Fig. 15 – Fatman iTube 252, amplificatore a valvole per l'iPod

Fig. 18 – Il primo modello di Walkman della Sony del 1979

Fig. 19 – Griffin Powermate, una manopola per il controllo del volume per computer

Fig. 17 – Grohe Ondus, rubinetto per la doccia

Fig. 14 – Apple iTunes Store, il negozio on line Apple per la vendita di singoli brani musicali o di interi album

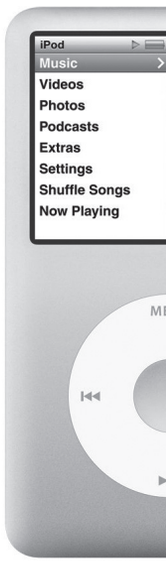


Fig. 16 – Bticino Axolute Video Station, sistema di controllo per la domotica

Fig. 13 – Il software Apple iTunes per la gestione dei brani musicali. Nella finestra superiore compaiono le copertine degli album, mentre in quella inferiore l'elenco dei file dei brani che lo compongono

Fig. 12 – Un 45 giri in vinile della Apple Records, la casa di produzione fondata dai Beatles nel 1968

Fig. 11 – Una cassetta

Fig. 10 – Copertina del disco 45 giri dei Beatles che ospita sul lato A "Come together" e sul lato B "Something"

I-Pod, and you?

Dario Mangano

Fig. 2 – Una cuffia a padiglioni sovraurali

Fig. 3 – Auricolari AKG K324P

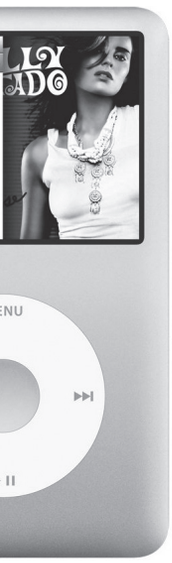


Fig. 1 – Apple iPod

Fig. 4 – iCarta, dispenser di carta igienica con integrato un sistema di casse per amplificare l'iPod

Fig. 5 – Edifier iF200, accessorio per trasformare l'iPod in una sveglia

Fig. 6 –Technics Sl-1200, prodotto dal 1972 è considerato il giradischi più affidabile mai realizzato, nato per l'alta fedeltà è diventato un riferimento per i DJ di tutto il mondo

Fig. 9 – Phonophone II, amplificatore passivo (non fa uso di corrente elettrica) che riprende la linea dei vecchi grammofoni

Fig. 8 – Un giradischi contemporaneo

Fig. 7 – Technics SL-DZ1200, lettore CD e MP3, riprende il look and feel del Technics SL-P1200 (fig. 6), nonché le sue funzioni (spin, scratch, break etc.) cambiando il tipo di supporto riprodotto da vinile a CD, MP3 etc.

EIC Serie Speciale
Anno III, nn. 3/4, 2009, pp. 8-28

ISSN (on-line): 1970-7452
ISSN (print): 1973-2716

© 2009 AISS - Associazione Italiana di Studi Semiotici
T. reg. Trib. di Palermo n. 2 - 17.1.2005

«Ciao, Richard»
Lui armeggia nervosamente con le gigantesche cuffie, ne allontana una dall'orecchio e l'altra gli scivola sull'occhio.
«Oh, ciao. Ciao, Rob»
«Scusami, ho fatto tardi.»
«Non c'è problema»
«Bello il finesettimana?»
Mentre apro il negozio, lui annaspa raccattando la sua roba.
«Tutto bene, sì, ok. A Camden ho trovato il primo album dei Liquorice Comfits. Quello pubblicato dalla Testament of Youth. Qui non l'hanno mica stampato. Solo importato dal Giappone»
«Magnifico.» Non so di che cazzo stia parlando.
«Ti faccio un nastro.»
«Grazie.»
«Perché mi ricordo che dicesti che il loro secondo disco t'era piaciuto, *Pop, girls etc*… Quello con Hattie Jacques in copertina. La copertina però non l'hai mai vista. Hai visto solo il nastro che t'ho fatto io.»
Non nutro alcun dubbio circa il fatto che Dick possa avermi registrato un nastro dal secondo album dei Liquorice Comfits, e anche che io possa avergli detto che mi piaceva. Ho la casa piena di nastri che Dick mi ha registrato, e che io, nella maggior parte dei casi, non ho mai ascoltato.

Martedì sera riordino la mia collezione di dischi; mi capita spesso di farlo nei momenti di stress emotivo. Certi lo considererebbero un modo stupidissimo di passare una serata, ma io non sono fra quelli. Questa è la mia vita, ed è bello sguazzarci in mezzo, immergerci dentro le braccia, toccarla.
Quando c'era Laura avevo i dischi sistemati in ordine alfabetico; prima li avevo in ordine cronologico, a cominciare da Robert Johnson, e finendo con, non so, gli Wham!, o qualche musicista africano, o qualsiasi altra cosa stessi ascoltando quando conobbi Laura. Stasera però voglio cambiare ancora, così provo a ricordare l'ordine in cui li ho comprati: è un po' come se scrivessi la mia autobiografia, e senza dover mettere mano alla penna. Tolgo i dischi dagli scaffali, li metto in pila per tutto il pavimento del soggiorno, cerco *Revolver*, e vado avanti da lì, e quando ho finito mi sento tutto infervorato e pieno di me, perché questo, dopo tutto, è ciò che io sono. Mi piace vedere come sono passato dai Deep Purple agli Howling Wolf in venticinque mosse; non mi ferisce più il ricordo di me che ascolto «Sexual healing» durante un lungo periodo di celibato coatto, né mi imbarazza più ricordare di aver formato un club del rock, a scuola, quando facevo la quinta, così io e i miei compagni potevamo incontrarci per poter parlare di Ziggy Stardust e di *Tommy*.
Ma quello che mi piace veramente è il senso di sicurezza che mi viene dal mio sistema di archiviazione; mi sono fatto più complicato di quello che sono in realtà. Siccome possiedo un paio di migliaia di dischi, devi essere me – o almeno un dottore in Fleminologia [il protagonista del libro si chiama Rob Fleming N.d.R] – per sapere come ripescarli. Per esempio, se vuoi sentire *Blue* di Joni Mitchell, devi sapere che lo comprai per regalarlo a qualcuno nell'autunno del 1983, ma che poi decisi di tenerlo io, per ragioni in cui adesso preferisco non addentrarmi. Beh, sono storie che non conosci, per cui non sai dove mettere le mani, vero? Dovrai chiedermi di trovartelo io, e per qualche ragione io lo trovo enormemente confortante.

Ci stiamo gingillando, in negozio, noi tre, ci prepariamo ad andare a casa e ironizziamo ognuno sulle cinque migliori «canzone 1 – lato A» di tutti i tempi scelte dagli altri (le mie: «Janie Jones» dei Clash, da *The Clash*; «Thunder road» di Bruce Springsteen, da *Born to run*; «Smells like a teen spirit» dei Nirvana, da *Nevermind*; «Let's get it on», di Marvin Gaye, da *Let's get it on*; «Return of the grievous angel», di Gram Parsons, da *Grievous Angel*. Barry: «Non ti viene in mente niente di più ovvio? E i *Beatles*? E i *Rolling Stones*? E…e…e *Beethoven*, cazzo? Il primo pezzo del lato A della Quinta Sinfonia. Non dovrebbero permetterti di tenere un negozio di dischi». E allora discutiamo se lui sia uno snob oscurantista

Mi ci vollero delle ore per mettere insieme quel nastro. Per me, fare una cassetta è un po' come scrivere una lettera – è tutto un cancellare e ripensarci e ricominciare daccapo – e ci tenevo che venisse fuori un buon nastro, perché…perché, ad essere sinceri, da quando facevo il dee-jay non avevo mai incontrato nessuno tanto promettente quanto Laura, e davo per scontato che l'attività di dee-jay comportasse anche l'incontrare donne promettenti. Registrare una buona compilation per rompere il ghiaccio non è mica facile. Devi attaccare con qualcosa di straordinario, per catturare l'attenzione (all'inizio pensai di cominciare con «Got to get off my mind», ma poi mi resi conto che c'era il richio che Laura non andasse mai oltre la prima canzone del lato A, se le davo subito quello che si aspettava, così finii col seppellire Solomon Burke in mezzo al lato B), poi devi alzare un filino tono, o raffreddarlo un filino, e non devi mescolare musica nera e muscia bianca, a meno che la musica bianca non sembri musica nera, e non devi mettere due canzoni dello stesso cantante di seguito, a meno che tu non imposti tutto il nastro a coppie, e…beh, ci sono un sacco di regole.

Nick Hornby, *Alta fedeltà,* Guanda, pp. 40, 41; pp. 52, 53; p. 122; p. 78.

1. Una domanda

Tutti sanno cosa sia l'iPod[1]. Un lettore musicale, certo, un dispositivo che serve ad ascoltare i propri brani preferiti mentre si è in giro, ma è davvero soltanto questo? Se fosse così non sarebbe molto diverso dal Walkman[2] (fig. 18), il riproduttore portatile di audiocassette che Sony lanciò nei primi anni Ottanta e che l'apparecchio di Apple ha surclassato quanto a notorietà e diffusione. È chiaro che questa definizione gli va stretta, ed allora, per cercare di saperne di più, proviamo a guardare il manuale, voce dell'azienda produttrice e dunque, per definizione, dotato dell'autorità necessaria a risponderci:

> iPod classic è un lettore musicale e molto altro. Utilizza iPod classic per:
> • Sincronizzare brani, video e foto digitali da ascoltare e visualizzare ovunque
> • Ascoltare podcast, programmi audio e video scaricabili da Internet
> • Visualizzare video su iPod classic o su un televisore con un cavo opzionale
> • Visualizzare foto come una presentazione con musica su iPod classic o su un televisore
> con un cavo opzionale
> • Ascoltare audiolibri acquistati presso iTunes Store oppure audible.com
> • Archiviare o fare una copia di backup di documenti e altri dati usando iPod classic
> come disco esterno
> • Sincronizzare contatti, calendari e informazioni su elenchi attività dal computer
> • Giocare, archiviare note di testo, impostare una sveglia e molto altro

Subito ci viene detto trattarsi di un lettore musicale, eppure tale funzione quasi scompare accanto alle molteplici altre che è in grado di compiere e che sono elencate di seguito. Una gran confusione che ha una precisa origine tecnica: il fatto che l'iPod sia un dispositivo di archiviazione digitale, legato dunque alla tecnologia informatica (fig. 20). È per questo che può avere la forma che ha e non quella del Walkman (fig. 18) che invece registrava in maniera analogica sulla ormai estinta audiocassetta. Ed è per lo stesso motivo che fa tutte quelle cose che ci suggerisce il manuale. Da un punto di vista meramente tecnico, questa *digital device* (come qualche volta la sentiamo chiamare da coloro che vogliono togliersi ogni problema definitorio), non è che un dispositivo di archiviazione, un *hard disk* in miniatura, dotato di qualche circuito che gli consente di riprodurre autonomamente (ossia senza un computer che lo faccia per lui) certi formati di file tra cui (ma non solo) quelli musicali. Non a caso, come prima cosa, si dice che questo apparecchio è in grado di "sincronizzare" certi "contenuti", ossia, nel gergo informatico ormai diffuso, fare in modo che due dispositivi contengano gli stessi dati. Se il computer è dunque "personal" per definizione, anche iPod deve esserlo.

