimi e le soluzioni tecnologiche sono destinate ad aumentare nei prossimi anni: tecnologia Smart grid per consentire ai consumatori di controllare in modo efficiente i consumi di energia evitando inutili sovraccarichi; sensori mobili sul ciglio della strada per il controllo intelligente del traffico; telecamere smart di sorveglianza per misurare calpestio in tempo reale; soluzioni di monitoraggio remoto per aiutare malati cronici nella propria casa, grazie a strumenti di pianificazione per ottimizzare le visite mediche e le cure a domicilio; telematica a bordo dei veicoli per migliorare la viabilità urbana.

Questi dispositivi tecnologici da città avveniristica associati alle tradizionali mobile apps, interfacciandosi con hardware tipicamente open source, reti peer-to-peer, gateway e altri software saranno in grado di rilevare smart data per la condivisione libera e paritaria.

Grazie agli open source e al crowdsourcing, che Steven Berlin Johnson annovera tra i principali esempi di sistema dei pari, le informazioni viaggiano più veloci, dalla periferia al centro, le idee sono libere di fluire e di crescere, sostenute per la loro validità, scoraggiate se ritenute negative. Le peer network si organizzano facilmente all'interno di piattaforme digitali, ma anche al di fuori di esse: istituzioni didattiche, organizzazioni non governative, comunità locali o movimenti di protesta.

La disordinata frammentazione di dati e informazioni della grande metropoli moderna si risolve oggi nella sintesi ordinata di spazio e informazione, grazie a uno degli strumenti più potenti della contemporaneità: la geolocalizzazione.

“Lo spazio urbano postmoderno, quindi, sovverte completamente le gerarchie che erano alla base della relazione

tra spazio e tempo. L'insieme spazio-temporale sembra oramai dominato dalla componente spaziale, mentre la temporalità viene diluita in un contesto in cui lo spessore diacronico si assottiglia”².

Così smartphone, tablet e dispositivi mobili abbattano le barriere spazio-temporali della città: in qualsiasi momento, in qualsiasi luogo non è mai stato così semplice comunicare, muoversi, ricercare informazioni, orientarsi nella mappa topografica, scoprire nuovi locali, musei, negozi, partecipare a eventi, organizzare serate, prenotare cene, pagare online.

Nelle città di oggi, infatti, la nostra vita quotidiana è sempre più modellata sulle tecnologie digitali multimediali. Provate a guardarvi intorno quando camminate per strada: contate quante persone nel vostro raggio ottico camminano guardando lo schermo di uno smartphone. Facendo questa prova empirica, vi stupirete: la grande metropoli è costantemente connessa!

Mobile is the future: se oggi ogni città deve avere portali online e applicazioni mobile, tra pochi anni la smart city dovrà fornire i propri servizi direttamente attraverso le mobile apps.

Luoghi smart, dati, applicazioni mobile, community, servizi: questi i presupposti per una smart city ottimizzata per il mobile. Per sfruttarne il vero potenziale, gli sviluppatori devono concepire la città come una piattaforma leggibile e creare applicazioni con creatività e utilities che coinvolgono i cittadini. In questo modo, la città diventerà come Internet, ovvero un'immensa rete, un potente connettore, che mira a responsabilizzare il cittadino.

“Se si osserva il mondo come una rete interconnessa, si comprendono il funzionamento ed i punti deboli di reti

“Sappiamo che un mondo di problemi sociali urgenti può trarre vantaggio delle reti di pari, digitali o analogiche, locali o globali, purché animate dai valori fondamentali della partecipazione, dell’uguaglianza e della diversità.”

complesse”³.

Le app per smart city disponibili sulle varie piattaforme (Android, iOS, Windows Phone, etc.) utilizzano tecnologie avanzate come la realtà aumentata, la geolocalizzazione, sensori di rilevamento ambientale, funzioni voiceover e strumenti per favorire l’accessibilità. Permettono all’utente di ottenere facilmente l’accesso alle informazioni tramite il proprio device, di condividerle con un solo tap sui maggiori social network, favorendo la diffusione dei dati tra reti di pari.

Le app per il cittadino smart favoriscono la sostenibilità, promuovono la vivibilità, orientano e supportano il consumatore, offrono servizi per il miglioramento della mobilità urbana. La portata dei telefoni cellulari, viene sfruttata anche per migliorare l’esperienza culturale: musei, teatri, cinema, librerie si affidano alle mobile technology per attrarre e fidelizzare visitatori, spettatori e lettori.

Le smart app definiscono meglio la città intelligente: “Una pianificazione online della vita reale e della condivisione che permette ad una città di esser vissuta e non solo usata”⁴.

La comunità della smart city è un popolo di mobile surfer, ovvero di cittadini che si collegano al web dal proprio smartphone, tramite i browser o le app. In Italia ci sono già 25 milioni di mobile surfer. “Oltre il 60% naviga già tutti i giorni, segno che l’uso dei telefoni di nuova generazione e delle applicazioni mobile fa ormai parte della nostra quotidianità”⁵.

Milano, terza miglior smart city italiana, è una città in trasformazione. Dal punto di vista urbanistico, diverse aree centrali e periferiche stanno per essere completamente ridisegnate. Lo skyline assume nuove conformazioni, la

città si espande in verticale. Lo spazio urbano si modifica e con esso la città propone nuovi modelli ecosostenibili.

