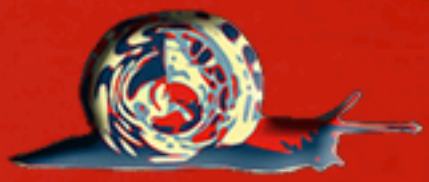
TURBOARTE

anno 2 - n. 11 - febbraio 2012



LOADING LIFE 2.0

11

anno 2 n.11 dicembre 2012

Una vita 2.0.
di Michele Centorrino 3

Il Teatro ti ha invitato ad un evento.
di Gabriele Mazzucco 6

Fashion-blog ovvero blog is fashion
di Laura Epifani 8

Un palcoscenico multimediale
di Giorgia Mastroianni 10

Dal passaparola al cinguettio.
di Daniela Badalì 12

Architetti di tutto il mondo unitevi!
di Paolo La Farina 14

Raffaello Sanzio ha cambiato..
di Francesca Pierucci 16

Un mondo di click!
di Paolo La Farina 18

Field jacket
di di Luca Passi 20

Legalità conviene all'Italia
di Luisa Laurelli 22

Jim Morrison
di Filippo Gherardi 25

Cucina 2.0
di Leonardo Rafat 27

Jane Austen sposa google.
di Christopher Pacioni 29

Design come interazione
di Martina Zanuzzi 31

Social training
di Riccardo Testa 34

anno 2 n.11 dicembre 2012

Editoriale di Michele Centorrino

Una vita 2.0.

Società, cultura e modo di vivere contaminati dai social media.

Mi alzo la mattina ed una delle prime cose che faccio è accendere il mio smartphone, pochi secondi e sono nella rete, Twitter, Facebook, email, apps di vario genere si connettono aggiornandomi su quanto accade, secondo filtri regolati da algoritmi, come per Google, che selezionano le migliaia d'informazioni secondo le mie ricerche, letture e interessi.
Arrivo in ufficio e la condivisione aumenta, i link si sovrappongono, gli eventi aumentano in modo esponenziale, devo staccare totalmente per poter lavorare con la giusta concentrazione. La sera poi sei in giro a bere una birra con gli amici e tutti intorno a te hanno lo smartphone in mano, tutti a farsi localizzare, taggare in foto della serata pubblicate in tempo reale.
E' la vita 2.0 baby, non puoi farci niente, stai al passo, sfruttala a tuo vantaggio o sarà solo una grande perdita di tempo.
A tal proposito qualche giorno fa Gianni Riotta scriveva in un bellissimo articolo sul rapporto tra new media e old values:

"…l'ottimismo è temperato dal blog dell'economista Tyler Cowen (i suoi libri tradotti da Cooper): l'economia dell'alta tecnologia crea due classi sociali separate, una che possiede gli strumenti del nuovo sapere e prospera, la seconda che non li governa ed è perciò relegata in ruoli umili. Sull'informazione online, «l'età della macchina intelligente» analizzata nel 1988 da Shoshana Zuboff, crea mondi paralleli, uno colto, tollerante e aperto al dibattito anche aspro dove i Morozov e gli Spadaro competono tra loro. L'altro, populista, chiuso, livoroso, che preoccupa lo studioso Charles Kupchan: «La rivoluzione dell'informazione, internet e i mass media onnipresenti nutrono la polarizzazione ideologica più che generare dibattito razionale» in Europa e in America.."

L'influenza dei social media nella nostra vita è evidente, quantificabile al punto che siamo diventati il riferimento del marketing di internet, l'advertisng impazzisce per il virale che passa dai singoli "mi piace" piuttosto che dalle visualizzazioni, non costa nulla ed è profondamente personale e vincolante. La cosa più difficile invece è identificare il processo inverso, quanto la cultura, l'arte e i contenuti sono influenzati dalle persone che interagiscono attraverso i social media piuttosto che attraverso spazi 2.0 dei siti internet dedicati proprio a questo scambio.

Il dibattito è ampiamente discusso e acceso, perché se da una parte l'old school resta ancorata alla costruzione del mondo telematico in html, considerato il linguaggio dei puristi essendo totalmente plasmabile e costruito a misura sul cliente o su quanto vogliamo comunicare attraverso un sito internet, ha però dei forti limiti di chiusura non essendo facilmente malleabile per il 2.0 e di difficile utilizzo per il virale a causa della scarsa indicizzazione delle pagine. Dall'altra parte abbiamo il

mondo degli "smanettoni" con il php, linguaggio ben sfruttato da wordpress e jooomla oltre che dai tantissimi sviluppatori autonomi dei famigerati templates. Questo linguaggio ormai sta diventando il più usato nella rete, attraverso schemi grafici rigidi consente infatti anche al meno esperto di costruirsi da se un sito internet, avendo in mano uno strumento completo dal punto di vista tecnico per la condivisione totale e la connessione con social media. Sembrerebbe lo strumento perfetto ma c'è un "ma" grosso come una casa, la standardizzazione dei templates, la costrizione di dover lavorare con dei moduli standard difficili da rendere originali impoverisce nettamente la qualità e il design.

Per tutte queste ragioni abbiamo deciso di essere laboratorio di ricerca in questa materia, stiamo sperimentando la costruzione del nuovo layout di TurboArte trasformandolo da sito internet in html al php, intervenendo fortemente sul lato estetico-qualitativo in fase di programmazione e cercando di sfruttare al massimo gli aspetti positivi dei due linguaggi fondendoli in un unicum.

Il viaggio nella vita 2.0 come vedete è ampiamente interessante e sfaccettato. I social media vengono utilizzati per qualsiasi cosa, dalla politica, all'adv, alla diffusione di nuove culture e modi di interagire. Adesso è molto più semplice accedere alle infor-

mazioni, ma la quantità dei flussi di comunicazione è soverchiante, basti pensare alle nostre collezioni di musica, ormai abbiamo scaricato così tanti mp3 che non ci basterebbero 3 vite per ascoltarli tutti!
Inoltre è interessante osservare come sia diventato centrale il network citando l'interessantissimo articolo di Serena Danna:
"...il network è principio primo della nuova conoscenza e i fatti sono «condivisi» perché è l'infrastruttura stessa della conoscenza che lo richiede. La bontà del sapere prodotto online dipende dall'architettura che siamo in grado di costruire. Weinberger spiega: «Da quando la conoscenza è diventata un network, la persona più intelligente all'interno di una stanza non è quella che pontifica in piedi davanti a noi, né tanto meno l'intelligenza collettiva della stanza: la persona più intelligente della stanza è la stanza in sé; il network che connette persone e idee in quello spazio e le proietta all'esterno». Per il filosofo ne deriva un sapere «meno certo ma più umano, meno definito ma più trasparente, meno attendibile ma più inclusivo, meno solido ma più ricco». È in atto una crisi del sapere che è, allo stesso tempo, esaltazione del sapere: mai c'è stata tanta informazione nel mondo accompagnata, per la prima volta, da un contenitore adatto ad accoglierla.."
Eccoci dunque immersi in questa miriade di possibilità, abbiamo la fortuna di poter scegliere influenzando e costruendo il domani, consapevoli che il cambiamento avviene ad ogni istante, questa materia, la comunicazione digitale, è per me totalizzante e affascinante, è un oggetto di studio che richiede continuo aggiornamento e dedizione. Tutte queste novità, le interazioni, gli scambi, segnano il passo con i tempi immersi ormai in questa nostra vita 2.0.

anno 2 n.11 dicembre 2012 Teatro di Gabriele Mazzucco

Il Teatro ti ha invitato ad un evento.

I social network sono il mezzo di comunicazione, se non certamente del futuro, sicuramente del presente. Twitter, Facebook, Myspace, hanno influenzato lentamente gran parte della nostra società, fino a conquistare quasi chiunque abbia come requisito minimo, il saper accendere un pc; dimostratesi fin da subito dei valori aggiunti alla pubblicizzazione degli eventi culturali, i social network sono stati sfruttati dai vari artisti ed organizzatori di eventi prevalentemente come luoghi adibiti all'attività di self promotion. Foto di scena a gogò, foto di opere artistiche, video dell'ultimo evento in programma, l'attore e l'attrice con il book personale a portata di profilo, le news su questa o quella intervista in radio, in tv, sui giornali: tutto questo è quanto i social network hanno messo a disposizione degli artisti del nuovo secolo. La promozione dell' evento, che oggi come oggi passa prima per l'evento di Facebook e poi per qualsiasi altra cosa, sempre servizio informativo sull'evento, prenotazioni, informazioni, cambiamenti logistici dell'ultima ora, quasi sempre offerti tramite questi nuovi mezzi di comunicazione; infine i feedback post evento ed il passa parola, oggi molto più immediati, praticamente visibili subito dopo le

varie performance con il giudizio dello spettatore che generalmente non si fa attendere sui social network qui presi in considerazione. Tutto questo generalmente si concretizza con l'afflusso aggiuntivo di persone nei vari eventi, altrimenti difficilmente coinvolgibili per distanza o per disinteresse apparente a forme d'espressione che trovano poca risposta sui mezzi d'informazione tradizionali, come ad esempio la pessima resa del tamburino di questo o quel quotidiano in formato cartaceo. La forza dei social network è quella di riuscire ad attirare l'attenzione del possibile spettatore, tramite una storia che va al di là "dell'evento artistico" ma si focalizza sugli "eventi della vita" della persona che li promuove. Evidentemente più interessanti le storie di ogni