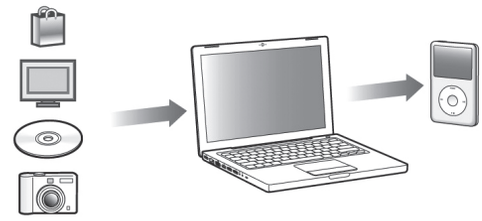


Fig. 20 – Immagine dal manuale dell'iPod classic che chiarisce il rapporto esistente tra esso, il calcolatore e i contenuti che attraverso quest'ultimo si possono poi riversare su di lui.

Ma torniamo alla capacità dell'iPod di riprodurre musica, che è quella che qui ci interessa maggiormente. A ogni ulteriore discorso va premesso un particolare tecnico inerente il processo di conversione dei segnali digitali in analogico (e viceversa). È bene sapere che, per quanto sofisticato, da questo apparecchio non usciranno mai esattamente le frequenze che un pianoforte o un sassofono hanno prodotto durante la fase di registrazione, e ciò perché il file in cui la musica è contenuta è di un tipo particolare chiamato Mp3 (al secolo Motion Picture Expert Group-1/2 Audio Layer 3). Un formato basato su un algoritmo che è in grado di ridurre lo spazio occupato dalla musica eliminando dalla forma d'onda originaria tutte quelle frequenze che l'orecchio non può udire, secondo un modello di compressione che è detto per questo *lossy*. Insomma, se anche registrassimo da un microfono perfetto che riesce a convertire senza alcun errore le frequenze che rileva in segnali elettrici, e se, dalla parte opposta, il sistema con cui riascoltiamo tali frequenze fosse anch'esso ideale, nel momento in cui musica passa attraverso la compressione in Mp3 viene irrimediabilmente compromessa, tanto che non c'è alcuna possibilità che sia identica in frequenza a quella che un ascoltatore fisicamente presente nella sala di incisione potrebbe avere ascoltato.

Ma ridurre l'iPod di Apple soltanto a questo sarebbe intollerabile, specialmente dal punto di vista di un designer. Una delle più importanti rivoluzioni estetiche, tecnologiche e sociali della contemporaneità soltanto il prodotto di un algoritmo, qualche chip, un hard disk e un paio di cuffiette? Presentato in questi termini l'iPod è roba da ingegneri, un'accozzaglia di trovate tecnologiche, non certamente l'oggetto che ha portato Apple a un successo commerciale e a una notorietà che aveva potuto unicamente sognare quando vendeva soltanto computer. Diciamolo pure: l'iPod è un bell'oggetto. Talmente bello da essere diventato un punto di riferimento estetico non solo per l'informatica (i computer bianchi e neri abbondano, e non solo in casa Apple, come anche le superfici lucide giustapposte a quelle opache e tutte le altre particolarità stilistiche che lo contraddistinguono) ma anche per l'arredamento e il design in generale, con quelle sue linee essenziali che – come ricorda Polidoro in questo stesso volume – riprendono

la filosofia progettuale (e anche qualcosa in più della sola filosofia) adottata da Dieter Rams alla Braun negli anni Cinquanta e Sessanta. Eppure è ancora poco. Non basta dire che l'iPod è carino per coglierne il valore, per capire quanto possa avere cambiato un insieme vasto di pratiche; come non basta dire che design è semplicemente dare una forma graziosa, un bel vestito, a qualcosa che esiste già (se non altro come ipotetica "funzione"). La lampada Arco dei fratelli Castiglioni è semplicemente una declinazione del concetto di lampada a sospensione? Naturalmente no, la Arco è la Arco. Viene dopo il fatto che è una lampada a sospensione come altre ne esistono. Lo spremiagrumi Juicy Salif di Starck è solo un modo di assolvere a una funzione o piuttosto costruisce un nuovo concetto di spremitura insieme a quello di utensile da cucina? (Mattozzi 2004).

2. La musica, per cominciare

A questo punto è necessario fare un passo indietro, ripartendo da quello che scrive Nick Hornby nel romanzo *Alta fedeltà*. Perché l'iPod è in parte il prodotto e in parte il produttore di una trasformazione profonda nella musica, in particolare nel "senso" che essa assume. Non soltanto perché ha reso possibile portarla fuori dalle case, dovunque vogliamo, ascoltandola mentre facciamo la spesa o camminiamo per strada o siamo in metropolitana – questo lo aveva già reso possibile il Walkman – ma perché ci consente di *gestirne l'ascolto* in maniera diversa. Se una canzone può diventare file ed essere trasportata e ordinata come si fa con questi particolari "oggetti" informatici, ogni brano diventa un "singolo" e il concetto stesso di album inteso come raccolta organizzata dal musicista scompare. E insieme a questo anche la copertina, quella stretta busta di cartone che serviva a preservare il vinile da graffi e sporcizia ma che gli dava anche una riconoscibilità visiva (figg. 10 e 12). Si poteva dimenticare il nome di un cantante o di un brano e ritrovarlo semplicemente ricordando cosa era stampato sul cartone che avvolgeva il disco. I colori, le forme, un qualunque appiglio era sufficiente per tirar fuori dallo scaffale proprio ciò che desideravamo ascoltare. Un modo di percorrere il proprio patrimonio musicale che al protagonista del libro di Hornby, Rob, dona addirittura un certo "senso di sicurezza".

Non abbiamo smesso di parlare di design e dell'iPod, di interrogarci sulla natura di questo oggetto, stiamo solo cercando di vedere dove ci portano le piste che si dipartono da esso per darne una definizione soddisfacente. Non possiamo accontentarci di considerarlo la conseguenza esteticamente gradevole del bisogno di portare con sé la propria musica e della possibilità tecnica di farlo attraverso i computer. Trasformare la musica in file significa ridisegnare un insieme di pratiche, cambiare dei gesti, delle sensazioni (visive, tattili, olfattive etc.), ma anche il modo in cui memorizziamo la nostra collezione e come dunque siamo capaci di percorrerla. Nessuno di noi probabilmente ha mai tirato giù dagli scaffali tutti i suoi dischi alla fine di un amore, ma di certo ciascuno ha una precisa immagine mentale della musica che conosce, gli dà un senso, e tale immagine non è mai puramente astratta, non è fatta di nomi, titoli, date etc. come in una memoria elettronica, ma comprende il disegno di una copertina, il ricordo di una certa situazione, la posizione in uno scaffale etc. Al semiologo tocca allora il compito di mettere tutto questo senso in condizione di significare.

Gli oggetti con i quali abbiamo a che fare, le modalità con cui li percepiamo, le pratiche alle quali ci obbligano ma anche il nostro personale modo di agirli entrano in presupposizione reciproca con la nostra identità: siamo quel che siamo perché facciamo le cose in quel modo e le facciamo in quel modo perché siamo noi. Il progetto del design è dunque per prima cosa un progetto di senso.

3. Perdite e recuperi

Come spiegare altrimenti quelle operazioni progettuali il cui intento ultimo è recuperare pratiche – e dunque modi di dare senso – che certe trasformazioni hanno fatto perdere? È quanto è accaduto con iTunes, il software che Apple fornisce in dotazione con il suo iPod, che dopo avere a lungo rappresentato i brani sotto forma di stringhe di testo (nome, autore, genere etc.), di recente ha integrato la possibilità di assegnare a ognuno l'immagine della copertina del disco da cui proviene (fig. 13). A un certo momento deve essere diventato chiaro per i progettisti che la memoria visiva ha un'importanza cruciale e da essa può dipendere la soddisfazione dell'utente nel riuscire a trovare quello che davvero vuole ascoltare. Per non parlare del fatto che molti scelgono un disco (ma anche un film, un libro etc.) solo perché sono attratti dalla sua copertina. Fondamentale allora implementare tale modalità anche in iTunes Store, il negozio di musica on-line gestito sempre da Apple che vende singoli brani o di interi album dando la possibilità di scaricarli da casa sul proprio computer pagando il tutto con la carta di credito.

Ogni cosa contribuisce a creare il senso di un disco: la musica ma anche la grafica, la pubblicità, il contatto fisico con il supporto. Rob di Hornby, facendo riferimento alla pila di dischi, dice: "questa è la mia vita, ed è bello sguazzarci in mezzo, immergerci dentro le braccia, toccarla" (Hornby 1995, p. 52). Non a caso nella recente riedizione di *Kind of Blue*, lo storico disco di Miles Davis che è stato ripubblicato in occasione del suo cinquantesimo anniversario in un cofanetto speciale, si trova la musica del grande trombettista sia in CD che in vinile; un disco tutto blu che farà la felicità anche di coloro che il giradischi lo hanno messo via già da tempo.

Ricapitolando: dal disco si passa al file, dal file nasce l'iPod, con l'iPod viene iTunes, da iTunes viene iTunes Store e spariscono i negozi di dischi, e con essi quei negozianti come il Rob del libro di Hornby che ci conoscevano, erano al corrente dei nostri gusti, e quando

