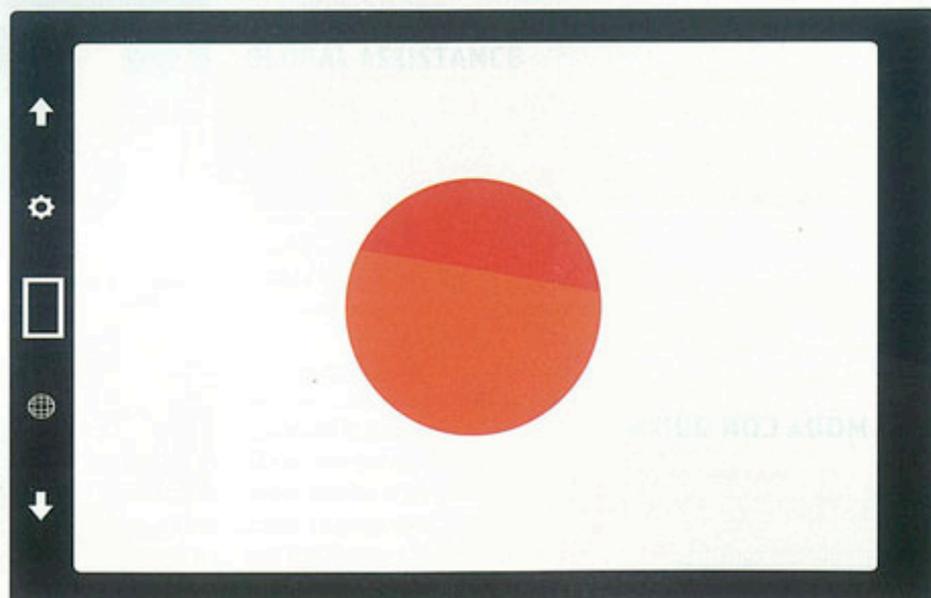


LA COMUNICAZIONE COME CONVERSAZIONE TRA DISPOSITIVI

Oggi il dialogo tra oggetti tecnologici in grado di influire in modo determinante sui nostri comportamenti, appare sempre più sofisticato. Le apparecchiature tecnologiche stanno diventando dei veri e propri coagulanti di esperienza.

di FRANCESCO MORACE E LUCIA CHROMETZKA
www.futureconceptlab.com

➔ Per molti anni gli avanzamenti tecnologici con hardware sempre più potenti non hanno saputo interpretare in modo corretto le sensibilità socioculturali che erano comunque l'espressione di valori e comportamenti profondamente umani, spesso ignorati da tecnici e ingegneri che valutavano unicamente l'innovazione tecnologica nella progettazione dei propri dispositivi. Oggi invece il momento sembra essere arrivato: il dialogo tra oggetti tecnologici in grado di influire in modo determinante sui nostri comportamenti, appare sempre più sofisticato e in relazione con le nostre esigenze digitali. Le apparecchiature tecnologiche stanno diventando dei veri e propri coagulanti di esperienza. La pervasività della tecnologia permette di enfatizzare e amplificare - e non più di manipolare - la qualità dei contenuti che intendiamo comunicare. Il Giappone rappresenta in questa dimensione la frontiera più avanzata. Il 95,1% dei giapponesi possiede un telefono cellulare: questo dato fa del Giappone uno dei paesi al mondo con il più alto numero di apparecchi mobili procapite. Inoltre, il 55,4% dei nipponici accede a internet attraverso il browser del proprio cellulare (negli USA lo fa il 36,4%, in Europa il 28,8%): tuttavia il traffico dati attraverso il telefono può essere lento e incostante. Si aggiunga che gli hotspot wi-fi non sono molto diffusi e capillari sul territorio giapponese. Per questo motivo si stanno diffondendo



in tutto il Giappone i modem wi-fi tascabili, ormai parte integrante dell'offerta di tutte le maggiori compagnie telefoniche. Questi piccoli ma potenti modem garantiscono la connessione fino a cinque dispositivi, con un segnale forte e capace di garantire un'esperienza di connessione superiore a quella di uno smartphone. È in questo senso che appare ormai matura la definizione di "realtà aumentata" per una esperienza che non è alternativa alla dimensione fisica e materiale, ma al contrario riesce finalmente a integrare le qualità della fruizione reale dei prodotti e delle esperienze con la potenza di coagula-

zione dei servizi tecnologici e dei nuovi dispositivi che sono a disposizione degli utenti. Usiamo questa analogia biologica per indicare un salto di qualità rispetto alla semplice idea di convergenza digitale, o di multimedialità: la coagulazione del sangue infatti avviene solo a determinate condizioni organiche e ambientali. Per la comunicazione oggi è necessario garantire lo stesso incontro felice tra qualità dei contenuti, quantità degli stimoli e integrazione nella realtà concreta.