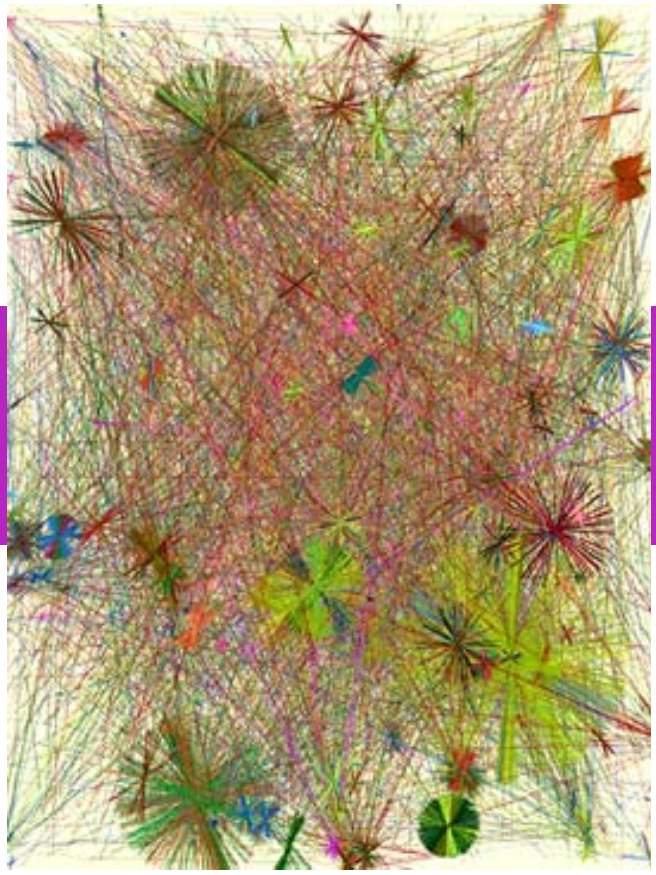
singola vita piuttosto che le varie proposte artistiche, ad avere il ruolo più importante nelle prime fasi d'avvicinamento all'opera sembra essere la curiosità per il personaggio che la produce e la promuove. Abbiamo quindi un "vediamo cosa combina ora, Tizio o Caio", impossibile da riproporre in nessun altro spazio reale o virtuale, che aiuta a dare una maggiore eco all'opera proposta artisticamente in quel determinato periodo, proposta che usufruisce, fortunatamente, di alcuni dei sentimenti più forti e dominanti nell'animo umano: la curiosità, l'invidia, il voyeurismo.

anno 2 n.11 dicembre2012

moda - di Laura Epifani

Fashion-blog ovvero blog is fashion:

le voci amplificate dalla rete!



Nello scorso numero di Turboarte , assieme a Marco Massarotto, esperto di comunicazione on-line, abbiamo tracciato uno scenario inerente le dinamiche che legano le nuove tecnologie di comunicazione al settore del lusso e della moda. Abbiamo visto come l'influenza della rete abbia condizionato in modo tutt'altro che marginale le strategie di marketing delle aziende, portando a delle profonde trasformazioni e non solo a livello della comunicazione. Ciò che risulta ad una prima analisi è che il fashion system sembra essersi imbattuto in qualcosa che viaggia a velocità maggiore di lui: un popolo di internauti che, in tempo reale, si muove all'interno della rete, commentando, promuovendo, ispirando idee che non possono non essere attentamente studiate e colte. Una comunità globale spinta da un forte desiderio di partecipazione che non si limita ad osservare ma, che sostenuta dalla potenza dell'unione, scarta e scegli, giudica e condanna, proclama vittorie e sancisce sconfitte. Un popolo armato del diritto più basilare e potente: quello di espressione. Ma quali sono le strade percorribili da chi desidera far sentire la propri a voce all'interno del web?! Durante gli ultimi anni abbiamo assistito ad un proliferare di social network ma non solo, per quanto riguarda il settore moda, uno dei canali di maggior successo per condividere opinioni e scambiare idee, si è rivelato essere quello dei blog, dei fashion-blog. Ma cos'è un fashion-blog?

Dare una definizione univoca della materia non è facile, poiché essendo spazi creati da iniziative personali, ricalcano i diversi caratteri e le diverse volontà di chi li crea. Sicuramente il comune denominatore dei fashion-blog è la passione per l'argomento trattato: la moda. In generale potremo fare una distinzione tra i fashion blog diario e quelli di carattere informativo.

Per quanto riguarda i primi, si tratta di veri e propri diari fotografici in cui le/i fashion blogger si improvvisano modelle/i e tramite le immagini, raccontano quelli che sono i propri gusti in fatto di tendenze. Facendosi immortalare in vari momenti della giornata, compongono personalissimi out-fit che vengono poi commentati dai followers , affezionatissimi seguaci che cercano un ispirazione per la mise da indossare in occasione della prossima festa piuttosto che per l'imminente colloquio di lavoro. Esercizi di stile che a volte riescono a dimostrare come, con un budget low cost, sia

possibile risultare impeccabili e soprattutto elegantemente originali.
Diversi sono i Fashion-blog a carattere informativo, all'interno dei quali è possibile avere una panoramica delle ultime novità che gravitano intorno al fashion system. Non solo quindi informazioni sui prodotti moda, ma notizie relative a campagne pubblicitarie, promozioni, eventi locali o internazionali, indiscrezioni su designer e modelle.
Ma qual è il vero punto di forza di questo strumento di comunicazione? Credo che il potere vada ricercato nella sua natura. Il blog è un canale aperto che favorisce il confronto, capace di entrare in contatto in modo diretto con il lettore che può a sua volta trasformarsi in critico, esprimendo pareri, inviando messaggi, dando il la per discussione e dibattiti. E' negli ultimi anni che la realtà dei fashion blog ha preso sempre più piede. Scavalcando le frontiere del pour parler, alcune fashion blogger hanno catalizzato l'attenzione delle aziende moda che, attratte dal potere di queste cool hunter virtuali di fare proseliti, hanno ritenuto opportuno coinvolgerle in occasione di eventi come sfilate e presentazioni.
Fantastici sono i polverosi nuvoloni virtuali che si creano in seguito agli accapigliamenti nati per stabilire quali siano i veri parametri per giudicare la qualità di un fashion blog: c'è chi si appella al numero delle visite, chi all'originalità del contenuto, chi ancora alla capacità di stare sulla notizia o al numero di "ospitate " della fashion-blogger di turno.Per quanto mi riguarda preferisco astenermi dal dare indicazioni o giudizi e dichiaro solamente, appellandomi alla giustizia della blogosfera, che ognuno ha i followers che si merita!!

Un palcoscenico multimediale

Il mondo musicale vive una realtà sempre più multiforme e complessa. Non è un segreto ormai che la rivoluzione digitale, iniziata da più di un decennio, abbia mutato in maniera profonda gli ambiti della produzione, del consumo, del piacere e la stessa identità degli artisti. Per farsi strada una volta i gruppi suonavano in numerosi locali e, se riuscivano a entrare nei giri giusti, il pubblico cominciava a parlarne. Ascoltati e scoperti, numerosi artisti diventarono celebrità; come accadde a quattro sconosciuti ragazzi di Liverpool o a un ignoto Farrokh Bulsara, in seguito conosciuto col nome d'arte Freddie Mercury.
Le caratteristiche intrinseche di Internet come strumento di comunicazione e interazione hanno abilitato nuovi modelli di fruizione anche in ambito musicale: il fenomeno dilagante dei social networks ne è un esempio.
Non è un'esagerazione affermare che il mondo digitale abbia risucchiato ogni nuova espressione musicale, la rete straripa di club virtuali composti da utenti accomunati da interessi e gusti comuni. Attraverso facebook, myspace, twitter, youtube e altri siti web, è ormai possibile non solo ascoltare o acquistare nuovi brani musicali ma anche gestirne di propri. Negli ultimi anni sempre più social networks si sono imposti come nuovo ambiente per lo scambio di conoscenze e la scoperta di nuovi contenuti. Myspace, che fino al 2008 è stato il social network più diffuso al mondo, prima che il boom di facebook gli soffiasse il primato, permette agli iscritti di costruire una propria pagina, avere un blog, inserire musica e condividere video, mentre Youtube ha avuto una diffusione talmente rapida da essere utilizzato come nuovo canale di comunicazione anche per i media tradizionali.

Il futuro della musica appare ormai segnato. Gerd Leonhard, uno dei massimi esperti della rete, ha scritto nel suo blog "MediaFuturist": «Nel giro di pochi anni l'offerta di musica legale e capillare e il concetto di "feels like free" ci porteranno ad avere dei veri e propri music blogger più importanti di qualsiasi altro DJ che abbiamo ascoltato alla radio. (…) Questi music blogger diventeranno anche talent scout e proprietari di etichette discografiche ».
Social networks come Sonorika e RockIt non fanno altro che confermare l'opinione di Leonhard. Grazie alla possibilità di creare pagine personalizzabili su cui caricare le proprie creazioni, che gli altri utenti possono poi commentare e che vengono poi catalogate in vere e proprie classifiche, questi social networks, oltre a fornire visibilità anche tramite recensioni e interviste, promuovono i musicisti dando ai propri iscritti l'opportunità di suona-

Un'altra conferma di questo nuovo orientamento multimediale della musica sono i cosiddetti "fenomeni da youtube", ovvero giovani sconosciuti diventati popolari grazie ai loro video-casalinghi. Con la complicità del sito di video sharin più famoso del mondo, molti artisti sono, infatti, riusciti a diventare vere e proprie star del web.
Il chitarrista finger style Andy McKee ne è un esempio: grazie alla sua perfomance live della canzone "Drifting", divenuta in poco tempo un video di primo piano su YouTube e MySpace (realizzando oltre 30.000.000 visite) e alle successive "Rylynn" e "Africa", McKee è ora uno degli artisti più conosciuti e stimati del web. L'approvazione di milioni di fan dilaga su tutti i social networks, incitandone l'ascolto e promuovendone i brani. La fama di McKee conferma l'affermazione di Gerd Leonhard: "Prima o poi non sarà più rilevante il metodo con cui otterremo la musica, quello che conterà sempre di più sarà il contesto, l'approvazione, la rilevanza".
Fu Shakespeare ad affermare che il mondo non è altro che "un palcoscenico dove ognuno deve recitare la sua parte". Nel nuovo universo musicale, questo palcoscenico è divenuto multimediale e il vero talento consisterà sempre di più nell'incessante capacità di cavalcare le reti sociali.