entravamo nel loro negozio ci facevano ascoltare subito le novità che pensavano ci sarebbero potute piacere. E cambia anche il modo di porre fine a una storia d'amore e via dicendo. Ma dove si ferma questa catena? Sulla base di quale principio possiamo stabilirlo? E soprattutto, fino a che punto tutto ciò fa parte del design dell'iPod? Intendiamo dire: se l'iPod con le sue forme e le sue caratteristiche ci porta a trasformare altri oggetti e pratiche, possiamo dire che il loro re-design fa a qualche titolo parte del progetto del lettore multimediale? Fino a che punto il progettista può o deve considerare questo insieme di artefatti e pratiche "altre" per poter svolgere bene il suo lavoro, massimizzando l'impatto sociale (e dunque il successo commerciale) del proprio progetto?
Più che scomparire, i negozi di dischi (e i negozianti), a ben pensare, cambiano: qualche volta diventano "virtuali" come nel caso di iTunes Store, ma quando rimangono "reali" (qualunque cosa significhi), devono adeguare il proprio sistema di vendita alle nuove modalità di acquisto che nel frattempo sono sorte. Proprio come devono fare i ristoranti tradizionali in un epoca di cibo *fast*. Saranno costretti per esempio a offrire le stesse possibilità di ascolto e confronto, nonché di scelta, che si trovano sul Web (da cui la scomparsa dei piccoli negozi). A meno che, al contrario, non decidano di costruire la propria identità sulla differenza, massimizzando ciò che è prerogativa della presenza fisica: il coinvolgimento sensoriale complesso, il contatto con altri individui (l'ascolto delle loro conversazioni, la visione del loro carrello…), in una parola, un modello di esperienza opposto a quello della rete.
È proprio l'esperienza la chiave per capire un'altra filiazione diretta dell'iPod: la cuffia. Un accessorio che viene fornito in dotazione all'apparecchio e del quale dunque l'utente non dovrebbe avere necessità, a meno che quella Apple non si guasti. Eppure, oggi il mercato delle cuffie è estremamente fiorente, vasto e diversificato come non mai. Non soltanto si trovano negli scaffali le cuffie intraurali, i cosiddetti auricolari (fig. 3), sul modello di quelli forniti da Apple, ma anche tantissimi modelli di cuffie a padiglioni sovraurali (fig. 2) sul modello di quelle in voga negli anni Settanta e Ottanta, quando la tecnologia che avrebbe consentito la loro miniaturizzazzione era ancora di là da venire. La giustificazione ufficiale al proliferare di modelli così scomodi da portare in giro, si sa, è la qualità: i generosi padiglioni dovrebbero garantire livelli di ascolto migliori, anche se poi, nei fatti, moltissimi auricolari sembra riescano a batterle di misura. Ma il punto è un altro: la qualità *non può essere* la priorità di qualcuno che ascolti la musica dall'iPod. Non soltanto per le caratteristiche del formato che viene utilizzato per memorizzarla, ma anche perché, se ascoltiamo la musica dall'iPod, spesso è perché non siamo in casa, perché stiamo camminando rapidamente per la strada o siamo dentro il vagone di una metropolitana, tutte situazioni in cui il rumore esterno impedisce un'esperienza d'ascolto qualitativamente ottimale. O almeno, così è stato fino adesso, perché il proliferare dei sistemi di amplificazione sembra voler dare un segnale che questa destinazione d'uso sta cambiando. Ad ogni modo, i sistemi per difendersi dal rumore esterno abbondano: dagli auricolari *in-ear* (fig. 3) che è possibile spingere fin dentro il condotto uditivo sigillandolo; ai modelli sovraurali *Noise Cancelling*, che incorporano dei circuiti in grado di eliminare il rumore esterno producendo dei suoni a esso complementari (per il principio fisico secondo cui due forme d'onda perfettamente opposte che si incontrano si azzerano a vicenda). Ma, ancora una volta, l'obiettivo di tutto questo sforzo tecnologico (ed economico) non può essere semplicemente la qualità del suono *tout court*; ma piuttosto quello della qualità del suono *in quella particolare situazione d'ascolto*. La metropolitana, il caos delle strade affollate di automobili, le voci delle persone sul marciapiede, non possono essere considerate semplicemente le "circostanze" nelle quali si svolge l'ascolto, sono piuttosto parte integrante di questa esperienza: senza la città – senza un certo tipo di città – non ci sarebbe l'iPod.
Città allora non è soltanto un sistema di abitazioni, di mezzi di trasporto, di negozi etc. ma è soprattutto un sistema di persone che, nel modo di entrare in relazione, di guardarsi (o di non guardarsi), di ascoltarsi (o di non ascoltarsi), di parlarsi (o di non farlo), costruiscono la propria identità. Diciamolo: la cuffia a padiglioni sovraurali non ha alcuna utilità pratica. È scomodissima, non funziona meglio delle altre, è ingombrante. Non ha senso da questo punto di vista, ma lo acquista se la consideriamo simbolicamente, come l'espressione di una soggettività che si delinea anche attraverso di essa, per mezzo del rapporto che ci consente di avere con ciò che ci sta intorno (cose e persone) e per il modo in cui lo comunica *a chi* ci sta intorno. La cuffia non serve soltanto ad ascoltare ma anche a dire qualcosa, parla di noi agli altri. Può essere *di moda*. Esiste in quella forma – è ritornata malgrado fosse ampiamente superata dal punto di vista tecnico – perché ha assunto un preciso valore semiotico, proprio ora che la sorgente che le fornisce la musica è grande quanto un francobollo della Repubblica Dominicana e pesa poco più di quindici grammi.
Verrebbe da chiedersi se Jonathan Ive, il designer che ha progettato iPod, avesse intuito tutto questo. Sapeva di dare l'avvio con il suo lettore a una rivoluzione di questa portata? Di incidere così profondamente sulla socialità, riconfigurando spazi come quelli delle metropolitane di tutto il mondo[3]? Non ha alcuna importanza per noi decidere quanta coscienza ne avesse e quanto invece abbia lavorato per istinto. Quello che è certo è che un designer che ha idea della portata sociale di ciò che progetta, non solo è in condizione di realizzare un prodotto migliore – più efficace, più funzionale, più innovativo – ma soprattutto di renderlo più intelligibile. Migliorare il suo impatto "ecologico", sull' "ambiente" inteso non solo come unione di piante e animali,

ma anche persone e cose, un sistema che si regge non sulla presunta "natura" intrinseca degli elementi che lo compongono, ma sulla qualità delle relazioni che essi intrattengono fra loro. Non c'è concetto di natura che non abbia una radice culturale e dunque che non abbia a che vedere con degli artefatti di qualche tipo (Latour 1999b).

4. Uno, nessuno e centomila

Dall'iPod discendono persone – gli ascoltatori mobili –, musica – quella che si può ascoltare mentre si fanno altre cose –, spazi perfino – quelli delle metropolitane, ma anche gli autobus, i marciapiedi etc. –, ma soprattutto *altre cose*. Uno degli aspetti del design di iPod più riusciti è senz'altro la sua capacità di "interfacciarsi". Per prima cosa in senso informatico, attraverso un connettore posto nella sua parte inferiore tramite il quale può comunicare elettronicamente con oggetti di diverso genere, trasmettendo e ricevendo informazioni (l'audio innanzitutto, ma anche molto altro). È tramite questo canale che diventa la sorgente musicale da utilizzare per avere a disposizione la propria musica ovunque ci troviamo. Anche al bagno, come dimostra iCarta (fig. 4), il dispenser per carta igienica che incorpora un sistema di amplificazione con quattro casse acustiche. In questo modo non corriamo mai il rischio di imbatterci nella musica di qualcun'altro, né in senso negativo – trovando qualcosa che non ci piace ascoltare – ma nemmeno positivo – scoprendo un musicista che non conoscevamo. Un problema cui le case discografiche devono pensare molto seriamente: se ciascuno di noi porta sempre con sé *la propria musica* le possibilità di ascolto incidentale si riducono e diventa più difficile lanciare nuovi artisti.

Fortuna che, al contrario delle previsioni, la radio non è morta. Soprattutto quando è una radiosveglia, come il modello iF200 prodotto da Edifier, che integra anche l'iPod nella sua struttura facendo comparire questa nuova funzione nel suo stesso display. La forma è quella vintage di una vecchia sveglia a campanelli, ma le funzionalità sono quelle di un apparecchio moderno, un connubio che la rende affascinante. È il nuovo che consente di ripensare il vecchio, di risemantizzare una forma antica: l'iPod proietta nel futuro la sveglia a campanelli e quest'ultima accompagna il lettore di Apple nel passato delle buone cose di gusto non proprio ottimo.

Il lettore di Apple dialoga quindi sia formalmente sia tecnologicamente con altri oggetti, "cose" che esercitano una loro funzione indipendentemente da esso (il supporto per la carta igienica) o che non possono farlo (la sveglia), costruendo una rete di relazioni interoggettive. Un'espressione con la quale implicitamente si assimila l'oggettività delle cose alla soggettività delle persone, secondo una prospettiva che ci obbliga a considerare una socialità degli oggetti (Landowski e Marrone 2002, Latour 1992, 1996a, 1996b) accanto a quella più facilmente accettata degli individui. Gli oggetti (e dunque i progetti) non soltanto entrano in relazioni di varia natura con noi: sono odiati, amati, usati (come anche, per certi versi, usano noi), ma fanno le stesse cose fra di loro: si cercano, si odiano, si coalizzano, si inventano, si ricordano etc.

5. Il ritorno dell'alta fedeltà

Prendiamo il giradischi: è un oggetto che abbiamo considerato estinto insieme al disco in vinile. E per lungo tempo è stato davvero così, i dischi erano praticamente spariti (a eccezione di quelli di musica da discoteca sui quali torneremo) e nessuna vetrina dei negozi di alta fedeltà esponeva più alcun "piatto". Eppure di recente si è cominciato a vederli di nuovo, anche se – bisogna precisare – non sono esattamente uguali a quelli che potevamo comprare prima che scomparissero. Non solo per la ovvia evoluzione tecnologica, ma per delle differenze che ci verrebbe di attribuire specificatamente al design.

Consideriamo il modello di fig. 8 e confrontiamolo con quello di fig. 6. Quest'ultimo è il Technics SL 1200, probabilmente il più celebre giradischi della passata "era", il punto di arrivo di quella tecnologia, il modello preferito tanto dagli intenditori quanto da utenti professionali come i DJ, presso i quali era allora, ed è rimasto a lungo, un oggetto imprescindibile. A dargli questa notorietà erano alcune caratteristiche tecniche molto precise: a) la trazione diretta, che consentiva di ottenere una velocità costante ma anche ampie possibilità di modulazione (per accelerare e rallentare la rotazione del vinile); b) l'avvio rapido, ottenuto mediante il grosso tasto quadrato posto in basso a sinistra; c) le forme essenziali e nello stesso tempo eleganti che non lo facevano sfigurare in salotto ma riuscivano a garantirgli una dignità anche fra le luci colorate della discoteca. Le differenze con un modello di giradischi contemporaneo come quello di fig. 8, allora, saltano all'occhio: la trasmissione torna a essere affidata a una cinghia (con tutto quello che comporta), ma soprattutto è la sua estetica a colpirci. Tutto adesso viene reso esplicito: l'alloggiamento del disco viene sopraelevato rispetto alla base; i meccanismi, fra cui la cinghia, sono perfettamente visibili, come lo è la meccanica del braccio, o i quattro piedi che vengono richiamati sulla superficie dell'oggetto. Per non parlare dei materiali, non molto differenti dal passato, che subiscono però un trattamento nuovo. L'acciaio viene lucidato, il nero delle plastiche reso riflettente, il vetro opacizzato, l'alluminio spazzolato. Colori chiari si alternano a colori scuri, trasparenze a opacità, superfici lisce a superfici ruvide secondo un gioco di contrasti cercato, voluto, esibito, con il preciso scopo di ottenere un effetto estetico. Insomma, il nuovo giradischi è soprattutto un bell'oggetto, appariscente nella sua essenzialità. E dire che il ritorno al vinile viene considerato da molti il segnale del ritorno alla "sostanza" dell'alta fedeltà contro la "forma" del digitale, al calore e alla profondità dell'analogico contro la freddezza del file. Anche l'im-

purità, il rumore dell'ineliminabile fruscio (quello che a suo tempo portò Philips a sviluppare il Compact Disk), può diventare allora un valore, tanto che lo si aggiunge spesso digitalmente anche alla musica incisa su CD che non ce l'ha[4] (lo fanno Amy Winehouse e Lauryn Hill, fra gli altri).