I tempi delle realtà virtuali del cyberpunk o di Second Life sono definitivamente archiviati.

casi dal mondo



▼ IL PROTOTIPO GOOGLE PROJECT GLASS

La presentazione del prototipo di Google Project Glass ha diviso il pubblico e gli esperti tra entusiasti e critici. Si tratta di un hardware che integra il web con la vita reale, un esperimento molto concreto di realtà aumentata. Questi particolari occhiali includono una videocamera e un piccolo schermo di fronte all'occhio

e sono dotati di sensori di movimento e connessione, navigatore satellitare e sistema antifurto. Il dispositivo è progettato per essere autonomo, non è cioè una periferica di PC o telefono. Già disponibili per alcuni sviluppatori, i Google Glass saranno in vendita al pubblico nel 2014. La chiave del successo di questo progetto sarà l'integrazione di hardware e dati (la vera grande ricchezza di Big G) in una nuova idea di monitor intelligente e non invasivo.

► LA COLLEZIONE COLORS OF SHADOW DI SUGIMOTO PER HERMES

Il brand francese del lusso Hermes, in collaborazione con il fotografo giapponese Hiroshi Sugimoto, ha creato una collezione di sciarpe a tiratura limitata basata sulla serie Colors of Shadow. Colors of Shadow di Sugimoto è un progetto decennale ispirato da esperimenti scientifici sviluppati da Newton e Goethe sull'origine del colore, dalle dottrine buddiste dell'Asia dell'Est e dalla risposta psicologica al colore. Venti degli oltre 200 scatti fatti da Sugimoto all'alba nella sala del tè del suo studio di Tokyo con una Polaroid sono stati trasformati in una edizione limitata di 140 sciarpe (sette per ognuno dei 20 disegni) che vengono ven-



dute per 10.000\$ l'una. Il progetto Colors of Shadow, nato dalla collaborazione tra Sugimoto e Pierre Alexis Dumas, direttore creativo di Hermes, è stato presentato al pubblico nella Fiera dell'arte di Basilea qualche mese fa.

LESSON LEARNED

1 Favorire il passaggio dalla convergenza digitale alla sovrapposizione dei contenuti per garantire la trasmissione su diverse piattaforme.

2 Sviluppare il dialogo costante tra dispositivi per allinearsi alla crescente prevalenza del contenuto sul canale e sullo strumento.

► IL SITO AEREO.COM

Dopo anni di forti contrasti tra TV e Internet, l'industria televisiva sta oggi lanciando progetti capaci di integrare il broadcasting con le nuove apparecchiature mobili. Aereo.com è un sito che propone in abbonamento i contenuti della TV classica (via cavo e via etere) che però possono essere fruiti anche attraverso computer, tablet e smartphone. Il principio è molto semplice: Aereo