Nuovi progetti interessano la mobilità, tematica molto discussa durante l’ultimo Smau: car e bike sharing, zone a traffico limitato, piste ciclabili. Città organizzatrice di Expo 2015, Milano ha reso di recente disponibili alla comunità gli open data, oltre 140 pacchetti di dati comunali su abitanti, trasporti, musei, negozi, alberghi e altro.

Il Comune ha poi indetto l’App4Mi contest, chiedendo agli sviluppatori di trasformare gli open data in app utili alla comunità. Ben 75 apps si sono sfidate. Le migliori sono state premiate per la loro effettiva utilità civica: ricerca delle zone più vivibili della città, delle aree verdi, dei parcheggi, degli stalli BikeMI e GuidaMI. E ancora realtà aumentata per scoprire in tempo reale ogni angolo della città, guida alla raccolta differenziata, agende e mappe culturali sempre aggiornate e navigatori di accessibilità urbana destinati a non vedenti.

Milano smart city crescerà sfruttando le potenzialità della mobile technology e vedrà sempre più protagoniste le reti di cittadini smart friendly, pronte a condividere idee e consigli per migliorare gli spazi comuni e a partecipare alla vita civica della città intelligente.

“Sappiamo che un mondo di problemi sociali urgenti può trarre vantaggio delle reti di pari, digitali o analogiche, locali o globali, purché animate dai valori fondamentali della partecipazione, dell’uguaglianza e della diversità.

È un futuro a cui vale la pena guardare. E il momento per inventarlo è adesso”⁶.

Note **28/50**

¹ Caragliu, A; Del Bo, C. & Nijkamp, P (2009). "Smart cities in Europe". Serie Research Memoranda 0048 (VU University Amsterdam, Faculty of Economics, Business Administration and Econometrics)

² Bertrand Westphal, *Geocritica. Reale, finzione, spazio*, Armando Editore, Roma, 2009, p.221

³ Davide Casaleggio, *Tu sei rete*, Casaleggio Associati, 2008

⁴ Massimo Sideri, Quando la Smart city è spiegata dai ragazzi, *Corriere della Sera*, 11/10/2013, p.32

⁵ Andrea Rangone, Così avanzano i surfer della mobilità, *Corriere della Sera*, 11/10/2013, p.33

⁶ Steven Berlin Johnson, *Un futuro perfetto*, Codice Edizioni, 2013, traduzione di Ciro Castiello

Bibliografia **28/50**

Caragliu, A; *Smart cities in Europe. Serie Research Memoranda 0048* (VU University Amsterdam, Faculty of Economics, Business Administration and Econometrics), Del Bo, C. & Nijkamp, P 2009

Davide Casaleggio, *Tu sei rete*, Casaleggio Associati, 2008, p.174

Steven Berlin Johnson, *Un futuro perfetto*, Codice Edizioni, 2013

Andrea Rangone, *Così avanzano i surfer della mobilità*, *Corriere della Sera*, 11/10/2013, p.33

Bertrand Westphal, *Geocritica. Reale, finzione, spazio.*, Armando Editore, Roma, 2009, p.221

Link:

<http://www.icitylab.it/icity-rate-2013-la-nuova-classifica-italiana-delle-citta-intelligenti/>

<http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/PDF/Accenture-Smart-Mobile-Cities.pdf>

<http://www.appsforsmartcities.com/?q=manifesto>

CECILIA CRUCCOLINI / ceciliacrucco@hotmail.it

Semiotica

Con occhi nuovi. La bulimia dell'informazione e la necessità di una nuova prospettiva

Per spiegare la sua teoria della conoscenza, il filosofo e matematico Charles S. Peirce propose al lettore dei suoi scritti un esperimento¹: seduti a un tavolo, ponendo due monetine su un foglio davanti a noi, una a sinistra e l'altra a destra, copriamo con la mano sinistra l'occhio sinistro e con la mano destra iniziamo a spostare la moneta di destra verso quella di sinistra. Durante il movimento di avvicinamento della moneta, a un certo punto non riusciamo più a vederla, essa scompare letteralmente dal nostro campo visivo. Se continuiamo a muoverla, sempre più verso sinistra o tornando indietro, allora la vedremo ricomparire. Niente di grave: la retina ha un punto cieco, vicino alla zona centrale, in entrambi gli occhi.

Peirce affermava che non possiamo avere intuizioni per pura contemplazione di un oggetto, la vista stessa non funziona così ed è un fatto accertato scientificamente. Com'è possibile allora che abitualmente la nostra visione appaia completa? A rigor di logica dovremmo vedere sempre due punti neri, uno per ciascun occhio.

La risposta è semplice: il cervello integra i dati sensoriali. Non avendo abbastanza materiale per fornire un'immagine completa, il cervello si basa su quello che ha già. Tira a indovinare, fa un leggero gioco d'azzardo, a partire però dai dati che già possiede: formula ipotesi.

Il meccanismo messo in atto dal nostro cervello, quel procedere per integrazione, è un'immagine utile per riflettere su un certo fenomeno contemporaneo che ha a che fare col nostro rapporto con l'informazione. Anche la nostra

conoscenza ha dei "punti ciechi" e noi cerchiamo di colmarli, di integrare, di avere sempre più notizie, sempre più dati.

La sete di sapere è un mito dalle radici lontane: fra le tante storie che nutrono questo mito, a testimonianza della sua forza, basti pensare alla leggenda di Faust che alimentò – in varie declinazioni – prima l'opera di Christopher Marlowe nel tardo Cinquecento, poi di Goethe nell'Ottocento e di Thomas Mann nel Novecento. La storia di un uomo disposto a vendere la propria anima al diavolo in cambio della conoscenza, scandisce la nostra tradizione letteraria con forza perché è con dedizione che l'umanità ha accolto quest'ossessione.