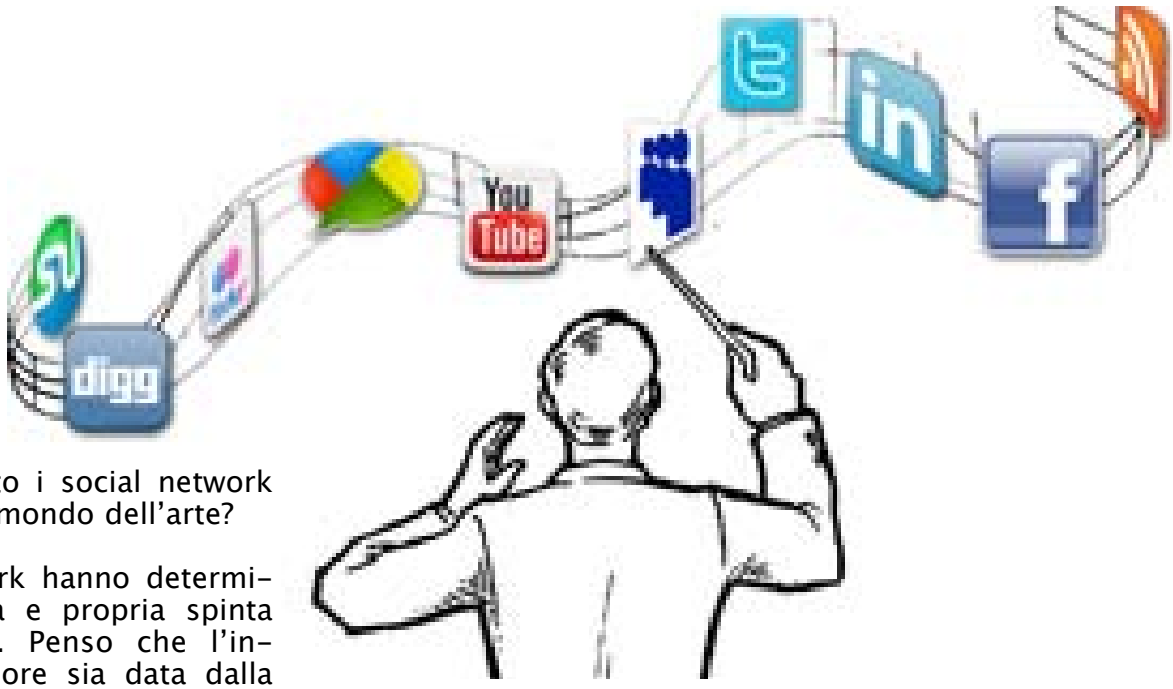
Dal passaparola al cinguettio. Quando la tecnologia promuove l'arte

Che si tratti di un check-in del luogo appena visitato sulla piattaforma di geolocalizzazione Foursquare, della condivisione dei nostri pensieri sulla bacheca di FaceBook, o dello scambio veloce di tweet alla risposta: "Che c'è di nuovo?", appare evidente che il mondo del web giri attorno alla spettacolarizzazione mediatica di tutto ciò che vediamo, proviamo e viviamo.

Con il Web 2.0 le frontiere della comunicazione sono state abbattute, la partecipazione attiva degli utenti che utilizzano i social network per comunicare, per condividere e per mostrare agli altri i propri interessi, è aumentata.
Di conseguenza, con la crescita esponenziale della rete sociale, sono cambiate le regole del webmarketing. I web communicator hanno pensato di andare oltre il semplice l'utilizzo della condivisione, sfruttando la popolarità dei social media che sono lo strumento più adatto e indispensabile, se non obbligatorio, per quelle aziende che hanno voglia di costruire la propria immagine sul web.
Se avere un sito internet permette di raggiungere migliaia di visualizzazioni, figuriamoci una fanpage o un account su uno dei tanti social network esistenti che permettono una comunicazione più rapida ed efficace favorita dall'aggiornamento in tempo reale e dal passaparola.

Questo lo sanno bene gli organizzatori di eventi e i curatori di mostre che per aggiudicarsi una fetta di pubblico più ampia, utilizzano la rete per pubblicizzare le proprie manifestazioni artistiche e culturali, mettendo in contatto chi crea l'arte con chi la cerca, fondendo strategie di marketing con la multimedialità.

La partecipazione degli utenti si limita al numero di fan che hanno premuto l'icona "Mi piace" sulla pagina dell'evento e al numero di retweet, o porta realmente la gente alle manifestazioni?
Per saperne di più, su come il mondo dei social media stia influenzando anche quello dell'arte abbiamo girato la domanda a Rossana Macaluso, uno dei membri fondatori della Router Agency di Roma.



Come e quanto i social network influenzano il mondo dell'arte?

I social network hanno determinato una vera e propria spinta all'interazione. Penso che l'influenza maggiore sia data dalla tempestività dell'informazione e del rapporto frontale con il proprio interlocutore. Un esempio su tutti è l'uso che un famoso museo di Roma fa del proprio profilo Facebook. Non solo comunica in tempo reale aggiornamenti sui propri eventi, ma crea rapporti diretti con i fanpage attraverso semplici quiz di arte contemporanea alla cui soluzione segue l'assegnazione di piccoli premi, come ingressi gratuiti.

Il numero di utenti che aderiscono virtualmente all'evento che promuovete corrisponde effettivamente a quello dei partecipanti?
La Routes Agency è un'agenzia di curatela di eventi, il cui obiettivo è porre l'arte contemporanea in una relazione diretta con ogni ambito della società, investendo sullo sviluppo produttivo, sulla creatività e sulla ricerca. È in questa logica che intendiamo la comunicazione degli eventi non tanto in termini di visibilità, quanto di informazione. L'esercizio della curatela è visto come un processo di condivisione nel quale la posizione del curatore interagisce con gli artisti, con le istituzioni, ma soprattutto con lo "spettatore", per produrre un piccolo frammento di senso che conduca una comunità aperta e mutabile a una riflessione. Attraverso i social network è possibile "raggiungere" coloro che sono già inseriti nella nostra rete, ma è soprattutto auspicabile suscitare l'interesse di coloro che solo marginalmente sono interessati al mondo delle estetiche contemporanee. E noi ci siamo riusciti.

L'ultimo evento che avete pubblicizzato sui social network?
È stato Dispersione/Disseminazione, un evento durante il quale sono stati messi all'asta sette oggetti d'affezione dell'artista Cesare Piteroiusti. La formula adottata è stata quella del baratto, ovvero è stata data la possibilità ai partecipanti di avanzare proposte di scambio con oggetti, nuove collocazioni o proposte esperenziali, cioè idee da condividere con l'artista. In questo caso, il lavoro di comunicazione è stato complesso, occorreva infatti non solo comunicare l'evento ma promuovere anche l'asta. Parte del merito è da attribuire sicuramente al tam tam avvenuto attraverso i social network.