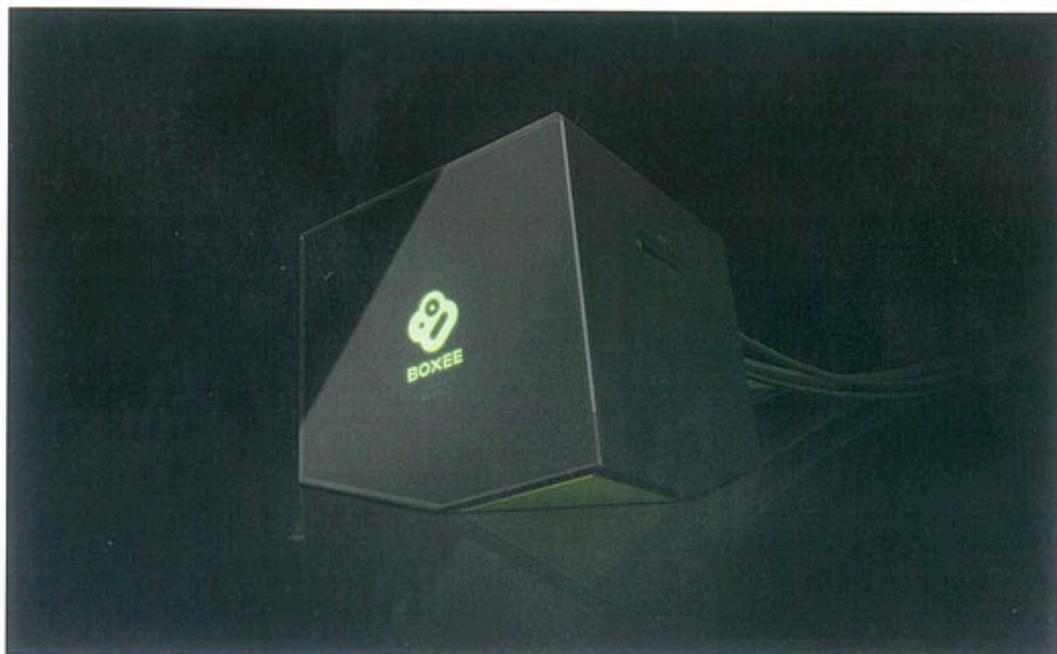
ha sviluppato una tecnologia di microscopiche antenne installate in appositi centri di raccolta dati. Ogni utente registrato può "governare" la sua antenna in remoto, attraverso il web, e può godersi i programmi preferiti in mobilità. Il servizio è ora disponibile soltanto nella città di New York e vi si può accedere con una prova gratuita a cui segue un abbonamento mensile di 12\$. Il segnale è in HD ed esiste anche la possibilità di registrare i propri programmi preferiti.



▼ BOXEE E CLAUDEE

Boxee è uno strumento che permette di raggruppare tutte le esperienze proprie della

fruizione del televisore domestico, consentendo a diversi contenuti di essere visti e condivisi su numerose piattaforme. Questa piccola scatola nera rende possibile il noleggio di film, l'accesso a episodi gratuiti di serie televisive, ma anche a Pandora, Flickr, Vimeo e altro ancora. Inoltre si possono creare palinsesti da condividere. Oppure guardare quando si vuole, via web. Boxee si può inoltre utilizzare come media center per accedere ai propri file video, audio e immagini. Di recente a Boxee è stata aggiunta Cloudee, un'app per smartphone che carica automaticamente su cloud immagini e filmati degli utenti, immediatamente disponibili su web e su Boxee.



3 Considerare mobilità e quotidianità come concetti chiave della tecnologia del futuro per costruire un'esperienza amplificata e accessibile.

► LA CITTADELLA SCIENTIFICA SKOLKOVO

Skolkovo, vicino a Mosca, è stata scelta come sede della più grande cittadella scientifica di tutta la Russia. Il progetto di quella che viene già indicata come la Russian Silicon Valley, è stato lanciato nel 2009 dal presidente Dmitry Medvedev e sta coinvolgendo architetti di fama mondiale, quali David Chipperfield e Rem Koolhaas. La Biennale di Architettura di Venezia 2012 ha visto la prima spettacolare presentazione dell'iniziativa, con un'installazione curata da Sergei Choban. Il padiglione nazionale russo è stato letteralmente tappezzato di codici QR che, grazie agli schermi di speciali tablet, si trasformavano in animazioni per presentare le opere in via di realizzazione, ma anche la storia di 37 "città chiuse" create in Unione Sovietica tra il 1945 e 1989, gestite dai servizi segreti e dedicate interamente alla ricerca scientifica.



▼ LA MUSICA ON DEMAND DI RDIO

Il settore della musica è stato uno dei più toccati dalla rapida e aggressiva evoluzione delle tecnologie digitali. Negli ultimi anni si vanno diffondendo sempre più soluzioni a pagamento in grado di garantire prezzi accessibili, un'ampia scelta di brani e servizi per la mobilità. Il caso

più recente è rdio, un servizio di musica on-demand via web avviato da Niklas Zennström e Janus Friis, già fondatori di Skype. Rdio può essere fruito su qualsiasi dispositivo e conta su un archivio di oltre 12 milioni di brani. Le playlist possono essere ascoltate in streaming oppure scaricate e ascoltate anche dove non ci sia ricezione. A differenza di Spotify (gratuito ma con annunci pubblicitari), rdio prevede abbonamenti mensili da 4,99\$ a 9,99\$.

