

UNA COSA TIRA L'ALTRA

Roberto Bottazzi

15

Puoi comprare una *Xbox Kinect*, modificarla e scansionare una stanza intera, puoi mappare lo spazio scansionato e le sue relazioni utilizzando software quali *Impure*, puoi modificare lo spazio ed il suo contenuto usando *Sketchup*, o semplicemente scaricare oggetti già modellati da quella enorme database che è *Google Warehouse*. Se vuoi saperne di più su quel che stai facendo o potresti fare puoi leggere un articolo o un libro su *Scribd.com*, mentre *YouTube* può aiutarti nel cosiddetto *troubleshooting* quando incontrerai problemi. Infine per un costo irrisorio puoi costruirti la tua prototipatrice rapida e materializzare il tuo lavoro. Finalmente, il risultato di questo processo può essere pubblicato su un blog o addirittura distribuito globalmente attraverso il servizio di *Amazon self-publishing* per *Kindle*.

Quanto sopra descritto non è frutto di ipotetiche speculazioni ma è ormai parte dell'armamentario che un designer ha a portata di mouse nel mondo di internet e delle tecnologie digitali. Il tema della clandestinità assume infatti connotazioni particolari quando si parla della rete e delle tecnologie digitali più in generale. Sin dai primi giorni di internet un vero e proprio universo parallelo fatto di siti da cui scaricare file più o meno legali ha avuto enorme popolarità al punto tale che il clandestino ha in un certo qual modo vinto. Non si tratta più di un fenomeno nascosto, di nicchia – anche se il problema della legalità per-

mane – ma di una caratteristica essenziale e spesso celebrata della rete.

È proprio quest'ultimo aspetto che ci piace di internet. Il fatto che fra le tante iniziative commerciali ci sia ancora spazio per una creatività diffusa, spontanea, dinamica che è riuscita ad ottenere e mantenere, almeno per ora, un'enorme popolarità. È questo clandestino diffuso e *pubblico*, per così dire, che ha formato i tratti essenziali della cultura della rete entro la quale le pratiche progettuali e di distribuzione di idee hanno trovato un terreno fertile per svilupparsi.

L'impatto di cui parliamo – esemplificato nel primo paragrafo – è tuttavia semplicemente accaduto. Si tratta cioè di pratiche la cui evoluzione e popolarità non è stata supportata o preceduta da nessuna teoria. A dire il vero una teoria della rete già esisteva nei primi anni Ottanta quando programmatori quali Richard Stallman – fondatore della *Free Software Foundation* (1985) – avevano ideologicizzato il dibattito cercando di imporre, anziché crescere, la logica del *no-copyright* su tutta la produzione intellettuale in rete. Questa visione ideologicizzata si è però lentamente sgretolata sotto i colpi di quel che potremmo definire un atteggiamento basato sulla performance rappresentato con grande successo da *Linux*, il sistema operativo open-source ideato da Linus Torvalds. Senza una ideologia politica pre-determinata, *Linux* ha mantenuto un at-

teggiamento più pragmatico e trasparente lasciando agli utenti il compito/diritto di determinare il futuro del loro sistema operativo. La differenza fra questi due approcci ha creato prodotti altrettanto diversi per caratteristiche e diffusione. Nonostante una robusta letteratura su questi fenomeni, vi sono ancora pochissimi studi che analizzano questi fenomeni quali prodotti culturali che hanno alterato le metodologie progettuali e i prodotti generati da architetti e designer.

Una prima concettualizzazione del problema è fornita dall'editore capo di "Wired USA" Chris Anderson che nel suo recente *Gratis* analizza dal punto di vista culturale ed economico come la rete abbia creato una vera e propria economia senza denaro. Nonostante l'analisi del problema sia complessa e confermi che la rete sia un mondo in cui l'auto-gestione è sempre preferita alle imposizioni esterne, il ragionamento di Anderson finisce per incagliarsi in un paradosso di fondo. Egli infatti sostiene che la promessa implicita nello scambiare gratuitamente merci e servizi in rete sia quella di poter comunque generare profitti altamente lucrativi. Noi crediamo invece che il valore di questi fenomeni sia principalmente culturale e creativo, anche se non si tratta di un valore misurabile attraverso il denaro, i milioni di utenti che scaricano, condividono, utilizzano queste tecnologie sono mossi da un tornaconto personale di natura so-

cio-culturale – legato al loro stile di vita – o semplicemente dalla possibilità di utilizzare strumenti sempre più raffinati e potenti.