Recuperare il giradischi significa però soprattutto riattualizzare un insieme di pratiche. Il disco in vinile va maneggiato con cura[5], va girato, e questo significa che possiamo ascoltare musica soltanto per una ventina di minuti di seguito, molto diversamente da quanto accade con le playlist, ovvero le liste di brani informatiche, che possono tirare avanti per giorni interi. Non soltanto questo fa variare ciò che sentiamo, ma si costruisce tutta una nuova *poetica dell'ascolto*. Quella dei lati B e dei lati A, ma anche quella del posare la puntina più vicino possibile alla traccia che ci interessa, oppure del costringersi ad ascoltare anche il primo pezzo quando è il secondo che ci interessa davvero solo per non sentire il graffiare della puntina sul vinile. L'esperienza del 33 giri è innanzitutto un'esperienza estetica in senso lato, e questo i progettisti dei nuovi apparecchi sembrano averlo capito perfettamente a giudicare da come la valorizzano attraverso il design. Un modo molto diverso di comportarsi rispetto a quello che avevano i loro predecessori che curarono l'SL 1200, inscrivendo in esso un modello di ascolto della musica – un'estetica dell'atto oltre che dell'oggetto in sé – essenziale.

Ed è sempre all'estetica cui dobbiamo fare riferimento a proposito della qualità del suono, che sembra ritornare come una qualunque moda. La fig. 13 mostra l'iTube 252 di Fatman, un amplificatore valvolare dotato di un particolare *dock*, ossia di una sorta di satellite in cui inserire il nostro fido iPod, restituendo, almeno a detta del produttore, al suono prodotto dal lettore digitale tutto il corpo e lo spessore di quello analogico di una volta. Lasciamo da parte le considerazioni sui limiti del formato Mp3, quello che ci interessa è, ancora una volta, l'esperienza nel suo complesso e il modo in cui si fa design. C'è design nella qualità del suono che si vorrebbe ottenere (senza poterci riuscire veramente) e c'è design anche nel modo di presentare le costose valvole dell'amplificatore: tutte ben esposte sulla base in acciaio lucidato a specchio e allineate davanti a una scenografia nera (il parallelepipedo posto alle loro spalle) in modo che, quando finalmente vengono attraversate dalla corrente, risalti la leggera luminescenza arancio che assumono. Per non parlare delle manopole dei controlli, di dimensioni generose e ben calibrate nella resistenza che offrono alla rotazione, in modo da offrire una sensazione tattile quando aumentiamo o diminuiamo il volume. Proprio il genere di percezione cui i cursori virtuali dei sistemi operativi ci hanno disabituato, e che ritorna adesso anche nei contesti più specificatamente informatici grazie ad accessori come il PowerMate di Griffin (fig. 19), niente di più che un barilotto rotante da appoggiare sul tavolo per controllare il volume restituendoci l'antica esperienza percettiva.

Alla luce di quanto abbiamo detto, si capisce come funzioni e da dove venga – ovvero che senso abbia – un altro riproduttore musicale, il Technics SL-DZ 1200 (fig. 7), un lettore di CD e file Mp3 questa volta, che rimanda in maniera evidente al suo illustre predecessore analogico: l'SL 1200 (fig. 7). L'operazione di design è chiara, per quanto sofisticata: riprendere gli stilemi e i modi di interazione del vecchio giradischi senza rinunciare a ciò che la moderna tecnologia offre. Capra e cavoli insomma. C'è il tasto quadrato per la partenza e l'arresto immediati (tecnicamente molto più facili da ottenere con un CD o un file Mp3 che con un disco), c'è il cursore (a destra) per regolare la velocità di riproduzione. Ma soprattutto c'è il "piatto" che gira grazie a un motore *direct drive* analogo a quello dell'SL 1200, su cui è possibile fare tutte le cose che fanno normalmente i DJ (scratch, spin, break etc.), con l'unico particolare che qui esso non assolve più al compito di far girare il disco. È una sorta di "emulatore di disco" che sta lì soltanto per regalare ai DJ di tutto il mondo quella sensazione di "manipolazione" che è connaturata al loro modo di fare musica. C'è anche il caratteristico disegno sul profilo del piatto (quei tondini cromati di diversa grandezza) che quando viene illuminato mentre il giradischi è in movimento, crea un "disegno" con cui il DJ esperto può rendersi conto di quanto stia variando la velocità del brano in riproduzione[6]. Manca soltanto l'etichetta al centro del disco (prontamente recuperata attraverso una barra-segnale), il cui disegno aiutava i DJ a decidere quando "staccare" ("quando la foglia della mela raggiunge la tal posizione").

Soltanto il tempo ci dirà se questo adattamento tra il vecchio giradischi e il moderno lettore sarà in grado di farne replicare il successo. Da parte nostra dobbiamo considerarlo semioticamente come una traduzione, ossia un modo di mantenere inalterata una materia del contenuto (la musica distorta ed elaborata intesa come prodotto di un atto creativo) cambiando la sostanza dell'espressione (dal vinile al file o al CD), una operazione che riesce, come sanno bene i traduttori, solo quando si ha il coraggio di tradire opportunamente l'originale, facendo attenzione più che alle sostanze, alle forme che le precedono e generano. Non è importante allora la forma dei controlli o la loro presenza analoga a quella dell'SL-P 1200 ma la relazione che riusciranno a creare tra un DJ, la musica che entra nella sua consolle e quella che ne esce.

6. Oltre la musica

Fino a questo momento abbiamo considerato l'iPod in gran parte per ciò che fa, piuttosto che per ciò che è o per come lo fa. Eppure la sua forma, nonché le modalità di interazione che la sua interfaccia prevede, sono certamente le chiavi del successo di questo progetto. A testimoniarlo non sono soltanto le imitazioni del lettore di Apple che è possibile trovare nei negozi (fig. 26, 27 e 28), ma soprattutto altri artefatti, oggetti che c'entrano

poco o nulla con la musica. Due esempi fra i tanti sono raffigurati in fig. 16 e 17. Si tratta rispettivamente di un interruttore, o meglio, di un "pannello di controllo per la domotica" progettato da Bticino il cui nome è *Axolute Video Station*, e un rubinetto, o meglio, un "programma di rubinetteria" di Grohe chiamato *Ondus*. Cos'hanno a che vedere un interruttore e un rubinetto con un lettore musicale? Nulla naturalmente. Eppure in entrambi i casi fa bella mostra di sé una ghiera circolare in tutto simile a quella che caratterizza il lettore Apple. C'erano – ci sono sempre – infinite possibilità di disporre i controlli in questi due apparecchi, eppure il progettista ha voluto richiamare proprio quella forma cui le nostre mani e il nostro occhio sono più che abituati e che gradiscono. Le forme passano così da un oggetto all'altro: il cerchio, ma anche la posizione del display rispetto alla rotella (in alto sia nel rubinetto che nell'interruttore Bticino), creando somiglianze che generano familiarità, che richiamano alla mente cose a noi note anche se magari, sul momento, non siamo in grado di dire quali. Come la ghiera cliccabile e il 45 giri (figg. 12 e 1), che soltanto quando vengono messi uno accanto all'altro rendono esplicita la pur ovvia rima plastica.

Il design, si sa, è citazione. Quello che si dice meno è che citazione non significa che una sedia debba citare obbligatoriamente un'altra sedia, o una cucina una cucina. Un rubinetto può benissimo citare un lettore musicale, e così può fare un interruttore. Riferimenti che non sono soltanto legati alle forme fisiche o ai materiali, ma più in generale alle forme semiotiche, agli artefatti come *configurazioni complesse*, strutture che enucleano un modo di entrare in relazione indipendente dalla sostanza fisica che poi assumeranno concretamente. La lingua sono le parole che udiamo, ma anche le strutture morfologiche e sintattiche che stanno nella nostra testa che ci consentono di interpretarle e, prima ancora, di costruirle in maniera sensata, di *metterle in forma*. La vera essenza delle lingue, spiega Hjelmslev (1943), non sta nel diverso vocabolario o nella diversa grammatica, ma nel modo in cui queste danno vita a (e sono contemporaneamente il prodotto di) una cultura. Tra il contenuto astratto di una frase, e i diversi modi in cui varie lingue propongono tale contenuto, ci sono le forme con le quali ognuna di esse lo riproduce e, nel farlo, lo caratterizza. Il design, come la lingua, in quanto prodotto culturale non è legato alle forme sensibili, alle parole, ma alle regole che vi stanno dietro, al modo di mettere in forma il mondo.

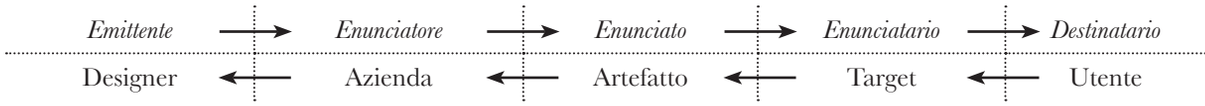
7. Il design come discorso

Pensare il design come una forma di discorso significa dunque cambiare il punto di vista che abbiamo non soltanto sul sistema di artefatti che ci circondano ma anche sull'attività progettuale: sul modo di procedere nell'affrontare il design di un prodotto, sul punto da cui cominciare per farlo e su quello in cui decidiamo di aver finito, nonché sull'opportunità di disegnare proprio quell'artefatto e non un altro. Tutto per ottenere maggiore chiarezza, maggiore intelligibilità e maggiore differenziazione, come predicava Jean Marie Floch (1990, 1995), senz'altro il semiotico che più di tutti non soltanto si è occupato di design, ma ha pensato la semiotica e il design insieme, come progetti di senso.