Oggi, la nostra capacità di sapere cosa avviene in varie parti del mondo in tempo reale, alimenta la certezza di riuscire a raggiungere tutti e tutto, a partire dal solo dominio delle informazioni su ciò che accade. Autogeneriamo una sottile illusione di completezza, di totalità: abbiamo un superpotere. Questo perché, per certi versi, è davvero possibile sopperire ai difetti dell'informazione del passato grazie alle nuove tecnologie e dunque, come il cervello tende a integrare, così noi contrastiamo la scarsità di dati con una moltiplicazione di accesso a essi, e procediamo o verticalmente (facendo incetta d'informazioni su un certo fatto, approfondendolo) od orizzontalmente (passando tra diversi fatti senza approfondirne davvero nessuno). Siamo i bulimici dell'informazione e, che ne siamo consapevoli o meno, la nostra giornata è scandita da questo

“Quanti di noi verificano pazientemente le fonti di un link che rimbalza da una bacheca all'altra dei nostri contatti, prima di rilanciarla nel traffico della rete.”

duplice meccanismo. Seguiamo aggiornamenti continui, successivi, sempre più specifici e dettagliati su un evento oppure leggiamo spasmodicamente notizie differenti che spesso non ci preoccupiamo nemmeno di approfondire perché qualcos'altro ha già attirato la nostra attenzione, e il nostro sguardo rimbalza da un titolo all'altro con la velocità del battere d'ali di un colibrì. Certo, il mito della completezza a volte si sgretola di fronte a limiti umani che dovremmo conoscere bene: non abbiamo abbastanza memoria e non abbiamo abbastanza tempo per leggere tutto. Inoltre, dato l'aumento delle vie d'accesso a esse, la quantità delle informazioni aumenta e, cosa ormai evidente a molti, aumenta l'omogeneità con cui vengono proposte.

Un'altra delicata questione da affrontare sarebbe poi quella della veridicità delle informazioni. Sarebbe da chiedersi quanti di noi verificano pazientemente le fonti di un link che rimbalza da una bacheca all'altra dei nostri contatti, prima di rilanciarla nel traffico della rete. Oggi possiamo sicuramente contare su una moltiplicazione di canali d'informazione, ma la consapevolezza del traguardo raggiunto dovrebbe essere sempre accompagnata dalla certezza che una maggiore quantità dell'informazione non ne determina automaticamente la qualità.

Pensiamo alla proliferazione di notizie nel corso della Primavera araba: solo una decina di anni fa quella velocità d'invio e di ricezione delle notizie sarebbe stata impensabile. È esattamente quel tempo a essersi contratto: la distanza tra il momento in cui qualcosa avviene e il momento in cui veniamo a saperlo.

Inoltre, la componente della vicinanza ne implica un'al-

tra, silenziosa e sfumata: quella emotiva. Non solo siamo connessi, ma ci sentiamo connessi; con altre persone, con quello stanno provando. Questo meccanismo non ci rende certo automaticamente più sensibili, ma contribuisce alla sensazione di esserci espansi, dilatati: l'individuo è diventato poroso; percepiamo noi stessi come diluiti in porzioni sempre più ampie di popolazione cibernetica. Siamo in un flusso complesso, nel quale decidiamo dove spostarci e sostare più a lungo in base all'adesione momentanea a un gruppo come per osmosi, sapendo che ci trasferiremo ancora, perché arriverà qualcosa di più interessante o su cui considereremo più urgente concentrarci per qualche ora o qualche secondo.

Possiamo affacciarci sulla rete in qualsiasi momento e da qualsiasi luogo ci troviamo; coltiviamo più o meno silenziosamente la resistente (e quasi mai dichiarata) convinzione di sapere tutto e quindi anche di contare di più², di avere a disposizione aggiornamenti continui, abituandoci a non poterne fare a meno.

Se nessuno ha speso una nuova riga sull'ultima dichiarazione di un politico, è come se il mondo si fosse fermato, come se nulla stesse accadendo. Assuefatti alla quantità, di fronte a un'improvvisa diminuzione del flusso, sopraggiunge lo sconforto e il sospetto: chi ha chiuso i rubinetti?

Abbiamo effettivamente la sensazione di poter guardare il mondo dalla nostra cabina di controllo, affacciandoci attraverso un monitor – quello di un tablet o di un telefonino – trovandoci di fronte una quantità enorme di dati da gestire. Inoltre, condividendo notizie e immagini diventiamo noi stessi un canale vero e proprio dal quale gli altri attingono materiale. Su Facebook questo meccani-

smo è abbastanza evidente: la condivisione di un link che subito dopo verrà condiviso da un nostro contatto, innescando un gioco della staffetta nel quale è importante fare il passaggio, lasciare una traccia prendendo parte al flusso. Probabilmente mai come ora la tradizionale metafora della navigazione è stata così calzante.

Tuttavia, quando siamo in un flusso, dobbiamo cercare di assicurarci una buona navigazione e se il mare è troppo mosso un'onda potrebbe travolgerci, sopraffarci.