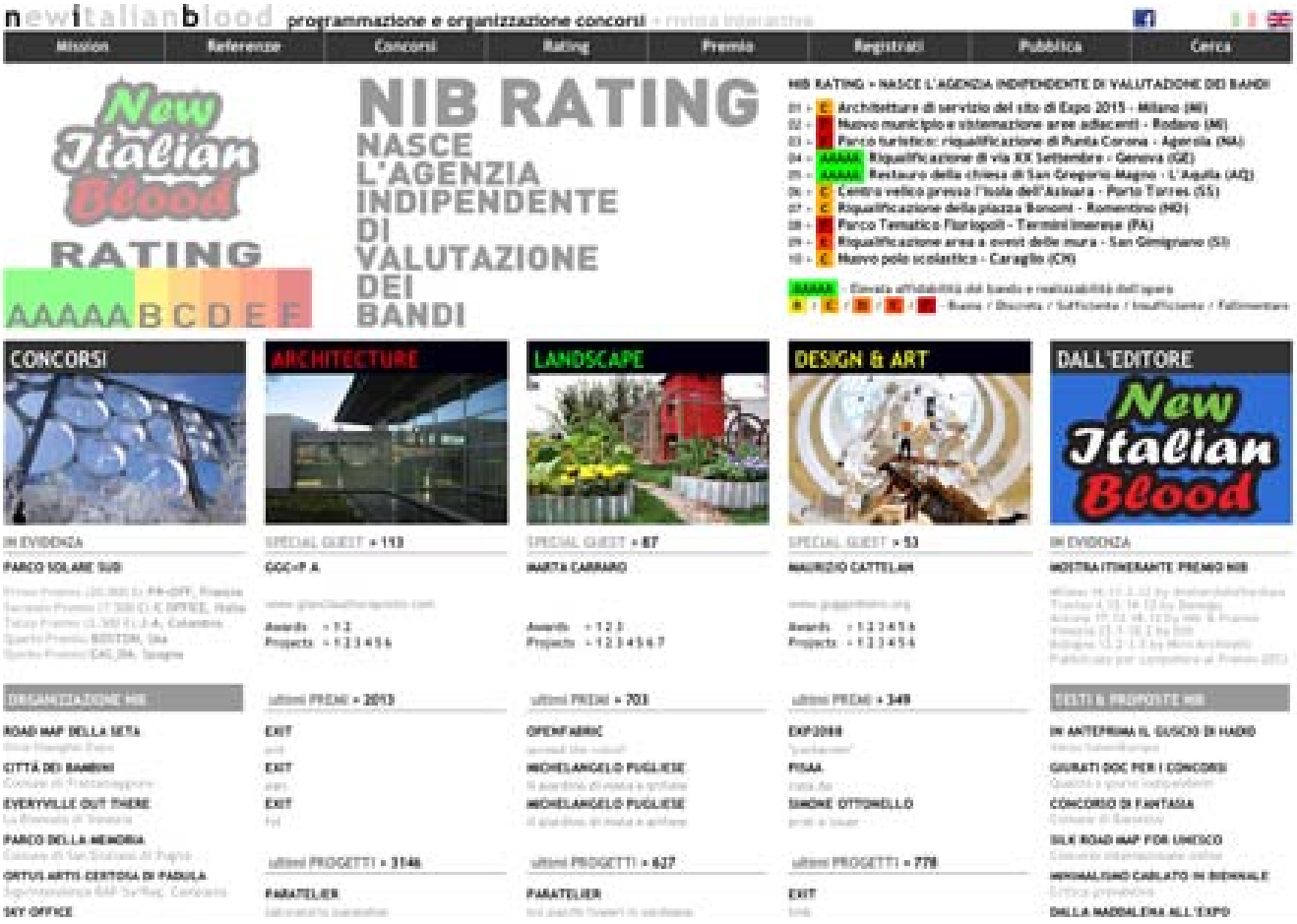
Rossana Macaluso
Membro fondatore di Routes Agency, Cura of Contemporary arts, agenzia di curatela per l'arte contemporanea (routesagency.com) ed editor del periodico trimestrale indipendente Root§routes research on visual cultures (www.root-routes.org). Docente di Comunicazione Visiva Contemporanea presso i corsi Management degli Eventi e Account and Brand Management e assistente al coordinamento di eventi del Master in Curatore Museale e di Eventi presso lo IED – Istituto Europeo del Design di Roma.

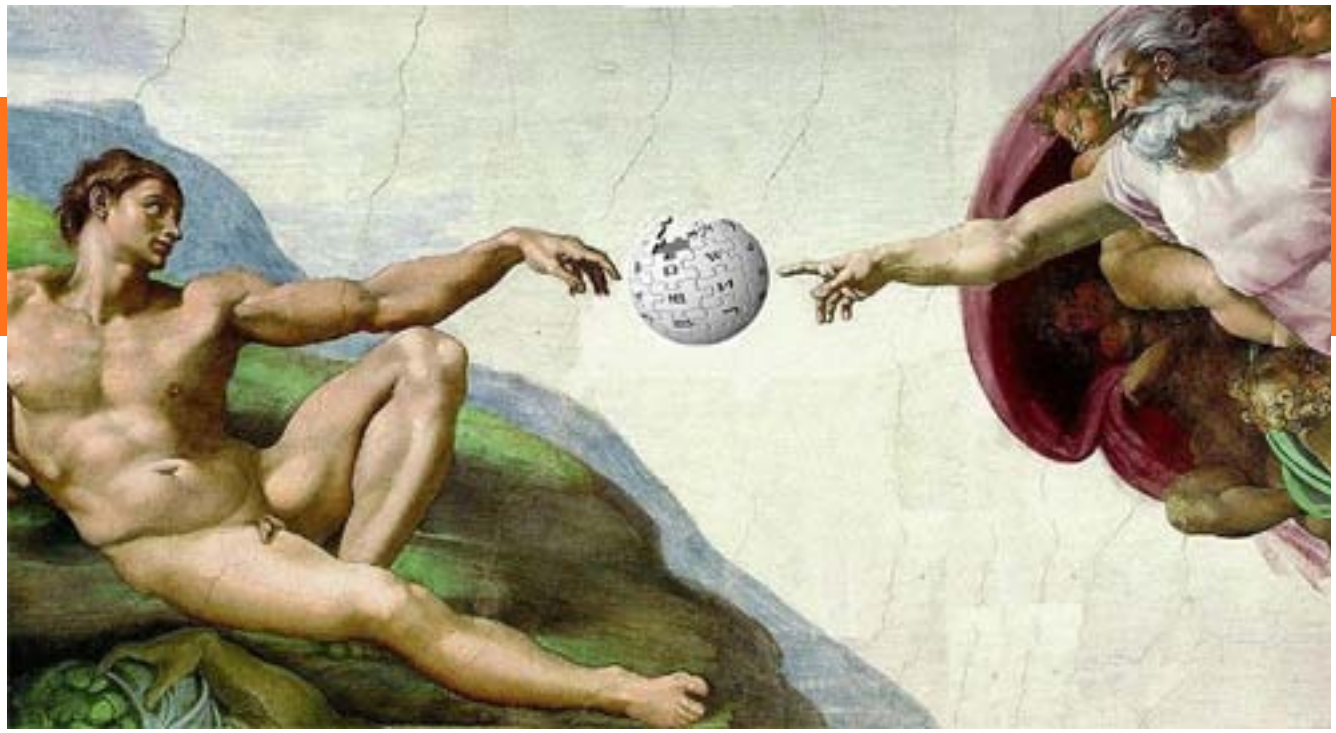
architetti di tutto il mondo unitevi!

Una opportunità incredibile. Condividere idee, progetti, soluzioni, far conoscere il proprio lavoro! Da sempre far conoscere i propri progetti ha rappresentato un problema di difficile soluzione per tutti quei giovani che non avevano accesso alle grandi riviste patinate di architettura. Casabella, Domus, L'architettura cronache e storia, hanno rappresentato per tante generazioni di giovani professionisti un mito irraggiungibile. Pochissimi infatti, e solo in occasioni molto particolari, hanno avuto il privilegio di vedere pubblicato un proprio lavoro. Ovviamente.

Oggi tutto è diverso. Il web, e in particolare il web 2.0, consentono di dare spazio a tutti. Su facebook e su twitter si moltiplicano le pagine di gruppi, associazioni, riviste online ecc. che danno spazio alle idee di giovani e meno giovani. Coloro che hanno qualcosa da dire, oggi lo possono dire. Migliaia di colleghi, utenti, cittadini hanno la possibilità di farsi un'idea diretta delle soluzioni progettuali proposte, senza passare per quegli "imbuti" controllati da una minoranza che erano le riviste. Anzi, forse oggi le riviste sono diventate un mezzo "secondario" per la diffusione delle idee. Quanti giovani architetti navigano ogni giorno tra le pagine di gruppi come A AS ARCHITECTURE - A COME ARCHITETTURA, archiworld.tv, Archiportale, Architecture by Michal Vesely, FAMOUS ARCHITECTS, world architects, Architetto, Catalogo Arquitectura, Awc studi che immettono sul web ogni giorno temi di dibattito, opinioni, esempi, ecc. Senza contare che una presenza diffusa e capillare in tutto il mondo di "occhi" che guardano, osservano e comunicano contribuisce in maniera straordinaria alla diffusione di nuove idee e a stimolarne di nuove. E se da un lato potrebbero emergere critiche sul fronte di una "globalizzazione" culturale, credo che al contrario l'innesco di nuovi stimoli "etnici" esterni non possa che far bene ad un panorama, in cui l'assoluta assenza di idee (e di cultura) ha caratterizzato lo sviluppo delle nostre città, rendendole abissi di nulla.

Sono anche convinto, però, che le idee innovative debbano avere l'opportunità di essere espresse e proposte attraverso concorsi veri, ed essere giudicate da giurie "vere". Anche su questo fronte il web può rappresentare un modo efficace per realizzare e gestire concorsi internazionali, con una riduzione enorme dei costi e con la possibilità di mettere in campo giurie di grande prestigio senza la necessità di spostamenti fisici e di particolari investimenti. Una giuria diffusa sparsa ai quattro angoli del mondo, composta da personalità importanti a cui sottoporre le proprie idee. E' ciò che molti giovani progettisti hanno sempre sperato. Oggi è possibile. Bisogna volerlo.





Raffaello Sanzio ha cambiato la sua foto profilo.

La nostra generazione più di ogni altra in passato appare fondata su luoghi comuni. Frasi fatte e discorsi che avremmo sentito ripetere innumerevoli volte. Non ci sono più le mezze stagioni e si sa. Il riscaldamento globale sta facendo sciogliere tutti i ghiacciai, e si sa anche questo. Il vivere in una società logorata dal consumismo poi, è ormai pane quotidiano. Ma la più gettonata ormai è quella sull'era digitale. Internet ha rivoluzionato la storia, ma come dargli torto? Adesso tutto si può fare comodamente da casa; risparmi tempo, benzina e soldi, e guadagni anche qualche anno di vita grazie alle mancate crisi di nervi. Sono cambiati i modi di porsi, di interagire, di conoscersi. E' impossibile negare come i social network siano incredibili per rintracciare vecchie amicizie o compagni di scuola, che magari si trovano dall'altra parte del mondo. Ma non ci hanno forse resi ancora più pigri e più malpensanti? Se non hai Facebook sei un asociale oppure hai qualcosa da nascondere. Se non fai vedere i tuoi amici probabilmente ne hai 6 e tutti sfigati. Se ne hai 1500 sarai un fenomeno da baraccone con tanti conoscenti ma al tuo compleanno sarai più solo che mai. Certe cose poi era proprio meglio non scoprirle, e invece grazie al caro Zuckerberg possiamo sapere i fatti di tutti, minuto per minuto, spostamento per spostamento, neanche fossimo al Grande Fratello. 'Occhio non vede, Facebook te lo dice'. Involontariamente parliamo

anche in maniera diversa; al massimo una volta si diceva che era tutto un 'magna magna', ora invece è tutto un 'tag, post, check-in, upload, twit'. Persone che non parlano inglese però adoperano certe parole tipiche del 'tecnologico' con una scioltezza incredibile.

