

IL RECUPERO VINTAGE della memoria

Viviamo in un'epoca dove la dimensione biografica è rilanciata all'infinito grazie all'estensione digitale, social network in primis

di
di Francesco Morace - @FrancescoMorace

Nello scenario in grande evoluzione nel quale l'innovazione tecnologica può giocare un ruolo decisivo, vale la pena concentrarci sulla tendenza che abbiamo definito "il vintage di sé" e che sottolinea un elemento ormai sotto gli occhi di tutti: la dimensione biografica -moltiplicata nel digitale- irrompe definitivamente nella concezione stessa dell'esistenza quotidiana. Influenzati dall'uso sempre più esteso dell'intelligenza artificiale in tempo reale nel nostro percorso di vita, viviamo una simbiosi permanente tra noi e la memoria di noi stessi e dei nostri comportamenti. Le esperienze vengono conservate per sempre nell'archivio collettivo della rete e dei social network, e danno luogo

a un fenomeno rilevante di narcisismo ricorrente e di intervento su di sé attraverso la memoria di noi stessi, in un circolo che possiamo definire ricorsivo. Assistiamo così a uno stoccaggio inesorabile della memoria personale che viene riciclata e rilanciata all'infinito, attraverso un'esperienza che un tempo le persone vivevano solo nei loro armadi: i jeans di una vita o la borsa della nonna. Il dilagare della fotografia amatoriale, dell'uso di Instagram nei social network, ma anche di post ed esperienze scritte o raccontate e della loro archiviazione progressiva e a volte ossessiva, propone un nuovo concetto di collezione biografica e lo sganciamento dei momenti di vita dal semplice status socio-economico. Facebook -in



Fonte: Future Concept Lab

modo inquietante e geniale-asseconda il fenomeno creando a nostra insaputa "i tuoi ricordi su Facebook" e "gli album della memoria" con le immagini scattate da noi, che poi ci sottopone come un regalo felice con tanto di colonna sonora. Viene in questo modo proposto un recupero vintage della memoria: ciascuno viene invitato ad apprezzare ciò che ha fotografato, scelto o vissuto qualche mese o qualche

anno prima. I riti, le passioni, le abitudini più rilevanti vengono continuamente riprese e riconosciute, segnando in questo modo le nostre esistenze, diventando piano piano memorie consolidate al di là delle nostre intenzioni.

I beni privati e personali sono sempre meno status, espressione di condizione sociale, e si sedimentano invece nella nostra percezione



Moleskine

Al vintage di sé e all'intervento creativo nella realtà quotidiana si aggancia il successo di una marca come Moleskine che interpreta questa duplice esigenza di racconto di sé e di riconoscimento poetico. Il taccuino che ha collegato nel suo uso gli interpreti delle avanguardie artistiche e letterarie, sembra incarnare questa esigenza di riflessione creativa, e di formazione del proprio immaginario, lavorando su una marca costruita sulla letteratura che diventa realtà di consumo. Con Moleskine ciascuno di noi può sentirsi poeta e progettista della propria esperienza quotidiana. Scrivendo, disegnando o anche solo annotando i propri appuntamenti di lavoro.

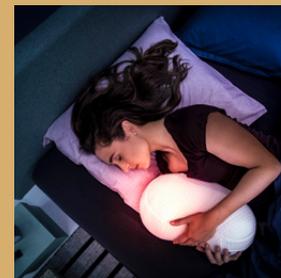
biografica, "ripescati nella memoria" come la famosa madeleine di Proust, catalizzatori di affetti ed esperienze. Ogni frammento di vita è alla ricerca di una tonalità affettiva, un aggancio psichico e di relazione con i riti della vita quotidiana, in alcuni casi anche con l'obiettivo di migliorarci la vita. Ciò può avvenire con nuovi oggetti smart che interpretano la nostra condizione, come il cuscino che ci fa dormire meglio.

Esiste poi un versante creativo e progettuale di questa tendenza biografica, che ha dato vita ad esempio a un nuovo genere letterario, a metà strada tra il saggio e il diario, di cui l'ultimo libro di Vittorio Zucconi "Il lato fresco del cuscino. Alla ricerca delle cose perdute" rappresenta un esempio emblematico. Come si legge nella seconda di

copertina: "Le nostre vite sono segnate da oggetti che rimangono impressi nella memoria, come a scandirla con visioni e suoni che sembrano rimasti lì, a fissarci per sempre".

Si tratta di un intervento poetico nel quotidiano secondo una logica destrutturata e combinatoria che pone al centro oggetti simbolici: "Così le cose si animano e animano la scrittura: ci sono il ticchettio della Lettera 22 paterna a cadenzare le insonnie infantili e il videoregistratore Betamax, frutto dimenticato di anonimi ingegneri della Sony, per sfuggire alla noia asfissiante dei plumbei inverni sovietici". Una normalità della fruizione fatta di eccezioni, prodotte da singoli ConsumAutori che non si sentono più imbrigliati da mode, tendenze, fenomeni cool e che attivano esperienze free & freak come versi liberi.

Ognuno è in grado di proporre il suo verso, la sua interpretazione e declinazione di un prodotto, di un servizio, di un'esperienza, che sia intuitiva, impulsiva, associativa, con un pensiero che ama saltare alle conclusioni, automatico, inconscio, veloce. Il presente del consumo appare dunque modellato dall'interpretazione poetica e dallo spiazzamento del verso. La poesia prevale sulla prosa del quotidiano, scardinando definitivamente i modelli narrativi più schematici, come il consumo aspirazionale ancorato al fashion system. 



Somnox

È un cuscino smart per sostenere chi ha problemi a prendere sonno ed è il risultato della creatività di un gruppo di studenti e di ingegneri della Delft University of Technology in collaborazione con esperti dei disturbi del sonno e i loro pazienti. Studiato per far addormentare come si faceva da bambini, abbracciati a bambole e pupazzi, questo cuscino robot, grazie alla sua imbottitura che nasconde un'anima tecnologica e intelligente, si adatta al corpo dell'utente e si sintonizza sul suo respiro per poi suggerire il ritmo respiratorio più adeguato per un sonno continuativo. Dotato di speaker Bluetooth, può essere usato per ascoltare musica o la lettura di un libro e può anche essere sincronizzato con lo smartphone per monitorare la qualità del sonno ed emettere una luce crescente per simulare il sorgere del sole.