Data l'enorme quantità di dati che ci scorre davanti agli occhi tutti i giorni, sembra di assistere all'egemonia dell'indistinto. Capita spesso di ritrovare una stessa frase in tre siti diversi e qui torna il "problema" del limite umano: se diventa imperativo aggiornare e produrre un certo numero di articoli al giorno, è inevitabile che questi si ripetano.

È inevitabile che, mancando il tempo per un'elaborazione più complessa, sia più semplice adottare una formula già usata (soprattutto se già funziona).

È allora che la vasta quantità di siti e blog, ad esempio, che riguardano un certo evento, inizia a farci pensare che forse la stessa quantità di battute è dedicata a un altro fatto più interessante, a qualcosa d'insolito; o che forse c'è qualcuno che racconta lo stesso evento in modo nuovo, qualcuno magari c'è stato davvero e me lo racconta in un modo tutto suo. Ecco che iniziamo a cercare, o meglio a errare, intraprendiamo percorsi casuali oppure seguiamo dei suggerimenti dai quali divaghiamo con piacere.

Proprio perché internet dà la sensazione di un oceano nel quale doversi orientare, si diffonde quella che potremmo chiamare la sindrome di Cristoforo Colombo: c'è ancora qualcosa da scoprire, qualcosa che gli altri non sanno an-

cora, qualcosa che nessuno ci sta raccontando nei canali ufficiali, nelle principali testate giornalistiche, qualcosa che non è stato ancora letto, guardato, ascoltato o prodotto, organizzato, formulato.

A partire dal sottofondo omologato quotidiano, cerchiamo un suono distinto, una singolarità. Poco importa se lo troveremo brutto o se non saremo d'accordo: anche stabilire una distanza decisa è fondamentale per ridefinire i propri gusti e le proprie priorità. Ciò che conta è che abbia un punto di vista particolare, che proponga una lettura inusuale del mondo e delle relazioni umane.

Che sia una galleria fotografica dedicata a un artista che utilizza una tecnica particolare su un certo tipo di immagini³; che sia un documentario su fatti di cronaca che non troverebbero uno spazio adatto nella stampa tradizionale; che sia un progetto editoriale che inaugura un nuovo modo di comunicare: l'importante è che ci colpisca, che emerga in maniera brillante, efficace, che ci dica qualcosa di davvero inedito e che trasmetta un significato che possiamo fare nostro.

Abbiamo bisogno di confrontarci con un altro punto di vista, meglio ancora se fortemente caratterizzato, meglio ancora se il confronto avviene nella forma di una collisione, come potrebbero essere le letture ciniche, caustiche, sarcastiche degli eventi, esplicitamente – e provocatoriamente – politically incorrect⁴. Ci conforta sapere che qualcuno sta esplorando dei confini, sta azzardando accostamenti e costruendo nuove distanze, e vogliamo partecipare al viaggio.

Un esempio concreto di questa tendenza è stato la diffusione di guide turistiche che propongono percorsi alternativi, o che vengono scritte da chi quei posti li vive tutti

i giorni: è un fenomeno affine alla diffusione di blog che offrono una lettura personale di un luogo, un'interessante via di mezzo tra guida turistica e diario, che fondono in un unico spazio l'obiettivo di fornire un servizio informativo sintetico con quello di raccontare un posto a partire dalle proprie esperienze, svelando cosa c'è da vedere o proponendo un tour insolito.

I social network e il miglioramento della performance dei dispositivi elettronici favoriscono il fenomeno, fornendoci strumenti non necessariamente professionali, ma abbastanza sofisticati per filmare un evento, editarlo e pubblicarlo. Personalizzare un contenuto, se da un lato non ci rende sicuramente esperti di montaggio o di fotografia, ci permette di inquadrare un evento secondo un punto di vista specifico, di mostrare agli altri quello che vediamo con i nostri occhi, il che, al di là del fatto che sia ben costruito e che possa piacere ad altre persone, costituisce l'affermazione del nostro sguardo, quantomeno il tentativo di rendere riconoscibile un modo di pensare tra gli altri.

Concludo con una parola: cosmopolita, che usiamo per definirci come cittadini contemporanei del mondo⁵. Il senso del viaggio racchiuso in essa dovrebbe contenere implicito in sé che quando viaggiamo, anche nella rete, la nostra mente non parte mai davvero nuda, ma porta con sé uno sguardo che mette a fuoco, che sfuma, che taglia, che traccia un segno.

Note

29/50

¹ Il filosofo espose la sua teoria della conoscenza nei tre Saggi anticartesiani, pubblicati tra il 1867 e il 1868 sul Journal of Speculative Philosophy (oggi in Opere, Bompiani, Milano 2003). Dobbiamo molto a Peirce: egli demolì la teoria cartesiana cristallizzata nel famoso Cogito ergo sum, affermando che la nostra conoscenza non avviene per intuizione ma per inferenze, cioè ipotesi, a partire dalle nostre conoscenze pregresse

² Volendo semplificare in modo poco simpatico, potremmo dire che siamo diventati più antipatici. Al diritto di parola si è sostituita, spesso, la parola di chiunque e a tutti i costi. La giungla dei commenti su blog e pagine Facebook lo conferma e Francesco Costa ne parla in un lucido articolo su «IL» di ottobre, il mensile del Sole 24 ORE (il pezzo s'intitola «Qualcuno ci liberi dai commenti alle notizie online», è a pagina 24)

³ Ce lo fa conoscere «il Post» del 13 giugno 2013: le immagini sono dell'artista belga Sammy Slabbinck (link: <http://www.ilpost.it/2013/06/13/immagini-fatte-a-pezzi/>)

⁴ Un nome per tutti è Vice, «la guida definitiva all'informazione illuminante» (come recita il sito). La rivista è nata a Montreal nel 1994 come magazine locale cartaceo - il nome iniziale era Voice of Montreal - ma negli anni è diventata molto altro: un sito web, un'etichetta disco-

grafica, un'azienda che produce film e una casa editrice. I suoi fondatori e promotori offrono un taglio giornalistico immersivo: solitamente chi scrive vive l'esperienza in prima persona; il lessico è semplice, con varie declinazioni fino al volgare esplicito, a ribadire un tipo di inchiesta e di approfondimento che nasce dal basso e che tende a ridicolizzare una certa affettazione, la piattezza e la formalità di un giornalismo mainstream.