Il primo effetto che si produce abbracciando questa prospettiva è quello dell'allargamento dei confini dell'oggetto. È ciò di cui abbiamo provato a dare un assaggio qui: vedere dove ci conduce un artefatto e come. Per farlo basta cambiare la propria prospettiva di osservazione, da una incentrata sugli enunciati – sugli artefatti così come si attestano – all'enunciazione, ossia alle procedure attraverso le quali essi si propongono come oggetti significanti, diventando ciò che sono grazie alla relazione che li lega da un lato agli attori umani (che le producono e ne fanno uso), e dall'altro agli artefatti che li circondano, ri-enunciandoli e cambiandone la destinazione. Come nel caso della cuffia a padiglioni sovraurali, che viene resa nuovamente pertinente in un determinato contesto sociotecnico grazie all'iPod che la ri-enuncia insieme con alcuni elementi che compongono la città (la metropolitana, i marciapiedi etc.). E ancora: l'iPod è l'iPod non soltanto perché ha quella forma, quei colori e materiali, e perché consente di interagire con la musica in un certo modo, ma perché tutta una serie di artefatti lo hanno preceduto e altri seguito. Perché nella sua ghiera ha la forma del 45 giri (cfr. fig. 1 e fig. 12); nel nome di chi lo produce (Apple) quello della casa discografica dei Beatles; perché ci fa perdere certi modi di concettualizzare la musica, la *nostra musica*, e ce ne fa guadagnare altri; perché cancella un certo tipo di gestualità – quella legata al modo di maneggiare il vinile, di girarlo, di pizzicarlo al punto giusto con una puntina – ma poi tutto questo, in qualche modo ritorna, e può avere ancora senso proprio perché c'è lui. È questo il concetto chiave, quello che la dimensione discorsiva ci consente non soltanto di scoprire ma anche – cosa ben più difficile – di maneggiare in senso progettuale. La cuffia, il giradischi, l'amplificatore a valvole, i controlli del volume, la sveglia così come il porta carta igienica, sono parte dell'esperienza dell'iPod in quanto *rientrano nel discorso* al centro del quale troviamo il lettore di Apple.

8. Progettare un discorso

Maneggiare in senso progettuale la discorsività dicevamo, ma come? Qui possono venire in aiuto i modelli semiotici per dare a una riflessione del genere una struttura rigorosa. Non basta dire che gli oggetti costruiscono delle reti e che una trasformazione che si verifica in uno di essi comporta delle conseguenze sugli altri. Bisogna rendere tutto questo progettabile, e l'unico modo per farlo è trovare un criterio con cui strutturare questa sorta di "pensiero laterale" che ci porta a saltare da un oggetto a un altro nel nome di un concetto vago e soggettivo come quello di esperienza.



Tab. 1

Il primo passo che la semiotica fa in questo senso è disinteressarsi di tutto ciò che non è un testo o che non può essere considerato *sub specie* testuale. Tutto quello a cui abbiamo collegato l'iPod era già lì, inscritto nelle sue stesse forme: il disco, la copertina, la questione della fedeltà del suono, il problema delle cuffie, dell'amplificazione, la possibilità di interfacciarsi fisicamente (attraverso il connettore) con altri oggetti etc. L'iPod parla esplicitamente di altre cose, perché esse sono inscritte nelle sue forme. Queste "altre cose" sono legate da un lato a chi produce quell'oggetto-testo (*l'enunciatore*), ossia Apple, di cui il lettore Mp3 riproduce inconfondibilmente l'identità, e dall'altro all'utente (*l'enunciatario*), ossia colui per il quale questo prodotto è pensato, il suo "utente modello". Una figura che è sì costruita sulla base del pubblico reale che prevedibilmente userà questo apparecchio, ma che, allo stesso tempo, se ne allontana, ne è la sua immagine ideale, quello che si vorrebbe che questo pubblico fosse. Un "essere" che sta nella mente del progettista – come in quella dello scrittore o del musicista o dell'architetto –, di tutti coloro insomma che realizzano qualcosa che andrà soggetto a una interpretazione, a una forma di "uso" di qualche tipo. Un modello che è al contempo etereo come un pensiero ma si trova anche molto concretamente inscritto nelle scelte progettuali (Tab. 1).

Il designer compie dunque un doppio movimento contrastante: da un lato prova ad avvicinarsi al suo utente reale, cerca di conoscerlo, di dargli un oggetto che lo interessi e che riesca a usare; dall'altro si allontana, non solamente perché può conoscerlo solo fino a un certo punto, ma anche perché realizzare un qualche tipo di innovazione significa necessariamente *produrre nuovi utenti*, esattamente come è avvenuto per l'iPod che li ha creati "inventando" modi e tempi di ascolto della musica che prima non c'erano. Per questo alla presentazione dell'iPod, Bill Gates, allora presidente di Microsoft, e dunque persona ben al corrente delle dinamiche di mercato, riuscì a pronunciare una delle profezie peggiori della storia dell'informatica affermando che il riproduttore si sarebbe estinto prima della fine di quell'anno. Non solo non si è estinto, ma, cosa ben più interessante dal nostro punto di vista (anche questa non prevista da Gates), ha finito per cambiare Apple, ossia il suo creatore-enunciatore. Non limitandosi a "lanciare in un nuovo mercato" l'azienda di Cupertino, ma cambiando anche il suo modo di essere nel suo mercato storico, quello informatico. Consolidando certi aspetti strutturali della sua "personalità" di azienda (concezione "creativa" dell'informatica, attenzione per la multimedialità, per il computer come strumento di vita e non solo di lavoro etc.) ma anche stimolando nuove politiche (l'abbassamento del proprio target di riferimento, il compromesso con Microsoft e con Intel che ha portato i computer della mela a funzionare anche con Windows etc.) che hanno condotto allo sviluppo di nuovi prodotti come l'iPhone.

Tutto questo l'iPod ce lo dice chiaramente: sta scritto nelle sue forme, nei suoi colori (prima bianco, poi bianco e nero, poi vari colori con iPod Nano e Shuffle che hanno fatto il paio per un certo periodo con i colori di iMac), nei suoi menù, nella sua interfaccia. Particolari attraverso i quali ci parla di altro da sé: di moda, di musica, di spazi (metropolitana, marciapiede, autobus). Parla di altre cose ma parla anche *le* altre cose, le mette insieme, le (ri)articola, le enuncia nuovamente inserendole in un nuovo discorso di cui è l'artefice primo (ma certamente non unico). Un fenomeno che con i libri capita in continuazione: si legge un libro, poi se ne legge un altro, e si ritorna al primo per rileggerlo nuovamente, perché la seconda lettura ci ha dato una chiave originale che ci spinge a riprenderlo in mano e farlo "vivere" ancora. Pensare in termini discorsivi anziché testuali significa allora estendere il concetto di enunciazione non solamente al testo specifico con il quale ci confrontiamo ma anche agli altri testi-artefatti che contribuiscono a definire l'universo discorsivo nel quale muoviamo le nostre osservazioni. L'enunciazione è l'*insieme degli elementi assenti* ma in qualche modo previsti: dall'iPod, ma anche dai giradischi, dalle sveglie, dalle cuffie. Il giradischi muore a causa del CD, e chi avrebbe dovuto dargli il colpo di grazia, ossia l'iPod, lo riporta invece in vita. Ma ciò che si alza dalle ceneri è un oggetto nuovo, che presuppone, per esempio, di trovare collocazione in bella vista su un mobile in salotto, in maniera antitetica ai suoi predecessori che ci si affannava a nascondere dietro i vetri fumè dei mobili rack. L'iPod ri-enuncia il giradischi e questi a sua volta lo fa con i mobili del salotto. Aver chiara questa dinamica significa non soltanto guardare in modo diverso a ciò che stiamo progettando, poniamo il giradischi, ma anche essere spinti a riconsiderare divani e tavolini, perché è chiaro che nell'epoca dell'iPod è l'intera estetica della fruizione musicale che cambia. Come il calice dà senso al vino (Galofaro 2005), tanto che nessuno mai si sognerebbe di bere uno Chateau Latour del 1996 in un bicchiere di plastica, così giradischi e salotto danno senso alla musica, secondo un concetto di estetica che va oltre la semplice forma delle cose e pertiene piuttosto alle relazioni che queste intrattengono fra loro e con le persone che le toccano, le odorano, le guardano, vi si siedono sopra etc.

L'intertestualità è dunque una forma di enunciazione: il discorso che si produce dal modo in cui un artefatto

ne prende in carico un altro inserendolo in una storia di vita e dunque nell'identità di qualcuno. Ovvero, se vogliamo spingere sul parallelismo latouriano fra soggetti e oggetti nel nome della nozione di attante (Latour 1992, 1996a), dovremo pensare che oltre a una enunciazione intersoggettiva, quella messa in atto da soggetti che producono artefatti pensando ad altri soggetti, ne esista una interoggettiva, nella quale sono gli oggetti a ri-enunciare altri oggetti. Sulle prime portandoci a riprenderli in mano, riattualizzandoli, ed in seguito facendone nascere di nuovi che incorporano le istanze di questa ricontestualizzazione. Come nel caso dell'iPod e del giradischi che ci hanno portato dapprima a riscoprire i vecchi Hi-Fi, a rimettere sul piatto il vinile e a maneggiare vecchie copertine (che acquisivano senso in quella estetica vintage che nasceva dalla loro stessa ripresa), ed in seguito a creare gli apparecchi con i quali si stanno cominciando a comporre oggi i nuovi impianti Hi-Fi (e i nuovi salotti).

Può essere utile allora ricordare che, da un punto di vista semiotico, l'esistenza di un artefatto non ha nulla a che vedere con la sua presupposta presenza fisica nel mondo. L'oggetto guadagna la sua evidenza per pura abitudine, grazie al senso comune che tende a cancellare quella natura "dubbia" che invece la filosofia gli riconosce mettendo in discussione il suo darsi a priori rispetto al soggetto che lo pensa (*Cogito ergo sunt*, verrebbe da dire) (cfr. Marrone in questo stesso volume). Ogni artefatto esiste in quanto è reso pertinente da qualcuno in una certa situazione secondo precise modalità. Il giradischi esiste perché, grazie all'iPod, viene ri-enunciato, inserito in una struttura costituita dall'insieme degli artefatti contemporanei ma, nel farlo, il lettore Mp3 compie una azione ben più radicale, modificando ed allargando tale insieme, portando al suo interno altri oggetti del passato (o anche del presente) che non ne facevano parte ma che erano, per così dire, *virtualmente* presenti in esso: il vinile, le copertine, le valvole dell'amplificatore, il tavolo basso del salotto ma anche la sveglia etc.

Ci torneremo fra un attimo. Intanto vorremmo far notare come questa forma di "convocazione" ne abbia di quel "dispiegamento del paradigma nel sintagma" che Jakobson (1958) considerava la caratteristica della poeticità: presentificare l'insieme degli elementi assenti. Un artefatto come l'iPod sarebbe allora poetico in quanto ha la capacità di agire come un operatore semantico in grado di evocare altri oggetti (e pratiche, ovviamente mai scindibili da quelli) magari dimenticati, riportandoli nuovamente in vita, ma a una vita che chiaramente non può essere più quella che avevano precedentemente.