Ma all'arte quanto ha fatto bene il digitale? L'immediatezza di internet, che ci ha reso disperatamente impazienti (i nervi a fior di pelle quando una pagina non si carica a velocità lampo saranno anche a voi sicuramente familiari), ha quindi dei risvolti indubbiamente positivi, soprattutto per l'arte contemporanea. Pensate a un artista emergente che desidera pubblicizzare le sue

opere: i siti web sono il primo trampolino di lancio per farsi conoscere e raggiungere tutti i paesi del mondo in tempi brevissimi. Come per ogni altra cosa, ci permette di domandare e ottenere riposta in una frazione di secondo. Possiamo navigare il web per curiosità o per motivi didattici, per consultare l'apertura degli orari di musei e gallerie, vedere documentari sulla storia dell'arte o leggere articoli su editoriali multimediali come lo stesso Turboarte. Addirittura è diventato possibile seguire le aste e parteciparvi in tempo reale.
Puoi diventare un viaggiatore del mondo. In un click sei alla Sagrada Familia a Barcellona, al Louvre di Parigi, nella Cappella Sistina, nei Musei Vaticani, nel Metropolitan Museum di New York. Per non parlare di Google Earth. Un sistema satellitare che ogni volta mi lascia basita. Puoi tranquillamente passeggiare fra i Fori Imperiali, vederli dall'angolazione che preferisci, più in alto, più in basso, da destra, da sinistra. Puoi entrare nel Colosseo a fare il gladiatore (o la tigre se preferisci), puoi passare sotto l'Arco di Costantino. Magari ti stufi di camminare sui sampietrini e decidi che invece oggi ti senti un po' faraone, ed ecco che visiti la piramide che hai fatto costruire come tua sepoltura, o attraversi la Valle dei Re a Luxor. Le distanze, i tempi, i fusi orari sono dati relativi. Non devi prenderti ferie, né imbottirti di medicinali, fare vaccini o ore di fila sotto il sole. Tutto dalla poltrona di casa tua. Però voi siete proprio sicuri che l'effetto sia lo stesso? Impossibile, ovvio. I colori, gli odori, certi sguardi, le pennellate, la visione d'insieme, la piccolezza dell'uomo di fronte a certi monumenti imponenti non si possono misurare e trasmettere in pixel e megabyte.
La storia dell'arte si è costruita nei millenni anche grazie ai tempi dilatati, necessari affinché gli stili e le correnti si mescolassero e influenzassero a vicenda. Sarebbe impensabile al giorno d'oggi progettare una cattedrale o un mausoleo che impieghi 30 anni per costruire. Lo stesso vale per una tela o un affresco. Ve lo immaginate Michelangelo che prima di scagliare il suo scalpello contro il naso di Mosè (ammesso che andò proprio così), decide di fare un 'Caricamento dal cellulare' sulla sua pagina per avere l'opinione di altri artisti? Oppure: 'Leonardo da Vinci ha stretto amicizia con Ludovico Sforza'. Aprire Facebook e leggere 'Pablo Picasso e Amedeo Modigliani si trovano al Cafè de la Rotonde a Parigi' ? Perderebbe quel fascino speciale che ci invade leggendolo su una guida, o sul libro di uno scrittore vissuto gli stessi anni.
Noi saremo anche figli di una generazione digitale, tecnologica, spensierata e moderna. Ma mai come nella storia dell'arte trova la sua realizzazione perfetta la convinzione di Picasso che "Ci si mette molto tempo per diventare giovani".

fotografia - di Paolo La Farina

anno 2 n.11 dicembre 2012

Un mondo di click!

Il mondo della fotografia amatoriale ed anche professionale ha avuto un notevolissimo supporto dalla nascita di tanti "social network" dedicati proprio all'interscambio di fotografie da parte di tanti fotoamatori di tutto il mondo.
E' nata la possibilità concreta di rendere pubbliche le proprie "opere" e sottoporle al giudizio di tantissime persone di tutto il mondo, ricevere critiche, giudizi e consigli. Un modo straordinario di crescere qualitativamente grazie ad una condivisione globale dei propri lavori.
Il più diffuso e frequentato di tutti è "Flickr". l'idea è nata nel 2002 in Canada. Ma è dal 2005 che si diffonde in tutto il mondo dopo essere stata acquistata da Yahoo!. Oggi il numero di fotografi che condividono le proprie fotografie su flickr raggiunge le centinaia di migliaia.
Da allora i siti web dedicati al photo sharing si sono moltiplicati a dismisura. Dai più professionali come ad esempio "1x.com" in cui lo possibilità di inserire proprie immagini è subordinata ad una giuria che ne valuta i requisiti qualitativi che devono essere comunque elevatissimi, fino a quelli più alla portata di tutti come ad esempio tra i più diffusi "picasa" di Google. Un'altro sito europeo molto frequentato da decine di migliaia di fotoamatori di tutto il mondo è woophy. Panoramio, è un sito di Google in cui oltre a poter condividere e pubblicare le proprio fotografie, è possibile anche collocarle geograficamente sulle mappe di Googlemap. Possono essere visualizzate da chiunque navigando sulle mappe clicchi sulle iconcine delle immagini.
Senza contare che anche facebook e twitter sono spesso utilizzati a tale scopo e si possono visitare tantissimi gruppi di fotografi più o meno professionisti che volentieri condividono le loro immagini.
Anche i giornali pubblicano volentieri immagini postate direttamente dai lettori. Un modo efficace di avere subito lo scatto che fa notizia. Magari la

qualità non è eccezionale, ma per una testata è come avere milioni di reporter in ogni parte del mondo pronti a cogliere l'attimo e rendere partecipe un grandissimo numero di utenti di un evento.
Ovviamente tutto ciò scombina molto i ruoli dei professionisti che si ritrovano a fronteggiare una concorrenza "sleale" per così dire, ma d'altro canto le opportunità di mercato si espandono talmente tanto che ne scaturiscono comunque nuove opportunità.

anno 2 n.11 dicembre2012

moda - di Luca Passi

Field jacket

E' lei: la mitica giacca da campo, il più classico dei capispalla maschili. Usata dai militari prima e dai marinai poi, è sicuramente uno di quei capi di cui non si può fare a meno. Sbarazzina sopra un abito formale e perfetta sopra jeans o pantaloni stile chino. C'è chi la personalizza con delle spille, chi mette delle toppe per renderla più battaglieria e chi la lascia così, semplice, basica, come tutti i capi evergreen; in fondo ogni tanto un pizzico di semplicità non guasta. Cercatela verde militare, 4 tasche, più la userete e più diventerà una vostra compagna inseparabile.

It's a leather thing

Magari qualcuno aveva già pensato di appenderlo al chiodo...ma nonostante il freddo è ora di tirare fuori la pelle!!

Giacchetto in pelle:
REVOLUTION
(http://www.rvlt.com)
Occhiali da sole:
RAY-BAN CLUBMASTER
(http://www.ray-ban.com/italy)
Sciarpa in cotone:
MARGIT BRANDT
(http://www.margitbrandt.eu

Fall in love

Il nostro autunno continua poi con la riscoperta di alcuni temi chiave della stagione, nella nostra proposta al maschile: colore delle foglie e sapore di vendemmia.

Camicia di cotone celeste, pantaloni in lana tweed sorretti dalla riscoperte bretelle, le storiche
3 eye di Timberland e cappello in feltro.
Ecco servito il countryman urbano. Forse i nostri nonni usavano veramente questo look per andare in campagna?
Noi siamo pronti a vendemmiare in città?!