⁵ Un altro mito a cui teniamo molto, ma ricordiamo che non mancano anche qui feroci contraddizioni.

MILENA BOLOGNESI / milena.bolognesi@behook.it
Game Designer

Elogio del gioco

“I giochi sono la quintessenza dell’attività autotelica¹, ci arricchiscono di gratificazioni intrinseche, ci impegnano attivamente in lavori soddisfacenti in cui abbiamo la possibilità di avere successo. Ci danno un modo estremamente strutturato di passare il tempo e di costruire legami con le persone che ci piacciono. E, se giochiamo a un gioco abbastanza lungo, con una rete di giocatori abbastanza grande, ci sentiamo parte di qualcosa di più grande di noi.”

Jane McGonigall

L’atto del giocare è qualcosa di profondamente intrinseco dell’animo umano. A differenza di quanto si possa pensare, l’attività di gioco non è solo un’attività di svago, ma bensì coinvolge e impegna le persone a un livello simile e in certi casi superiori a quello di un’attività lavorativa. Le narrazioni di Erodoto riportano che i giochi, in particolare i giochi di dadi, furono inventati nel regno della Lidia circa 2500 anni fa, durante un periodo di carestia. Pare che la carestia fosse così severa, che il re della Lidia decise di fare qualcosa d’impensabile. La gente soffriva, la popolazione era in rivolta, era una situazione limite, avevano bisogno di una soluzione estrema. Quindi inventarono i giochi di dadi ed emanarono una legge valida per tutto il regno. Un giorno, tutti avrebbero mangiato. Il giorno successivo, tutti avrebbero giocato. E s’immerse così profondamente nei giochi di dadi, dal momento che giocare è così coinvolgente, regalandoci uno stato di gioiosa produttività, che ignorarono il fatto di non avere niente da mangiare. E così un giorno giocavano, e un giorno mangiavano. E secondo Erodoto, passarono così diciotto anni, sopravvivendo alla carestia mangiando un giorno e giocando in quello seguente. Cosa ci può insegnare quest’aneddoto? Contribuisce alla teoria per cui i giochi sono una parte di noi, un espediente che ci permette di conoscere il mondo e che mette alla prova le nostre capacità. Soprattutto a livello sociale, i giochi hanno la possibilità di rappresentare il vero e condizionare le abitudini della quotidianità.

Nella lingua italiana, il termine “gioco” è uno solo, ma veicola due concetti molto diversi tra loro, quelli che in inglese sono il game e il play. Il primo indica il gioco come un sistema organizzato di regole che permettono un’azione finalizzata all’ottenimento di qualcosa, mentre il secondo termine indica un processo che si caratterizza come libero e privo di scopi se non quello di giocare per divertirsi nel farlo. Huizinga sostiene nel saggio “Homo Ludens”³, che il gioco è uno degli stessi fondamenti della cultura e non una sua conseguenza, perché il concetto di cultura presuppone l’esistenza di una convivenza fatta di interazioni e sistemi complessi, per elaborare le informazioni, che sono esclusivamente umani, mentre è noto che l’attività di gioco è svolta anche dagli animali. Da questa prospettiva, l’homo ludens precede l’homo faber e quello sapiens, coi quali ha pari dignità: il gioco, da mero intrattenimento, è rivalutato come attività primaria, seconda soltanto a quelli che sono i fabbisogni basilari come mangiare, dormire e sentirsi al sicuro.

Il gioco, secondo la teoria di Huizinga, vive in un suo spazio ben definito e in un periodo di tempo stabilito, ovvero ha un inizio e una fine. I giochi da tavola possono fornire un esempio di questo concetto: lo spazio è definito dal tabellone di gioco, dove i giocatori possono muovere le proprie pedine o eseguire le proprie azioni, inoltre la partita finisce nel momento in cui uno o più giocatori sono decretati vincitori. Il gioco rimane separato dalla vita ordinaria perché le azioni svolte nel gioco non hanno implicazioni sulla vita reale, rimangono chiuse all’interno di un cerchio magico.