9. Quattro stati di esistenza

I quattro stati che la semiotica attribuisce all'esistenza – potenziale, virtuale, attuale e realizzato – possono allora contribuire a gettare nuova luce sul design. Si tratta di definire il tipo di relazione che un artefatto intrattiene con un soggetto, ma anche, aggiungiamo noi, con altri oggetti/artefatti. Le teorie della percezione lo dicono chiaramente: riusciamo a vedere qualcosa solo se lo sfondo, ossia ciò che non guardiamo, è adeguato. L'invisibile, spiega Merleau-Ponty (1964), è la condizione di possibilità del visibile, non il contrario. L'esistenza di un artefatto si impone quando non è solo, quando sta insieme a qualcos'altro che non percepiamo (se non, eventualmente, per precisa scelta). Si capisce allora il motivo per cui Latour (1999c) preferisce parlare di quasi-oggetti e quasi-soggetti: non vuole cedere al ricatto della lingua che pretende oggettivi tutti gli oggetti e soggettivi i soggetti; mentre, se uno stato "naturale" esiste (in opposizione a uno culturale), è quello ben espresso dall'avverbio "quasi", per cui l'oggetto non è oggetto se non per un soggetto e viceversa[7]. Le modalità di esistenza che presentiamo sono pertanto forme di relazione, di esistenza "in rapporto a".

Un oggetto/artefatto sarà considerato *virtuale* quando esiste in quanto eventualità: è riconoscibile, qualcuno può sentirsene attratto (volere o dovere raggiungerlo), ma rimane niente più che una alternativa, non viene "attivato". Come il giradischi quando è arrivato il CD: continuava a esistere ma nessuno lo voleva più o aveva la necessità di averlo. Le modalità di esistenza, però, non hanno nulla di statico, al contrario, si evolvono in continuazione, come dimostra proprio il giradischi che diventa *attuale* quando, in seguito a una certa trasformazione nel contesto-sfondo della fruizione musicale, cambia il suo valore, iniziando a svolgere un (nuovo) ruolo. Quando l'iPod ha fatto il suo ingresso nell'universo della fruizione della musica, con le sue caratteristiche di portabilità, di gestione dei brani e di fedeltà sonora, di colpo il giradischi è stato convocato dal limbo in cui si trovava all'interno di una struttura che è diventata pertinente nel suo complesso: quella fatta dalle copertine, dai lati A e lati B, dai gesti, dal calore del suono analogico, dall'ascolto concentrato e dai salotti con i loro tavolini bassi. Il giradischi non era più semplicemente lì, era lì "insieme con", era l'anello di una catena che si costituiva (o ri-costituiva) in virtù di un potere e di un sapere che la caratterizzavano.

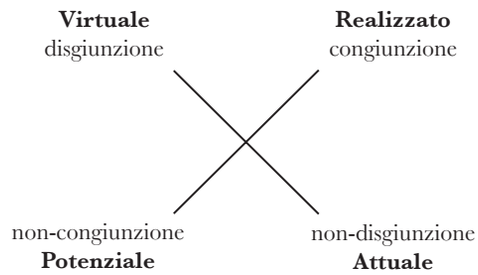
Fino qui la configurazione interoggettiva prevede semplicemente la riattualizzazione di oggetti del passato, di vecchi amplificatori, delle cuffie sovraurali rimaste per anni chiuse nei cassetti, e dunque più che di design si tratta di riuso. Il vero design si trova nell'oggetto *realizzato*. Chiamiamo così l'esito di una performance progettuale grazie alla quale soggetti e oggetti sono trasformati l'uno in rapporto all'altro; l'oggetto perché perché esito di una nuova produzione, il soggetto perché costretto ad adattarsi a una nuova situazione sociotecnica (nuovi modi di svolgere vecchi compiti, ma anche nuovi compiti e nuovi valori). Nel nostro caso si tratta del nuovo giradischi, quello di fig. 8, che è stato riprogettato in seguito all'esser ritornato pertinente grazie alle trasfor-

mazioni subite dal contesto, ma anche del nuovo amplificatore a valvole per iPod (fig. 15), o della sveglia (fig. 5) etc. E con essi del nuovo "appassionato di musica". Il design entra in scena al momento di trasformare le cose, in modo che "funzionino" sul tavolino basso del salotto buono. E poi ovviamente arrivano i nuovi tavolini bassi, le nuove cuffie sovraurali con il meccanismo di riduzione del rumore e quant'altro; una nuova rete di oggetti che nasce sull'onda di un primo slancio progettuale che ha cambiato il modo di guardare a una data attività e a uno o più oggetti che la caratterizzano.

A questo punto, però, quando un nuovo oggetto si diffonde fra la gente e comincia per così dire la sua "vita attiva", ha inizio una nuova trasformazione. Per quanto il progettista possa aver svolto accuratamente il suo compito, capita assai di rado che il modo in cui gli utenti "prendono in carico" un prodotto coincida perfettamente con quello da lui previsto. Gran parte dei problemi che abbiamo con i computer dipendono dal fatto che non ci comportiamo mai esattamente come qualche ingegnere ha pensato che avremmo fatto: clicchiamo dove non dovremmo, invertiamo l'ordine delle operazioni prescritte, ne dimentichiamo qualcuna, e questo, in un ambiente ricco di variabili come quello informatico, conduce alla babele che sappiamo. Ma il principio si mantiene uguale anche quando le variabili sono molte di meno. Non abbiamo ancora elementi per dire come la gente userà il moderno giradischi di fig. 8, ma la storia del suo antenato SL 1200 di fig. 6 è molto chiara al proposito: nato per l'alta fedeltà domestica è poi diventato il giradischi dei DJ perché essi hanno saputo sfruttare certe sue caratteristiche tecniche (trazione diretta, variazione di velocità etc.) per manipolare i dischi in riproduzione e fare nuova musica, la *loro* musica[8]. I DJ hanno enunciato il giradischi in un certo modo non previsto dal progettista (fermando il disco con la mano, aumentando o diminuendo la velocità di rotazione durante la riproduzione etc.) e questo ha cambiato la musica. Poi però quest'ultima è tornata sul giradischi trasformandolo a sua volta. Risulta evidente considerando i modelli successivi all'originale (distinti da una sigla: da mk2 a mk6) che, per adeguarsi all'esigenza dei DJ, consentono di variare la velocità in un intervallo più ampio, o che, molto più semplicemente, mancano del coperchio (un inutile impaccio per questo tipo di utenti).

È il fenomeno della *prassi enunciativa*, ovvero le conseguenze che hanno su una certa "struttura" i modi particolari di assumerla all'interno di certe pratiche. Pensiamo alle "scorciatoie" che vediamo ogni tanto nei parchi sotto forma di una striscia di terra spoglia in un bel prato verde. Quando il progettista ha dato forma alle aiuole, ha definito dei percorsi e realizzato dei vialetti che poi però la gente ha deciso di non seguire. Qualcuno ha preso a "tagliare" il tale angolo, qualcun altro ad attraversare la tal'altra aiuola. Non casi sporadici – il singolo che decide di scavalcare la siepe per suo vezzo – ma gruppi di persone che sistematicamente "tagliano" fino a disegnare viottoli che rimangono a lungo (o anche per sempre) semplice terra battuta, sancendo un *uso*, come lo chiama Hjelmslev. Solo in qualche caso accade che essi vengano ricoperti, magari con delle assi di legno o dei mattoni e, ben più di rado ancora, che si decida di agire sulla struttura del giardino modificando la pavimentazione e ridisegnando i cordoli. Nel frattempo, comunque, da quando c'è la scorciatoia, il frammento di strada interessato dalla deviazione ha smesso di essere usato e si è riempito di foglie secche e di sporcizia.

I DJ, come i visitatori del parco, hanno saputo cogliere l'oggetto *potenziale* che era racchiuso in quelle forme e tecnologie attivandolo e creando così qualcosa di nuovo (nuova musica per gli uni, un risparmio di tempo per gli altri). In tutto questo gli altri oggetti, in particolare gli altri giradischi, proprio come i viali pavimentati, venivano anche loro "trasformati", sfrattati dalle discoteche, diventavano *virtuali*, possibili alternative sempre più raramente attivate. Riportando queste modalità di esistenza a uno schema che ci consenta di percepire le relazioni che esse intrattengono fra loro, avremo il seguente quadrato:



Qui ognuna delle modalità trova collocazione rispetto alla categoria semantica *congiunzione vs disgiunzione* che rende conto del rapporto tra l'oggetto, il soggetto e l'insieme di altri oggetti che definiscono la struttura sociotecnica di riferimento[9].

10. Forme dell'innovazione

Possiamo dunque considerare un oggetto sulla base dello stato di esistenza che assume rispetto ad altri. Ma ciò che è più importante non è il posizionamento (e con esso l'opportunità di individuare differenze e attribuire spazi all'interno dei mercati) ma la possibilità di rendere conto delle trasformazioni che si verificano. Un oggetto non è mai intrinsecamente *virtuale*, *attuale*, *realizzato* o *potenziale*, ma *assume* di volta in volta un tale ruolo in ragione di quello assunto da altri artefatti. Sono le operazioni che si possono realizzare tra i diversi stati che devono interessarci, soprattutto in un'ottica progettuale. Dai quattro stati di esistenza Fontanille e Zilberberg (1998) ricavano allora quattro operazioni diverse (in seguito riprese in Fontanille 1998 e Marrone 2003), due delle quali diremo di carattere ascendente in quanto portano

verso la concretezza di una realizzazione, e due di carattere discendente poiché conducono a una forma di virtualità. Seguendo i due autori le chiameremo: *emergenza* (virtuale>>attuale), che consiste nella ripresa di certe proprietà di un artefatto che lo riattualizzano; *apparizione* (attuale>>realizzato), che si ha quando certe forme d'uso emerse precedentemente vengono introiettate in un nuovo artefatto; *declino* (realizzato>>potenziale) che si verifica quando, attraverso l'uso, emergono forme di prassi enunciativa che vanno oltre le volontà del progettista; ed infine *scomparsa* (potenziale>>virtuale) che si verifica quando un artefatto o parte di esso (come nel caso del viale) perde pertinenza rispetto a una struttura sociotecnica.

ascendenza / decadenza	**emergenza** virtuale>attuale	**apparizione** attuale>realizzato
declino realizzato>potenziale	*distorsione*	*fluttuazione*
scomparsa potenziale>virtuale	*rimaneggiamento*	*rivoluzione*

Ora, come il paragone con la visione ci ha aiutato a chiarire, ogni trasformazione coinvolge almeno due entità: perché qualcosa passi in primo piano è necessario che qualcos'altro diventi sfondo e viceversa. La condizione del progetto non è dunque la semplice apparizione di qualcosa che non c'era prima; perché qualcosa compaia è necessario che qualcos'altro segua il percorso inverso, in una riconfigurazione che è sempre complessiva. Il vecchio giradischi ritorna quando arriva l'iPod, il nuovo giradischi quando cambiano i salotti, tutto questo mentre il lettore CD che aveva scalzato il giradischi, si trova a sua volta messo da parte, nascosto alla vista, dato per scontato o addirittura eliminato (pensiamo ai lettori di CD portatili ormai impossibili da trovare). È così che il design produce altro design. Da qui la possibilità di combinare le operazioni elementari che abbiamo descritto individuando quattro processi che caratterizzano l'attività progettuale.