anno 2 n.11 dicembre 2012

politica di Luisa Laurelli

Legalità conviene all'Italia

Si parla molto poco dell'incidenza delle attività illegali nella crisi economica in cui si trova il nostro Paese assieme a tutta l'Europa. Il recente declassamento dell'Italia da parte di Standard & Poor's, passata dalla tripla A alla B nonostante le importanti iniziative prese dal governo Monti per risanare il più velocemente possibile il grande deficit pubblico italiano (il secondo più alto al mondo), ci ha messo spalle al muro e ci lascia un po' sgomenti.
Il governo "tecnico", piacciano o no le riforme promesse in sede europea dall'allora governo Berlusconi, sta facendo sul serio: nonostante ciò aumenta lo spread e non si intravede una inversione di rotta. Le immagini del naufragio della nave da crociera all'isola del Giglio sembrano essere la rappresentazione plastica di come sta il nostro Paese in questo momento.
Molte categorie di cittadini sono state toccate da importanti provvedimenti economici che rimettono in discussione certezze e privilegi: la Confindustria denuncia lo stallo delle attività imprenditoriali e i sindacati uniti paventano la perdita di molte decine di migliaia di posti di lavoro. La riforma delle pensioni, l'equiparazione dell'età pensionabile uomini-donne, le liberalizzazioni in preparazione, la riforma del mercato del lavoro, i piani per lo sviluppo e la crescita economica, sono interventi che stanno già cambiando la vita delle persone.
Occorrono interventi urgenti per sconfiggere il grave fenomeno dell'evasione fiscale che porta ogni anno un danno per mancate entrate pari a

sti giorni la notizia che il 60% dei proprietari di barche in vista dell'aumento delle tasse sui natanti già decisa dal governo a partire dal prossimo mese di maggio, hanno trasferito le barche in altri porti del Mediterraneo per non pagare. Perché maggio domando io, tanto da dare il vantaggio a qualcuno di scantonare i provvedimenti? E perché invece con effetto immediato migliaia e migliaia di persone hanno "subito" l'aumento dell'età pensionabile con l'allungamento a volte anche di 5/6 anni dell'attività lavorativa?
Si dice che lo Stato deve intervenire con più durezza nell'azione di contrasto perché il recupero dei soldi non versati (senza scudo fiscali o mercanteggiamenti a perdere come si è fatto tante volte nel passato), potrebbe portare nelle casse pubbliche i soldi necessari per evitare altre manovre economiche e per rendere più equi sacrifici che oggettivamente insistono sempre e quasi esclusivamente sulle

dipendenti pubblici e pensionati a cui io aggiungo anche le donne.
Circa il 30% della popolazione è a rischio povertà (compreso i nuovi poveri della classe media impoverita) e un giovane su tre non trova nessun tipo di lavoro ancorché professionalizzato, istruito e formato (fonte ISTAT).
Al grave fenomeno dell'evasione fiscale dobbiamo aggiungere quello dell'incidenza negativa delle attività mafiose e criminali nelle economie dei territori, quale ulteriore danno economico grave.
Parliamo di un'economia illegale e criminale che vale 65 miliardi di euro di liquidità pari al 7% del PIL. Sono 140 miliardi di fatturato

all'anno con un utile di 100 miliardi di euro.
Il contrasto alle mafie vuol dire anche questo. Vuol dire far rispettare le regole economiche di un mercato sano e non drogato, stroncare il mercato delle armi e delle droghe che coinvolge le mafie di diverse parti del mondo, impedire che venga riciclato il denaro sporco con operazioni immobiliari spregiudicate giustificate solo dal fatto che il denaro investito è "rubato" e non guadagnato onestamente. Vuol dire anche garantire la gestione e lo sviluppo di imprese "pulite" che investono da nord a sud e garantiscono i posti di lavoro.
Le mafie sono vicine, sono presenti nella nostra vita, sono violente come succede palesemente negli ultimi anni a Roma con ammazzamenti e intimidazioni: 32 omicidi nel 2011 di cui 11 sicuramente di mafia. Le mafie sono anche silenti quando operano a stretto contatto con la politica (come dimostrano lo scandaloso caso dell'on. Cosentino e gli arresti di amministratori pubblici di alcune zone del nord): sono silenziose con le burocrazie, con il mondo degli affari. Le mafie vanno dove i territori sono più ricchi in modo da depredarli, sono più presenti ed incrementano i loro introiti durante le crisi economiche, quando i soldi sono di meno. Fa bene il Sindaco di Milano a preoccuparsi di prevenire eventuali infiltrazioni nell'Expo.
Copio uno stralcio di quanto dichiarato in audizione in Commissione parlamentare antimafia l'11 ottobre 2011 dal Procuratore di Roma Ferrara e dal Procuratore Capaldo della DNA, parlando in particolare dei fenomeni criminali a Roma.
"…Tutto ciò rafforza il principio che a Roma si investe, ci sono piccole bande criminali molto violente, che non so però se si possano inquadrare o meno nella criminalità organizzata….non voglio sminuire la situazione perché si tratta di omicidi, ma sto ponendo l'attenzione sulla qualità e sul movente di questi omicidi; il resto rientra in questioni di carat-

tere privato, familiare o è riconducibile a persone con disturbi mentali"(Procuratore di Roma Ferrara).
Procuratore DNA Capaldo: "..parlerei piuttosto di invasione economico-finanziaria delle mafie a Roma…" come se ciò fosse meno grave rispetto alla conquista militare del territorio.
E' sconcertante come vertici istituzionali così importanti, così come ha fatto il Sindaco Alemanno che addebita alle troppe fiction televisive le fantasie sulle mafie, ancora continuino a sottovalutare la pesantezza della situazione.
Noi restiamo alle recenti dichiarazione del Procuratore di Tivoli De Ficchy: "Le mafie a Roma colpiscono non solo in periferia come nel passato, ma nel cuore della città…Il Lazio non è terra di conquista della criminalità. È stato già conquistato fin dagli anni '60…Ostia poi è in condizioni drammatiche perché lì Cosa Nostra e Camorra fanno quello che vogliono. E' ora di spendere i soldi per combattere la criminalità". Mi pare l'unica cosa seria da fare.

anno 2 n.11 dicembre 2012

ritorno al presente ...
di Filippo Gherardi

Ritorno al presente... le interviste impossibili

Jim Morrison

“La notte è un pozzo nero dove intingo inchiostro per le mie poesie”

“A volte basta un attimo per scordare una vita, ma a volte non basta una vita per scordare un attimo. Per cancellare una vita ci vuole un attimo, per cancellare un attimo ci vuole una vita. Darei tutti i miei giorni per un unico ieri.
Non dire mai che i sogni sono inutili perché inutile è la vita di chi non sa sognare. Chi rinuncia ai sogni è destinato a morire. Se vuoi uccidere un uomo privalo del suo sogno più bello. Non ha importanza che una cosa sia vera, l'importante è crederci!
Ci sono diversi tipi di libertà, e ci sono parecchi equivoci in proposito. Il genere più importante di libertà è di essere ciò che si è davvero. Si baratta la propria libertà per un ruolo. Si barattano i propri sensi per un atto. Si svende la propria capacità di sentire, e in cambio si indossa una maschera. Si può privare un uomo della sua libertà politica e non lo si ferirà, finché non lo si priverà della sua libertà di sentire. Questo può distruggerlo. La liberazione interiore è l'unica cosa per cui valga la pena di morire, l'unica per cui valga la pena di vivere. L'unico modo per sentirsi qualcuno è sentirsi se stessi. Io non sarò mai nessuno, ma nessuno sarà mai come me.
Talvolta mi piace vedere la storia del rock'n'roll come l'origine della tragedia greca. Immagino un gruppo di fedeli che danzavano e cantavano in piccoli spazi all'aperto. Poi un giorno dalla folla emerse una persona posseduta e

cominciò a imitare un Dio.
Il volo della mente: incessante, instancabile, senza meta e senza confini, senza vertigini, e maestoso come un'aquila eterna.
Alcuni dicono che la pioggia è brutta, ma non sanno che permette di girare a testa alta con il viso coperto dalle lacrime. Non piangere per chi non merita il tuo sorriso. Il mio migliore amico è lo specchio, perché quando piango non ride mai. Un giorno piangevo perché non avevo le scarpe, poi vidi un uomo senza piedi e smisi di piangere. Un giorno ho incontrato un bambino cieco. Mi ha chiesto com'era il sole e gliel'ho descritto. Mi ha chiesto com'era il Mare e gliel'ho descritto. Mi ha chiesto com'era il Mondo e, piangendo, gliel'ho inventato.
C'è il sacro terrore della morte, ma la morte è un fatto naturale, credo che la morte sia un'amica dell'uomo, perché mette fine a quel grande dolore che è la vita. Chi di voi sa veramente di essere vivo? Noi siamo solo soldatini di fango in una guerra in miniatura. Non arrendetevi mai, perché quando pensiamo che sia tutto finito, è il momento in cui tutto ha inizio. Non abbiate paura della morte, fa meno male della vita.
Ho dato tutto ciò che potevo, sono un poeta che racconta le sue storie e che canta i suoi versi. Se volete ascoltarmi tutti insieme, andremo lontano; se non vorrete ascoltarmi…. La vera poesia non dice niente, elenca solo delle possibilità. Apre tutte le porte. E voi potete passare per quella che preferite.
Mi chiamano drogato perché mi faccio le canne, ma non sanno che la vera droga è la crudeltà dell'uomo. Comprare droga è come comprare un biglietto per un mondo fantastico, ma il prezzo di questo biglietto è la vita".