La chiave di lettura culturale-politica offre infatti molti più spunti per comprendere e valutare il fenomeno dello scambio gratuito e della co-progettazione di strumenti creativi online. Secondo la tradizione marxista la rimozione del prezzo è infatti un passo essenziale per innescare un processo di sperimentazione avviato a trasformare il ruolo sociale dei beni di consumo. Guy Debord descrivendo le rivolte afro-americane nel quartiere di *Watts* a Los Angeles nel 1965 ha espresso meglio di altri la natura creativa dello scambio gratuito sostenendo che «quando non deve più essere acquistata, la merce può essere criticata ed alterata, indipendentemente dalla forma che questa trasformazione prenderà».

La clandestinità della rete non quindi semplicemente una questione di *illegalità*, ma una *necessaria* modalità attraverso cui le tecnologie vengono appropriate e poi essere sviluppate e mutate attraverso un accesso ed uso illimitato.

Un brillante esempio dell'impatto di tale trasformazione è rappresentato del recente lavoro del regista americano David Lynch. Nel suo ultimo lungometraggio *Inland Empire* (2006) Lynch utilizza i media della rete – *in primis* il suo stesso sito internet – non soltanto come funzionali strumenti di ar-

chivazione e consumo del proprio lavoro ma piuttosto come veri e propri strumenti creativi. Lynch ha esplicitamente dichiarato che il film utilizza la rete come fonte di ispirazione sia dal punto di vista delle tecniche impiegate che nel tipo di esperienza che vuole suscitare nello spettatore. Come nella descrizione illustrata all'inizio del pezzo, Lynch mischia media diversi quali la video camera – di relativa bassa qualità rispetto ad una tipica produzione hollywoodiana – la macchina da presa tradizionale, e materiali girati indipendentemente dal film ed archiviati sul suo sito internet definendo così una metodologia di lavoro ibrida soltanto possibile attraverso gli strumenti della rete. È qui importante notare due trasformazioni fondamentali del processo creativo. Da un lato il carattere convergente dei media digitali: la traduzione di qualsiasi media sia suono o video in un codice binario formato da numeri consente una totale permeabilità tra i diversi media producendo un assottigliamento delle differenze fra i vari generi, ma anche una riduzione della distanza tra chi produce e chi riceve il prodotto. Allo spettatore del film di Lynch vengono proposti una serie di frammenti scollegati sia dal punto di vista dei media usati che da quello narrativo. Lo spettatore diviene parte dell'opera per formare dei veri e propri *hyperlink* tra i vari frammenti di modo da stabilire – seppur in modo parziale ed arbitrario – una lo-

gica di fondo. Come tale non si può quindi propriamente parlare del film come un prodotto finito, ma, proprio come per i siti internet che navighiamo quotidianamente – di un palinsesto aperto che può essere continuamente riconfigurato. Al tempo stesso, la figura stessa dell'autore muta. All'interno della rete la logica dell'*hyperlink* domina le modalità con cui la conoscenza si forma. Mentre leggiamo un testo il cursore del nostro mouse si ferma su una parola che ci incuriosisce. Prima di terminare quello che stavamo leggendo clicchiamo sulla parola che ha catturato la nostra attenzione ed una nuova pagina si apre davanti a noi. Ancora più contagiosa è poi la accuratezza con cui siti quali *Amazon* o *YouTube* riorganizzano il loro archivio per indicarci quali prodotti o video sono connessi a quello che stiamo osservando sullo schermo. Si tratta di una logica associativa in cui le i frammenti che osserviamo non sono uniti tra loro da un'unica logica, ma rimandano l'un l'altro attraverso una sorta di eco. Lynch sintetizza questo vagabondare tra media e significati sostenendo che in rete *una cosa tira l'altra*, appunto. Allo stesso modo gli architetti e i designer devono continuare a garantire che la creatività spontanea e diffusa che troviamo in rete non solo resista i vari tentativi di ricacciarla nella clandestinità ma che continui a crescere. Continuare ad ibridare tecnologie, codici linguistici, e metodi di lavoro sarà essenziale per questa sfida.



1/2

Parallelo 35: installazione per il festival dell'arte aumentata a Chattanooga. L'installazione, soltanto visibile sullo schermo del telefono cellulare, è stata interamente disegnata attraverso software gratuiti.