Il gioco può dunque prendere vita solo in situazioni con-

fortevoli: il cerchio magico è infatti uno spazio di sicurezza in cui poter esplorare, riconsiderare, ritrattare e stravolgere concetti e paradigmi apparentemente irrisolvibili senza il timore di sbagliare o di venire giudicati. Questo permette di catalizzare l’interesse di chi partecipa verso il problema, ma senza dover sacrificare la propria soggettività, che anzi, viene sfruttata nella creazione di nuovi sistemi affettivi e relazionali. In sostanza, il gioco non serve per insegnare o formare esperti, ma si presenta piuttosto come uno spazio costruito ad hoc per la risoluzione dei problemi (Flanagan, 2009). Si può riconsiderare il gioco e identificare la spinta ludica come quella volontà innata degli esseri umani di superare ostacoli anche quando questi non sono necessari alla sopravvivenza. Secondo Sutton-Smith il motivo per cui si gioca, e dunque si ricerca una situazione di attività emotiva conflittuale, è la ricerca di una fuga emozionante dalla realtà verso luoghi protetti in cui compiere, divertendosi, esperienze amplificate di piccole sezioni della realtà dalle quali è possibile imparare con creatività norme sociali, culturali ed emotive. Più nello specifico, l’antropologo individua quattro diversi tipi di esperienze sperimentabili nel gioco, alle quali corrispondono diversi risultati e diversi processi necessari al raggiungimento degli obiettivi:

- quelli che hanno come fine l’apprendimento di qualcosa (edugame);
- quelli che stimolano la fantasia (come i giochi di storytelling);
- quelli che aiutano a formare il concetto di identità (come ad esempio i giochi di genere);
- quelli che stimolano il conflitto tra poteri (cioè giochi in cui la competizione arriva a livelli di aggressività molto

alti come ad esempio i giochi fisici).

Del gioco, in ogni società, tutti (bambini, adulti, popolo e aristocrazia, ecc.) hanno esperienza diretta, a volte quotidiana e per questo, via via che si fa centrale il ruolo dell'uomo negli studi scientifici e filosofici, si mostra la necessità di un riconoscimento culturale del valore assoluto del gioco quale esperienza esemplare. Anche quello che oggi ci sembra il binomio più ovvio legato al gioco, quello con l'infanzia, in realtà è dovuto a un riconoscimento a metà del '900, inedito in passato, del ruolo del gioco nella formazione del bambino e il suo diritto a praticarlo, mettendo al bando gli atteggiamenti fino ad allora comuni di sfruttamento dell'infanzia sul lavoro, per formare una nuova generazione libera in grado di dare avvio a un mondo adulto differente dal passato. Questo processo di rivalutazione e attenzione del gioco ha prodotto anche un rilancio delle teorie del gioco generali e applicate (per quest'ultime basti guardare alla pedagogia della Montessori e allo spazio che essa riconosce al gioco infantile come strumento formativo). In sintesi, la vera leva che ha portato alla teorizzazione del gioco e a una sua diffusa analisi è stata il cambiamento di mentalità. Secondo Franco Cambi: "È stata la lunga avventura del pensiero utopico che ha aggiornato il gioco come attività centrale e necessaria in quella città ricostruita secondo i bisogni degli uomini, equilibrata e "sana" e che nel gioco ritrova il vincolo morale/civile (essere-comunità) e l'idea stessa di civiltà che deve ispirarla (come armonia, come sintesi organica equilibrata di strutture e di valori)."

Nel corso di questo ultimo secolo, come afferma Alessan-

dro Mariani, "è emersa una lettura strutturale del gioco, una capacità di tenerlo fermo nell'ambito della cultura, di leggerlo come un'esperienza fondamentale ricorrente, di tutelarne la sua dimensione pedagogica, di coglierlo nella sua potenza formativa", che oltrepassa il XX secolo fino ai giorni d'oggi.

Per capire la portata delle teorie sul gioco e il loro peso nell'ambito della ricerca educativa e non solo, basti pensare agli studi sul nesso gioco e civiltà; sulla civiltà letta e interpretata come convenzione e come gioco; sul gioco osservato come elemento creatore della cultura oppure alle ricerche sul rapporto tra età infantile/adolescenziale e sul ruolo del gioco per lo sviluppo cognitivo, mentale, affettivo, relazionale, personale; sul gioco come simulazione, apertura al mondo e "attività combinatoria" per la risoluzione dei problemi. Oppure alle ricerche più recenti sulla tecnologizzazione del gioco accostata alla scomparsa dell'infanzia, o alla perdita di valore dei giochi attuali e alla necessità di pensare criticamente al gioco per rilanciarlo e per recuperarne le forme ludiche.

Molti filosofi hanno accordato al gioco, per un motivo o per un altro, un privilegio e un ruolo particolare all'interno della vita dell'uomo, rendendolo un tema possibile e anzi, come afferma Brezzi, argomento fondamentale e originario, come la morte, l'amore, la lotta, il lavoro e per questo degno di essere studiato; fondamentale in quanto "è rapporto di senso tale da aprire una dimensione altrimenti preclusa, esso schiude infatti all'altro, sia Dio o il mondo". Già i primi filosofi greci avevano fatto delle riflessioni sul tema del gioco e lo stesso filosofare, nel Sofista di Platone, era descritto come un diletto e un gio-

“Il gioco è attivato dalla necessità di movimento e di informazione dell’individuo. È sostenuto dall’esigenza, fondamentale per la sopravvivenza a lungo termine, di conoscere.”

care con le parole, coi concetti e prendersi gioco dell’avversario, tanto da considerare i sofisti appartenenti alla categoria dei giocolieri o anzi, letteralmente “coloro che godono insieme del gioco” Huizinga. Anche Aristotele definì il gioco, insieme alla gioia e alla virtù, come attività finalizzate al solo divertimento e diletto intrinseco, distinguendolo dalle attività praticate dall’uomo per necessità.