Cucina 2.0

Se è importante creare un piatto, inventarsi una ricetta, è ugualmente importante ricordarsi tutte le procedure che si sono seguite, poiché la cucina è un arte estremamente precisa. Per questo motivo sin dall'antichità l'uomo ha cercato di usare tutti mezzi di comunicazione di cui disponeva per tramandare il proprio sapere culinario. Il XX secolo è stato il secolo della televisione, e la cucina non si è certo lasciata sfuggire l'occasione creando miti e dando la possibilità a tutti di cimentarsi ai fornelli, anche se amatorialmente. Uno di questi programmi televisivi, sicuramente il più famoso negli States, è Martha, dalla conduttrice Martha Stewart, ormai un'icona della cucina per tutti. Però non sono mancate anche qui da noi trasmissioni a sfondo culinario, dal "Pranzo è servito" degli anni ottanta che richiamava se non altro nel titolo la cucina, e vanta uno dei jingle più accattivanti di sempre, fino alla "Prova del cuoco", programma che invece tratta di cucina tout court, prodotti, ricette e una competizione finale in cui cuochi professionisti e cuochi amatoriali, insieme, si devono sfidare in due squadre nella preparazione di un pranzo. Ma lo scorso era il secolo della televisione, quello che stiamo vivendo ora è sicuramente il secolo degli samrtphone. Anche qui la tecnologia ha avuto modo di legarsi alla cucina. E per questo sono spuntati mille programmi, applicazioni a sfondo culinario.
Alcune sono solo dei grossi libri di ricette consultabili direttamente sul telefonino, altre hanno invece sono più sofisticate. In una ad esempio, si possono elencare i prodotti che si hanno in casa e lei provvederà a fornire una lista di ricette con tutti gli ingredienti disponibili. Poi abbiamo le app per chi è a dieta che ci consigliano ricette dietetiche e alcune che ci calcolano il contenuto calorico del pasto in modo da essere sempre informati. Ovviamente in un contesto ormai globale, non potevano mancare le ricette straniere ed esotiche, e quindi migliaia di applicazioni ci spiegano come fare il sushi fai da te o il riso alla cantonese. Molte sono le applicazioni tematiche, da quelle regionali sponsorizzate, ovvero le applicazioni di una singola azienda che ci mostra le mille ricette da fare con una scatoletta di tonno o le migliaia di occasioni che ci stiamo perdendo non cucinando con il bimby o il kitchenaid. Come sempre la tecnologia fornisce un valido aiuto, ma bisogna ricordarsi che avere la giusta ricetta non sempre garantisce un buon risultato e soprattutto ognuno di noi in cucina ha il suo stile, il suo gusto e pertanto quando si vuole preparare una bella cenetta ricordatevi sempre di fare delle prove prima per apportare i vostri aggiustamenti e le vostre migliorie, d'altronde si sa che tutti abbiamo dei piccoli segreti in cucina che non riveleremo mai, neanche al nostro ricettario. Buon Appetito.

Adesso mi permetto di lasciarci con un piccolo elenco di alcune app che ho trovato nello store:
La Cucina Italiana ricette rapide, app a pagamento dell'omonima rivista, da sempre una garanzia.
Ricette al Contrario e Cos'ho in frigo, divertenti app per farsi consigliare la ricetta migliore in base a quello che si trova nel vostro frigo
Divino, la app che ci consiglia gli abbinamenti migliori a seconda delle pietanze
IC Tisane, app per preparare tantissime tisane da quelle ricostituenti ai filtri d'amore
Dieta Veloce, app che promette di far perdere 2 chili in due settimane con le sue ricette
IEasy Microonde, app per chi non ha tempo e vuole prepararsi qualcosa di veloce
Astrologia e Cucina, divertente app che propone diete personalizzate a seconda del segno in affinità con le peculiarità astrali di ognuno

Come nel "De Re Coquinaria" di Apicio, l'ausilio della scrittura, su papiri,pergamene e libri era usato quasi esclusivamente per la trasmissione della cultura culinaria di un popolo, e poco per la diffusione tout court delle ricette, che invece seguivano la trasmissione orale. Ma migliorando le tecniche di comunicazione ci si è resi conto delle possibilità commerciali legate alla diffusione di massa dei libri di ricette.

anno 2 n.11 dicembre 2012

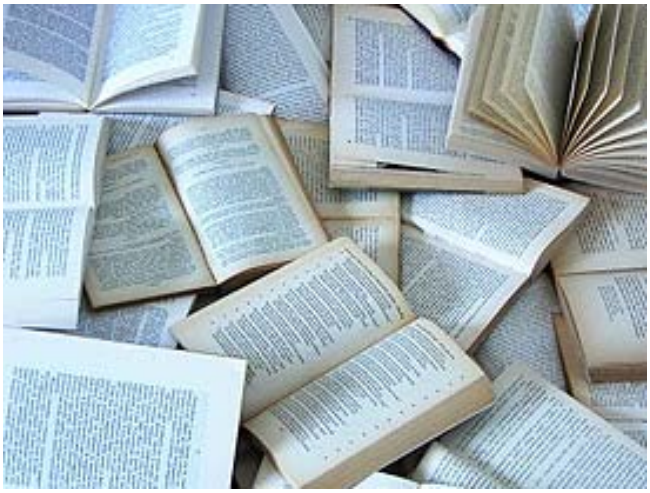
letteratura –
di Christopher Pacioni

Novità e furore per le humanae litterae. Jane Austen sposa google.

Il potere comunicativo ed estremamente globalizzante dei mass media non esime la delicatezza riservata della letteratura. Ma quale sarà la sua reazione a questo stimolo?
Luci e ombre della letteratura cibernetica. Un nuovo traguardo o un fuoco di paglia?

Tra e-book, wikipedia e siti che ricordano molto i vecchi salotti letterari del '700, anche Catullo, Ovidio e perfino Omero trovano una via alternativa alle vecchie pergamene e al semplice cartaceo di un libro: diventano telematici. Ma cosa avrebbe detto il caro vecchio Cicerone al riguardo? Il difensore delle tradizioni e del mos maiorum(costume degli antenati) per antonomasia si sarebbe schierato contro o a favore? Difficile da dire ma sarebbe utile sgombrare il campo da ombre e perplessità.
Sicuramente, nella nostra era niente è più legato alla tradizione di un libro. Un compagno di viaggio, depositario di sogni, paure e, perché no, frustrazioni del lettore che non andrebbe mai separato dall'uomo moderno, immerso fino al collo nel mondo cibernetico tanto da rischiare di affogarci dentro. Qualcuno potrebbe dire che un libro rimane forse l'unica ancora alla realtà, al vecchio mondo cui stiamo sempre più voltando le spalle. Ora la domanda è: un'opera d'arte affermata da secoli non sarebbe più la stessa se estratta dalla carta e trasformata in una lunghissima catena di bit? Domanda retorica naturalmente, la cui risposta è senz'altro un secco no. Non è certo una pagina a rendere un capolavoro tale. Ciò che davvero solleva non poche incertezze è l'affetto che tutti provano verso un libro, fisicamente parlando: insomma, cambia la forma, non il contenuto. Tuttavia, l'e-book rappresenta probabilmente l'espressione massima del futurismo, proprio a proposito del gioco forma e contenuto o, meglio ancora, forma e movimento. In molti dipinti futuristi vediamo come la forma perde tutta la sua importanza in favore dell'apoteosi del movimento, l'unica vera realtà. Un libro elettronico non fa alcuna differenza: la Divina Commedia si trasforma in un insieme di collegamenti elettrici, un insieme di byte, ma resta la Divina Commedia. E poi, se vogliamo guardare un'opera letteraria a livello

fisico, non è anche un libro in carta o pergamena un insieme di atomi in movimento?
Mettendo da parte l'electronic book, lo stesso discorso vale per facebook, siti e forum interamente legati alla discussione letteraria. Certo, da un punto di vista più lirico e poetico, un gruppo di lettura è molto più significativo quando le discussioni vengono poi organizzate di persona, ma se anche si avvalessero di una di queste vie alternative di confronto non perderebbero il loro significato, o almeno non totalmente. Anche in questo caso, l'unico problema è dato, da una parte, dall'attaccamento alle tradizioni e, dall'altra, dal valore "umano" di un volume di famiglia soggetto a usura o di un incontro vero tra letterati.
Per concludere, manca un aspetto fondamentale da mettere in luce: l'importanza della trasmissione. Non è forse questo il fine ultimo di chi cura e dedica la sua vita alla letteratura? Oltre all'arricchimento personale, ogni letterato ha il diritto e il dovere di tramandare le humanae litterae. E quale miglior via di internet? Ormai la rete rappresenta a tutti gli effetti un patrimonio inestimabile di informazioni, lo sappiamo tutti. Ma nessuno sottolinea come, tra queste informazioni, si trova anche tutto lo scibile umano che, così, è davvero alla portata di tutti, indistintamente. Avremo realizzato il sogno di Dante di fare cultura per chiunque? Chissà. Magari.



anno 2 n. 11 dicembre 2012

design - di Martina Zanuzzi

Design come interazione

In principio era solo un groviglio di fili. Un grande vuoto nero costellato di puntini colorati che squarciavano il buio lasciandosi dietro tracce luminose sottili come spaghetti. L'era emotiva stava per cominciare. Affacciati sull'immensità dell'emotional web con quel surreale affollarsi di pallini, Sepandar Kamvar e Jonathan Harris intuivano solo l'inizio di una nuova creazione, una galassia da popolare con faccine e cuori di centinaia di migliaia di internauti.

Torniamo indietro.

Tutto iniziò durante un viaggio on the road in Nord California quando, dopo l'ennesima birra, il discorso cade su Facebook . Nell' estate 2005 i social network erano una novità da esplorare e Harris e Kamvar, 25 e 27 anni, solo due visionari dell'informatica. «Il web stava diventando un concentrato affascinate di umanità e complessità. E loro avevano un'idea: mixare algoritmi, sentimenti e arte» racconta Sep, oggi docente di matematica alla Stanford University.

«Quel giorno decidemmo cosa fare: un programma che setacciasse blog e social network per intercettare due frasi chiave, I feel e I'm feeling. L'obiettivo era creare un database delle emozioni che visualizzasse con grafici, immagini e parole lo stato d'animo del mondo». Così, nel 2006, è nato We feel fine, un progetto che in quattro anni ha monitorato 12 milioni di sentimenti, collezionando le storie di un campionario umano di oltre due milioni di persone, suddiviso in base a età, sesso, città, nazione, stati d'animo e condizioni atmosferiche.