Quando a una apparizione si associa una scomparsa si parlerà di *rivoluzione*: dove c'era un certo artefatto adesso ne troviamo un altro che lo sostituisce completamente. È stato il caso del passaggio dal cavallo all'automobile, dalla ghiacciaia al frigorifero ed è quello che è successo con l'iPod (e con i lettori Mp3 in generale) che ha provocato la scomparsa sia dei riproduttori portatili di CD sia di quelli di musicassette come il Walkman Sony. C'è dunque una variabile che si manifesta ma a scomparire può essere più d'una. Al contempo, la medesima apparizione provoca all'interno del "sistema" di oggetti rivolti all'ascolto della musica una *distorsione*, ovvero l'emergenza di qualcosa e il declino di qualcos'altro. Chi emerge è come abbiamo detto il vecchio giradischi che ritorna d'un tratto pertinente mentre al contempo declina il CD player da tavolo che viene messo in crisi sotto vari fronti: quello del suono (più caldo nella riproduzione analogica), quello della capienza e dell'organizzazione della musica (rispetto a cui l'iPod è senz'altro più efficace), ma soprattutto quello delle interazioni (in special modo quelle tipicamente realizzate dai DJ, per i quali, non a caso, verrà inventato il nuovo SL-DZ 1200 di fig. 7, una nuova *apparizione* che non potrà che portarsi dietro nuovi cambiamenti). Una *fluttuazione* è invece quella che interessa le cuffie. Assistiamo infatti all'apparizione di modelli che combattono il rumore esterno (elettronicamente o fisicamente) e al contempo al declino di quelli che non hanno questa caratteristica. Infine possiamo considerare un *rimaneggiamento* la scomparsa del formato Super Audio CD che sta coincidendo con il ritorno del vinile. Il primo è un formato di incisione digitale molto più sofisticato di quello del normale Compact Disk[10] che le case discografiche hanno tentato di lanciare qualche anno addietro e che, con la ripresa del vinile e della sua "estetica" della fruizione ci sembra essere del tutto tramontato (*virtualizzato*, almeno per il momento). Prova ne sia il fatto che all'interno dei negozi di musica non ci sono più tracce di questi supporti mentre, al contrario, si cominciano a vedere nuovamente le sezioni dedicate ai Long Playing.

I quattro movimenti che abbiamo elencato ci offrono dunque la possibilità di analizzare il modo in cui l'entrata nel mercato di un oggetto come il lettore di Apple possa trasformare, in maniera più o meno diretta, il senso di un ampio numero di oggetti. Rispetto alle quattro possibilità indicate da Fontanille e Zilberberg (1998), però, dobbiamo precisare che in un sistema come quello che stiamo studiando, caratterizzato dalla contemporanea presenza di più variabili/oggetti, anche altre due possibilità di variazione concomitante si manifestano. Due opportunità che sono matematicamente possibili[11] risultano in questo caso attivate. Si tratta di quelle situazioni che non trovano nome nella teoria dei semiologi francesi in cui assistiamo a una emergenza e una apparizione insieme, e a un declino e una sparizione. L'iPod da un lato fa tornare pertinenti i vecchi giradischi (emergenza: virtuale>>attuale) e dall'altro stimola la progettazione dei nuovi modelli (apparizione: attuale>>realizzato). Parimenti comporta il declino (reale>>potenziale) del CD player e la contemporanea sparizione (potenziale>>virtuale) dell'audiocassetta. Una particolarità che qui ci limitiamo solamente a far rilevare rimandando a un futuro approfondimento la disamina delle conseguenze teoriche.

Dal ragionamento che abbiamo seguito risulta evidente che rimane poco spazio per quella "creazione" che tanto fa parte della mitologia del design. Le invenzioni *ex abrupto* sono davvero poche: il telaio a vapore deriva dal precedente telaio manuale, l'automobile dalla carrozza, l'iPod dagli hard disk esterni, e gli esempi potrebbero continuare a lungo. D'altronde, che l'innovazione fosse un fenomeno sistemico lo si sapeva da tempo, quello che va sottolineato è l'importanza che rivestono al suo

Fig. 21 – iPod Classic, faccia superiore.

Fig. 22 – iPod Classic, faccia inferiore e lato lungo.

Fig. 23 – iPod Classic, lati corti, in alto quello superiore e in basso quello inferiore

interno i fenomeni più strettamente semiotici. Prima di diventare prodotto, l'innovazione è insomma sempre *progetto di senso*.

11. Dalle strutture profonde al discorso: spazi, tempi e attori

Da quanto abbiamo detto finora appare chiaro che la discorsività intesa come dimensione del senso privilegi il piano del contenuto su quello dell'espressione. Il ragionamento che bisogna costruire per coglierla presuppone infatti di fare astrazione dalle differenze materiali fra artefatti per andare direttamente a ciò che li accomuna, quella relazione a partire dalla quale, nel nostro caso specifico, si dà senso alla musica attraverso le circostanze del suo ascolto (intese come esperienza cognitivamente e sensorialmente complessa e non semplicemente come il modo o il luogo in cui esso avviene). In quest'ottica si rischia però di dimenticare il legame fondamentale con la materialità degli oggetti, una perdita che un designer evidentemente non può permettersi, pena il venir meno della sua stessa attività. È questo che è successo, in fondo, negli anni Ottanta e Novanta del Novecento quando i designer, dopo aver manifestato interesse per la disciplina semiotica e intavolato con i suoi maggiori protagonisti un promettente dialogo, interruppero bruscamente ogni contatto. Se ne disinteressarono quando smisero di vederla come un possibile strumento progettuale, convincendosi che essa sarebbe potuta essere unicamente una filosofia dell'oggetto, in grado di "commentare" ciò che già esisteva senza mai poter veramente incidere sulla sua realizzazione. Un passaggio che, oggi ben più che allora, la semiotica riesce perfettamente a realizzare avendo ben chiaro il *percorso generativo* attraverso il quale da un sistema semantico profondo (e astratto) si perviene a concrete occorrenze materiali, e dunque potendo far luce sull'attività del designer che continuamente passa da un livello astratto – quello delle relazioni che crea attraverso ciò che progetta – a uno concreto – quello degli oggetti nei quali queste ultime vengono enucleate.

11.1. Spazi

Le tre categorie di spazi, tempi e attori che individuano le dimensioni costitutive di un enunciato possono allora essere considerate la base per analizzare il processo creativo attraverso il quale dall'astrazione di un sistema di relazioni si passa alla concretezza di un prodotto – sia esso l'interfaccia fisica di un apparecchio elettronico come l'iPod, o quella meno strettamente "materiale" del suo software. Un artefatto, qualunque esso sia, ha infatti sempre a che vedere con almeno uno spazio: quello che occupa fisicamente (un rettangolo, un quadrato, un cerchio, qualcosa che ha uno spessore o che non ce l'ha come un foglio) o all'interno di un ambiente virtuale come quello visualizzato sul monitor.

Nel nostro caso abbiamo entrambe queste tipologie di spazi: fisici, ovvero dell'oggetto con le sue dimensioni, e virtuali, ovvero del sistema operativo con il quale dal piccolo monitor si possono gestire le sequenze di brani (ma anche i video e tutti i contenuti del dispositivo). Per quanto riguarda i primi, abbiamo un totale di sei superfici, due "facce", quella superiore e inferiore, e quattro "lati". Le prime due sono occupate rispettivamente dal gruppo monitor/ghiera cliccabile (faccia superiore, fig. 21) e dal logo Apple insieme a una eventuale scritta con la quale, se acquistiamo il riproduttore presso l'Apple Store, possiamo chiedere che venga personalizzato (faccia inferiore, fig. 22). Dei quattro lati, invece, solo quelli corti (fig. 23), ovvero il superiore e l'inferiore ospitano qualcosa. In particolare, quello superiore, il foro in cui inserire lo spinotto della cuffia e il piccolo cursore per il blocco della ghiera, mentre l'inferiore, l'ampio pettine di contatti dell'interfaccia-oggetto.

Ma non facciamoci trarre in inganno dalle parole: ognuno di questi spazi configura in realtà un'interfaccia, ovvero un luogo di relazione. I due lati lunghi lo fanno con le dita della mano che grazie a essi possono reggere l'apparecchio dando modo al pollice (o all'indice dell'altra mano) di agire sulla ghiera cliccabile. I due lati corti con il computer e altri possibili oggetti (interfaccia inferiore) nonché con la mano (cursore di blocco) e la cuffia. Per finire con la faccia posteriore, che con la sua superficie cromata e il logo serigrafato

a **b** **c**

Figg. 24 – Fotogrammi del primo spot pubblicitario dell'iPod (2001)

comunica al mondo che quello che stiamo adoperando è un prodotto della casa di Cupertino (il nostro personale prodotto, nel caso in cui oltre al logo di Apple vi sia anche una scritta fatta incidere da noi stessi). Ognuno degli spazi individuati dall'oggetto è dunque uno spazio di relazione: nei nostri confronti ma anche in quelli di altri oggetti, soggetti o spazi.

11.1.1. Di tasche e ballerini: il primo spot per l'iPod

Grazie alle sue dimensioni, per esempio, iPod si interfaccia bene con le "tasche" (è "tascabile" appunto) e dunque si trova perfettamente a proprio agio nelle metropolitane o sui marciapiedi. La prima pubblicità dell'iPod, un altro dei testi che a buon diritto contribuiscono a costruire il *discorso* del lettore di Apple, lo mostra chiaramente. Comincia con l'immagine di un portatile della casa di Cupertino dietro al quale intravediamo operare un uomo (non un adolescente!) (fig. 24a). Dopo qualche secondo cominciamo a sentire una musica ritmata e vediamo l'uomo che comincia a muovere la testa. A questo punto l'inquadratura passa dal lato opposto, sul monitor, mostrandoci iTunes e l'azione con la quale l'uomo sta "trascinando" un brano sul suo lettore. La musica si fa sempre più incalzante, ed è a questo punto che l'inquadratura passa finalmente sull'iPod che viene disconnesso.

A questo punto la musica si interrompe bruscamente. L'uomo si alza, mette la cuffia, seleziona il brano con la ghiera (fig. 24b), preme il bottone centrale, e la musica ricomincia, ancora più coinvolgente di prima. A questo punto, nulla trattiene più l'uomo che comincia a muovere tutto il corpo in una danza sfrenata all'interno di quello che sembra essere l'appartamento di un giovane lavoratore (fig. 24c), arredato secondo il miglior stile "casual ricercato" che ha contraddistinto da sempre il "tipo" Macintosh[12]. Dopo qualche passo di danza prende il giubbotto: è chiaro ormai che si sta avviando all'uscita, e infatti l'inquadratura lo segue nel corridoio fino alla porta (fig. 24d) dove si stringe sul taschino per mostrare chiaramente il momento in cui vi viene riposto il lettore (fig. 24e). Un momento dopo si chiude la porta e la musica cessa di colpo. L'inquadratura è ancora interna all'appartamento, fissa sulla porta bianca, ma la musica è scomparsa: è andata in giro con il nostro amico ballerino.