Una delle discipline che più proficuamente ha contribuito al discorso sul gioco è stata la psicologia, in particolare riguardo all’infanzia, ritenendo questo elemento protagonista dello sviluppo psicologico e della personalità del bambino. Il primo psicologo a occuparsene fu Sigmund Freud che trovò un parallelismo tra i giochi dei bambini e delle bambine rispetto al ruolo dei genitori del loro stesso sesso: i bambini svolgevano più frequentemente giochi da “maschio”, ovvero costruzioni, soldatini, giochi manuali in generale, mentre le bambine privilegiavano giocare con le bambole o alla cucina, giochi che rispecchiavano il modello della donna casalinga. Freud segnala come durante i giochi dei bambini, avvenga un processo di identificazione del ruolo che poi questi saranno portati a coprire da adulti.

La psicopedagogia del gioco, che vede tra i suoi esponenti Bruner e Winnicott, lo ha riconosciuto come “forma” specifica della mente del bambino, elemento chiave dell’inculturazione e dell’accesso al mondo simbolico grazie alle sue proprietà di esplorazione, padronanza e fantasia, strumento per la soluzione di problemi e per l’importante fattore di interazione e socializzazione. Ripamonti parte dal presupposto che i comportamenti

essenziali per la sopravvivenza hanno un’origine ludica: l’alimentazione (accumulo di energie), la raccolta e l’elaborazione di informazioni (accumulo di conoscenze) sono due attività che garantiscono la sopravvivenza, si trasmettono tramite il piacere (derivante dal soddisfacimento del bisogno di informazioni) che è un gioco (identificato con questo piacere di ripetere l’azione per se stessa).

La definizione che secondo Ripamonti inquadra meglio il gioco è la seguente: il gioco (comprendendo con questo termine anche il comportamento di curiosità e l’esplorazione) è attivato dalla necessità di movimento e di informazione dell’individuo. È sostenuto dall’esigenza, fondamentale per la sopravvivenza a lungo termine, di conoscere. Mette l’organismo nelle condizioni ottimali per apprendere, in quanto: abbassa il livello di ansia (sempre che non sia determinata da una minaccia alla propria sopravvivenza); allontana il livello di noia; attiva il piacere di acquisire conoscenze, abilità, competenze e alimenta le caratteristiche di apertura al mondo, di plasticità e di adattabilità, tipiche degli individui giovani.

Il gioco raggiunge questi obiettivi in quanto si manifesta in ambiti di grande libertà, dove tutto è permesso, o permissibile, in quanto non esistono pressioni (quindi vincoli stretti) verso scopi immediati. L’attività, in questo caso, non implica nessun rischio, perché non c’è investimento sul risultato immediato, ma solo piacere dell’azione in sé.

Ripamonti definisce il gioco come uno “strumento, utilizzato dall’evoluzione per permettere l’equilibrio dell’organismo con il suo ambiente”. Nelle sue riflessioni Ripamonti non si occupa solo del gioco del bambino ma anche

nell'adulto: secondo l'autrice il gioco è un comportamento innato nell'uomo e pertanto anche l'adulto deve giocare. L'uomo adulto gioca per salvaguardare le sue doti di apertura al mondo, di creatività e di libertà, per sfogare eventuali istinti aggressivi, per sopportare le frustrazioni o per scaricare la tensione. Il gioco è per l'adulto una valvola di sicurezza. Tuttavia man mano che l'uomo cresce e accrescono le responsabilità della vita, questo finisce per privarsi da solo della libertà di giocare, esplorare, scoprire e del piacere ludico per indirizzare le sue energie esclusivamente al raggiungimento di un fine. In questa fase i giochi subentrano come sollievo per scaricare lo stress.

Quando la game designer Jane McGonigal si è trovata costretta a letto e sull'orlo del suicidio per colpa di un grave trauma cranico, ha avuto un'idea straordinaria per provare a sentirsi meglio. Si è tuffata nelle ricerche scientifiche e ha creato un gioco curativo, SuperBetter. In un toccante discorso su TED.com, la McGonigal spiega come un gioco possa stimolare la resistenza e si pone una domanda, che immagino sorga un po' a tutti quelli che non amano giocare: "Ma sul letto di morte non rimpiangerai tutto il tempo trascorso a giocare?".

Una ricerca ha pubblicato un rapporto sui rimpianti espressi più frequentemente dagli ospiti degli ospizi americani ed è emerso che i primi cinque rimpianti delle persone, letteralmente, sul letto di morte sono:

1. se solo non avessi lavorato così tanto!
2. se solo fossi rimasto in contatto con i miei amici;
3. se solo avessi cercato di essere più felice;
4. se solo avessi avuto il coraggio di essere me stesso;
5. se solo avessi inseguito i miei sogni, invece di fare quel-

lo che gli altri si aspettavano da me.

Secondo Jane McGonigal sono cinque profondi desideri che i giochi aiutano a realizzare! L'atto del giocare prende il posto del lavorare, ci fa trascorrere del tempo con gli amici (basti pensare ai social game online), ci rende felici (alcuni studi recenti della East Carolina University dimostrano che 30 minuti di gioco al giorno sono più efficaci dei farmaci, nel trattamento dell'ansia e della depressione), durante il gioco si è se stessi e di più di se stessi (l'utilizzo degli avatar, secondo le ricerche degli ultimi cinque anni della Stanford University aiutano a vivere la realtà in modo più coraggioso e ambizioso), e infine, è un modo di dedicarsi a se stessi, al proprio mondo, allontanandosi dal sistema di regole e convenzioni che inficia il nostro carattere, il nostro modo di vivere e il perseguimento dei nostri sogni.