Una mappa emotiva online in continua evoluzione, in grado di captare il nostro coefficiente di felicità in tempo reale. La galassia di atomi impazziti da cui erano partiti Jonathan e Sep non era più soltanto un cielo a tinte fluo. L'avevano trasformata in una lavagna planetaria dove basta un clic perché ogni pallino esploda in una parola, e la parola in un'immagine, per arrivare finalmente a noi: ai racconti e alle foto disseminati nella blogosfera, e a chi quella parola l'ha postata magari un'ora prima. «Per sentire dove batte il cuore degli abitanti del web», spiegano Kamvar e Harris, «era sufficiente un algoritmo». La prima sorpresa: che nella maggior parte dei casi chi si mette al computer lo fa per raccontare al mondo che quel giorno tutto sommato "sta meglio". Un sistema tarato per monitorare un campione che si esprime in inglese, e in particolare gli internauti tra i 10 e i 60 anni, non può avere pretese di scientificità, ma le tendenze che emergono coincidono in larga parte con i dati forniti dai sociologi.

INTERVISTA A JONATHAN HARRIS E SEP KAMVAR

Perché la gente ha cominciato a raccontarsi sul web?
La spiegazione migliore l'ha data una blogger, Michelle Fry. Per lei si tratta di «un ottimo modo per sviluppare le idee senza l'ansia di una conversazione a tu per tu», liberi di scegliere i propri tempi e di seguire un pensiero alla volta. Commentando il fenomeno YouTube, anche l'antropologo Michael Wesch ha detto qualcosa di simile. E cioè che moriamo dalla voglia di metterci in relazione con gli altri, purché senza gli obblighi impliciti nei consueti rapporti interpersonali.

Tanto da rinunciare al concetto di privacy?
È evidente che l'abbiamo già fatto. I giovani americani in particolare hanno barattato il concetto tradizionale di privacy in favore di una nuova libertà, l'espressione di massa. Le pubbliche confessioni però non sono solo una cosa di oggi. A inaugurare il genere, non molto dopo l'invenzione della stampa, ci ha pensato Montaigne con i suoi Saggi. Una rivoluzione. Era la prima volta che qualcuno condivideva la sua intimità con centinaia di persone. Quello che voglio dire è che c'è continuità, che siamo figli di quella cultura e che in fondo non c'è niente di nuovo.

Con questo modo di comunicare ci stiamo abituando a pensare al plurale? Dalla parola io stiamo passando alla parola noi?
No, il web non significa questo. Sono aumentate velocità e vastità della comunicazione, ma le tecnologie che hanno potenziato l'ampiezza dei contatti spesso ne riducono la profondità.
Il titolo del vostro progetto, We feel fine, significa "stiamo bene". Ne è proprio così convinto?
Se facciamo un passo indietro e osserviamo il quadro d'insieme, la sinfonia di tutte le nostre emozioni, emerge un tessuto comune, un'umanità che miscela sensazioni transitorie ma condivise. E in questo senso sì, posso dire che stiamo bene, perché nel mondo batte un cuore solo.

Questo è un lavoro senza precedenti. C'entra più la sociologia, l'antropologia o l'arte?
Tutte e tre le cose. We feel fine è un software, un'operazione artistica, una base sperimentale per le indagini dei sociologi. Fino a poco tempo fa sarebbe stato un mix impossibile. L'opportunità è arrivata con blog e social network.

Qual è il dato che vi ha colpito di più?
La relazione tra felicità e gratitudine. Quelli grati a qualcuno in realtà sono anche i più felici. È straordinario quanto la nostra rete di rapporti influenzi la vita emotiva. La maggior parte dei sentimenti che ci caratterizzano derivano dall'interazione con le persone più care.

Dalle vostre indagini emerge che gli anziani sarebbero più felici dei giovani. Perché?
Avere un futuro e parecchi ormoni in circolo non può non influire. I blog trasudano l'ansia esistenziale dei teeneager. Mentre le manifestazioni di gioia sono un po' più frequenti man mano che si avanza negli anni, tristezza, odio e fastidio invece invecchiando calano drasticamente.

Dopo cinque anni passati a osservare le vite degli altri, che cosa è cambiato nella vostra?
Scrutare dall'esterno milioni di emozioni di milioni di persone sovrapponendo le loro vite ti dà un senso di prospettiva e di umanità condivisa. È una cosa utile.

Non vi siete messi a elaborare anche i vostri sentimenti?
No. Ma forse si possono dedurre da altri dati che abbiamo raccolto. Durante la stesura del libro ci siamo dati il cinque 147 volte, Jonathan è andato a farsi 286 nuotate, io mi sono comprato 56 confezioni di cheddar dolce a pezzetti. Invece il numero di persone che hanno scambiato le nostre email di invito al progetto per spam è talmente alto che abbiamo perso il conto.

Che rischi ha il social web?
Più stai al computer, meno hai tempo per sviluppare relazioni personali. Più entri nei meccanismi della comunicazione di massa, più sottrai ai rapporti individuali. La soluzione sta nel trovare un equilibrio tra le due cose.

Non teme che qualcuno possa strumentalizzare questo tipo di ricerche, per esempio a fini commerciali?
Certo, il rischio c'è. Come si monitora l'umore in una giornata di sole, così si può valutare l'indice di gradimento di una Pepsi o di un candi-

dato alle presidenziali. Durante le elezioni del 2008, per esempio, avevamo chiaro chi avrebbe vinto in base alle emozioni suscitate dai vari contendenti. Un'indagine sui sentimenti è più facile da realizzare e meno cara di un sondaggio elettorale, e in futuro potrebbe rivelarsi uno strumento molto potente.

Chi comunica meglio online, gli uomini o le donne?

Le donne sono più brave a esprimere le emozioni, hanno un vocabolario più vasto e ricco di sfumature. Sono consapevoli e coinvolte nei rapporti di relazione e i loro post sono molto personali. Gli uomini hanno un approccio individualista. Parlano di potere, di successo, ma le parole che fanno da contraltare sono "inquieto" e "a disagio". Le donne sono più facilmente preda di dubbi e tristezze, ma controbilanciano dimostrando affetto e gratitudine.

Chi è la persona più felice che ha trovato in rete?

Non ci sono dubbi. Il mio "socio", Jonathan Harris.

Il web diventerà una nuova forma d'arte? Sì, e con tre caratteristiche straordinarie che nessun media e nessuna forma artistica hanno mai avuto prima: accessibilità, dinamismo e interazione.

È la strada per sentirci tutti più liberi?

Come dà la libertà, il web ha anche la capacità di toglierla. Per esempio quando sviluppa dipendenza. Per la tecnologia vale ciò che un monaco buddista disse al Nobel Usa per la fisica Richard Feynman in visita in Tailandia: «Ogni persona possiede la chiave che spalanca le porte del paradiso. Ma è la stessa che apre quelle dell'inferno».

Sport di Riccardo Testa

Social training

Siamo digitalizzati! Pensateci bene…. Tutti noi siamo ormai assuefatti all'idea di un social network che ci riunisca tutti, una piazza telematica dove incontrarsi, scambiarsi link ed opinioni. La massiccia espansione di Facebook, l'incalzante pedissequità di Twitter che riscuote sempre più consensi, altro non sono che esempi di come il nostro vivere quotidiano sia influenzato dalla socializzazione telematica. Esistono applicazioni per qualsiasi "esigenza", usando un termine al limite dell'opportuno visto che solo pochi anni fa tutto ciò non esisteva. Il piede che ha preso questa nuova concezione di comunicazione e tecnologia mescolate portano i tecnici del settore ad ingegnarsi, creando a volte vere dimostrazioni di genio. Come, ad esempio, We-Sport, social network innovativo presentato nel corso del workshop "I Realize Start-Up"; patrocinato dalla Global Enterpreneurship Week, gruppo anglo-americano che fonde la serietà della Kauffman Foundation USA e gli intenti del primo ministro inglese Gordon Brown. In Italia il coordinamento è affidato a MetaGroup, che ha organizzato questo workshop giornaliero durante il quale We-Sport ha mosso i suoi primi passi. Questo innovativo social network combina la necessità attuale di condivisione virtuale con il concetto di "Facciamolo insieme!". In pratica, We-Sport funziona come un

qualsiasi social. Ci si autentica registrandosi e si crea il proprio profilo con sesso, età, città e sport praticati. Sulla base delle proprie preferenze, e tramite la funzione di localizzazione l'iscritto potrà cercare, tra amici e sconosciuti, chi si allena vicino casa sua, quali sport si praticano di più e dove vengono praticati, grazie alla condivisione tra gli utenti di tutte le informazioni relative a gare podistiche, sedute di allenamento concordate in rete e poi svolte al parco etc. etc. Insomma, il modo migliore di conciliare la virtualità di un social con l'allenamento fisico, o la pratica di uno sport, per effettuare i quali coloro che si sono conosciuti in rete possano allenarsi poi insieme, fisicamente. La possibilità di passare dal virtuale al vis a vie, praticare sport in gruppo che non si sarebbero praticati da soli, semplicemente scambiarsi consigli o darsi obiettivi negli allenamenti è la vera chiave del successo di We-Sport. Possono nascere, nel nome dello sport, anche belle amicizie o rapporti di coppia…è dimostrato dai dati crescenti legati ai primi mesi di lancio del social, che tra gli sportivi si sta ritagliando

SCUOLA DI POLITICA

DEMO CRATICA

TA TURBOARTE.IT

6 workshop d'ARTE

Teatro de'Servi Roma, via del Mortaro 22 - ore 17,30 - 19,30

Cinema - Teatro
25 gennaio 2012

Fotografia - Arte
22 febbraio 2012

Politica
21 marzo 2012

Architettura
18 aprile 2012

Musica
16 maggio 2012

Moda
13 giugno 2012