Note **30/50**

¹ Nell'ambito della "teoria del Flow" di Mihaly Csikszentmihalyi, dicesi di azione o attività che, dotata di obiettivi pratici, trova però in se stessa e nel proprio stesso svolgimento lo scopo precipuo del suo realizzarsi, e che è parte essenziale di quegli stati di benessere allo stesso tempo fondati sulla consapevolezza superiore dell'uomo, che si intuisce in rapporto fluido e quasi inesplicabile con un'autocoscienza in continuo divenire, slegata dalle nozioni limitanti che utilizziamo per rappresentare a noi stessi la nostra identità e ruolo nel mondo.

Bibliografia **30/50**

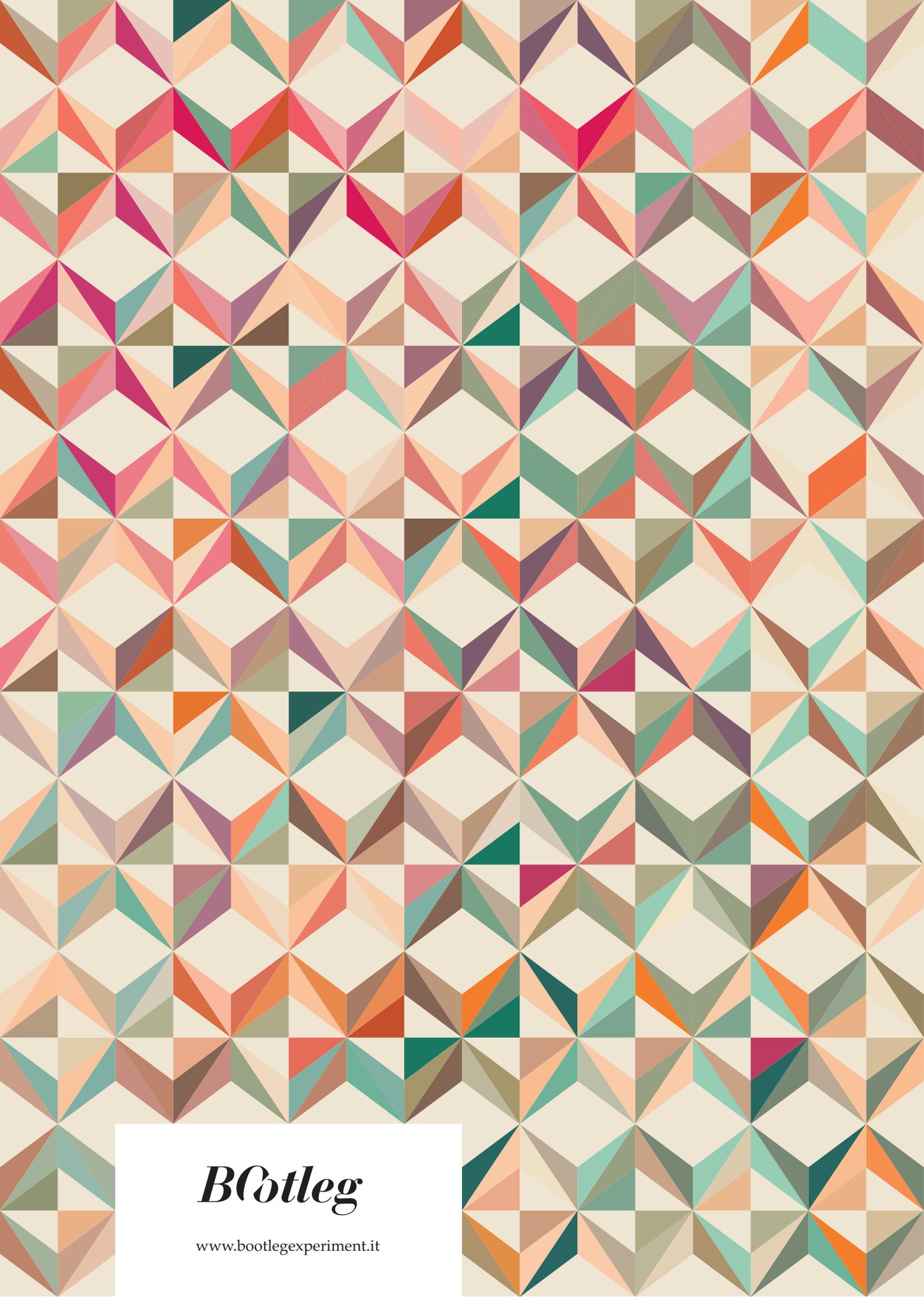
McGonigal, J., *La realtà in gioco*, Apogeo, Milano, 2011, introduzione

Huizinga, J., *Homo luden*, Amsterdam, 1939, trad. it., Einaudi, Torino, dall'edizione del 1946, 2002

Cambi, F., *Homo Ludens: gioco e civiltà*, 2007, in Cambi F.; Staccioli G., *Il gioco in occidente. Storie, teorie, pratiche.*, Milano, Armando Editore, 2008

Mariani, A., *Teoria del gioco oggi*, 2007, in Cambi F.; Staccioli G., *Il gioco in occidente. Storie, teorie, pratiche.*, Milano, Armando Editore, 2008, pp. 130-140

Ripamonti, I. R., *In gioco. Comunicazione, apprendimento, libertà, plasticità, piacere; il futuro dell'uomo.*, Mursia, Milano, 1998,



BCotleg

www.bootlegexperiment.it