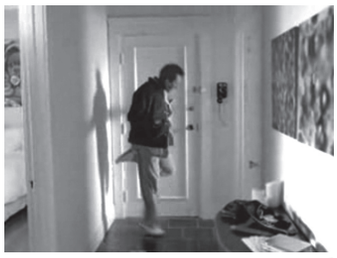
Non è un caso allora che quando, di recente, Apple ha voluto rinnovare il design dell'iPod ha pensato di cambiarne la forma (accorciandolo e rendendolo leggermente più tozzo) e la finitura dei materiali (dal lucido all'opaco), lasciando invece inalterate le funzioni e il sistema di gestione.

Anche lo spazio del sistema operativo è interessante. Pur essendo bidimensionale e privilegiando la direzione verticale (con i menu a cascata) viene tradotto a livello dell'interfaccia esterna in uno spazio e un movimento circolari, quello della ghiera cliccabile. Apple paga il prezzo di rinunciare a un'*affordance* (spostamento in verticale attraverso due pulsanti) (Norman 1988) per creare una relazione ancora più profonda con l'utente. Il movimento per "navigare" la musica su iPod non è quello "digitale", "a scatti", di un pulsante, ma quello "analogico", fluido, di una ghiera circolare che risponde alla velocità del gesto con il quale la sfioriamo, proprio come accade con la manopola del volume di un impianto stereofonico. Solo che qui il gesto deve obbligatoriamente essere quello morbido di una "carezza" affettuosa.

Spazi che configurano altri spazi dunque, ma anche spazi le cui direzioni di percorrenza vengono tradotte in altre direzioni, riconfigurando quelli di partenza. A ben guardare, fra l'altro, l'insieme di oggetti che abbiamo considerato è tenuto insieme dal modo in cui vengono trattati gli spazi che il lettore offre. Come il Phonophone II di fig. 9, un amplificatore passivo[13] che sfrutta i minuscoli altoparlanti delle cuffiette in dotazione all'apparecchio per amplificarne il segnale (fig 25). Ma anche iCarta (fig. 4), il dispenser di carta igienica grazie al quale iPod invade un luogo intimo come il bagno. Se ognuno può portare il suo iPod con sé, la condivisione un'unica stanza da bagno da parte di tutta la famiglia non sarà più un problema perché essa potrà essere "personalizzata" attraverso la musica: quella di un iPod che – lui sì – deve obbligatoriamente essere personale.

11.2. Tempi

Per quanto la temporalità non sia di immediata percezione nel caso del design, a ben guardare i prodotti industriali hanno spesso a che vedere con essa. Come i racconti, che fin dalle prime battute ci portano in un altro tempo con il tipico "c'era una volta", così il design



d

e

f

tende anch'esso a spostarsi nel futuro o nel passato con diversi stratagemmi, come l'utilizzo di certe forme e materiali. Può evocare una dimensione temporale dunque, ma ciò che ci pare più interessante, è che spesso serve ad articolarla. I primi a farlo sono stati gli orologi, che le hanno dato visibilità. Sono stati loro, tra l'altro, la prima vera "macchina" inventata dall'uomo, ben prima dei telai meccanici che tanta importanza ebbero nella rivoluzione industriale. Ma da allora il design ha prodotto agende elettroniche, telefoni cellulari, computer, navigatori satellitari etc., tutti oggetti che giocano con questa sostanza rigida e inarrestabile ma allo stesso tempo duttile e malleabile nella percezione che ne abbiamo. Possiamo restringerla o allargarla, come quando, grazie al portatile "comprimiamo il tempo" mettendo a frutto i tempi morti che trascorriamo nei mezzi che ci portano al lavoro rispondendo alle e-mail, o quando, grazie alla sua capacità di calcolo, riusciamo a sviluppare rapidamente progetti complessi. Ma anche, del tutto all'opposto, quando grazie alle possibilità multimediali del nostro palmare, rimaniamo incollati a fissare l'ultimo video scaricato in podcast dalla rete, allungando senza rendercene conto una pausa che sarebbe dovuta essere rapida.

Anche nel caso dell'iPod la dimensione temporale è ben presente, le sue capacità multimediali (da un po' di modelli a questa parte si possono anche guardare i video), unite alla sua portabilità, ci consentono di riempire dei "vuoti" sia temporali (un'attesa) che spaziali (un percorso in autobus) trasformando la percezione che ne abbiamo. È grazie a un diverso modo di dar forma al tempo dell'ascolto musicale, come abbiamo detto più volte, che proprio nell'epoca dell'iPod si torna a usare il vinile, con i suoi 25-30 minuti per lato che ci obbligano a interrompere di tanto in tanto l'ascolto, e dunque a "seguirlo" più di quanto faremmo se facessimo affidamento unicamente sulle capacità di riproduzione pressoché infinita del lettore digitale. Ed è proprio sul tempo che si basa il successo di iTunes Store, il servizio di vendita di brani musicali on line che ci consente di acquistare l'ultima novità del nostro cantante preferito senza dover neanche andare in negozio per farlo.

11.3. Attori

Infine gli attori, struttura portante nel caso dei racconti, possiamo riconoscergli un ruolo analogo a proposito di un artefatto se solo siamo disposti a intenderli non come "personaggi" ma come parti del suo "corpo" che ne figurativizzano alcune "forze profonde". La ghiera cliccabile, per esempio, che consente di cercare il file da riprodurre all'interno di quelli presenti nel riproduttore di Apple, serve di fatto a "muoversi" nella struttura ad albero con la quale essi sono rappresentati sul display, che è a sua volta una traduzione di quella con cui sono archiviati nella sua memoria. Nell'iPod, come in ogni oggetto peraltro, si passa dunque attraverso vari livelli di funzionamento ognuno dei quali è strettamente collegato a una precisa figurativizzazione. Semplificando: dalla struttura dei bit sull'hard disk, all'organizzazione delle informazioni nei file (il record di un database che comprende nome e cognome dell'artista o del gruppo musicale, titolo del brano, disco dal quale è tratto, posizione etc.), alla rappresentazione dei file nel dispositivo di visualizzazione (gli elenchi per autore, titolo etc.), all'insieme di comandi attraverso i quali si interagisce con tale rappresentazione (la ghiera circolare invece dei più immediati pulsanti). Ognuno di questi passaggi implica una trasformazione di natura semiotica, una traduzione da un sistema di rappresentazione all'altro in cui si assiste a una progressiva "antropomorfizzazione". Non il mero "adattamento" dell'oggetto al corpo di colui che lo deve utilizzare (Marsciani 1999), come vorrebbe certa ergonomia, bensì la "costruzione" di tale soggetto. Proprio come nel caso della ghiera, che

Fig. 25 – Le cuffiette dell'iPod appoggiate sul Phonophone che ne amplifica il livello di pressione sonora fino a 55 db.

nega il sistema ormai convenzionale (e la gestualità che implica) dei pulsanti dando vita a una diversa modalità di interazione con la struttura logica dei file (movimento rotatorio in rapporto a quello lineare nel display, sfioramento anziché pressione e dunque percezione di una "durata" invece di una interazione puntuale) e, con essa, una particolare gestualità del corpo dell'utente. Recuperando, peraltro, alcune caratteristiche di quella implicata dal vinile: la circolarità innanzitutto (il disco non gira più, ma al suo posto lo fanno le dita), ma anche l'importanza del "tocco" (la delicatezza che si doveva usare per non danneggiare il vinile è ora necessaria per far scorrere rapidamente il cursore sui brani).
Una gestualità e una sensibilità (e dunque un corpo) che – per rimanere in tema di discorsività – ha guidato la recente riprogettazione da parte di Apple delle tastiere date in dotazione con i computer da tavolo, in cui tasti a sfioramento hanno rimpiazzato quelli convenzionali dalla corsa ben maggiore, la cui unica ragion d'essere (dal momento che tecnicamente una tastiera di questo tipo è realizzabile da molto tempo), è stata la somiglianza che si è voluta mantenere a lungo con le antiche macchine da scrivere e con il modo di battervi su, facendo scattare con violenza un tasto alla volta e compiacendosi dello schiocco che si produce anziché sfiorando rapidamente e silenziosamente una superficie quasi piatta. Traduzioni che non sono per nulla specifiche degli oggetti elettronici o informatici, per quanto queste tecnologie consentano più di altre di sganciare il gesto dall'azione. Anche una piccola zappa da giardiniere è la figurativizzazione di un livello profondo: quello dei principi fisici che danno forma alla sua struttura (la fisica della leva), dal quale, attraverso l'impugnatura, si sale ad un livello di superficie in cui diventa pertinente la gestualità della mano che viene più o meno rigidamente suggerita dalla conformazione della plastica.

11.3.1. Il design come attorializzazione

Se attorializzare significa ricoprire figurativamente un livello tecnico, dar corpo a una logica operativa e con essa agire sulla carne dell'utente modificando i sintagmi gestuali che ne caratterizzano l'azione[14], allora non è difficile immaginare che l'insieme di oggetti che abbiamo presentato si costruisca proprio intorno a forme diverse di attorializzazione. Un esempio è il lettore CD e Mp3 Technics SL-DZ 1200 di fig. 7 che si presenta come il tentativo di mantenere inalterati sintagmi gestuali e aspetto, *look and feel*, dello storico giradischi SL 1200 (fig. 6) cambiando il sostrato tecnico più profondo e "astratto" (almeno per l'utente comune). Stessa cosa per l'interruttore di fig. 16 e il rubinetto di fig. 17, che si legano all'iPod attraverso la forma circolare della ghiera come fanno anche tantissimi altri lettori Mp3 concorrenti del modello di Apple (figg. 26, 27 e 28). Apparecchi nei quali, tale ghiera, è spesso solo una marca estetica dal momento che non può essere sfiorata con movimento circolare ma unicamente cliccata nei suoi punti cardine a mo' di joystick.

Fig. 26 – Mediacom ME-XS758G riprende la posizione dei comandi dell'iPod intorno a una ghiera solo "suggerita" ma di fatto assente, facendo perdere ogni giustificazione a tale organizzazione dell'interfaccia se non quella di "citare" il lettore Apple. Notiamo come Mediacom nomini il suo prodotto con una sigla per nulla friendly (ME-XS758G) secondo un uso che proprio Apple ha messo in discussione.

Fig. 27 – Nortek Veejay 4150 utilizza una ghiera che non offre la possibilità di un movimento rotatorio consentendo solo la pressione ai quattro punti cardine come se si trattasse di altrettanti pulsanti.

12. Temi e figure per seguire il discorso del design

Il concetto di figurativizzazione cui siamo pervenuti attraverso le tre categorie di spazi, tempi e attori, risulta utile per ripensare il sistema di oggetti che ruota intorno all'iPod come un sistema coerente, ovvero come un discorso, in cui da un lato il lettore musicale parla d'altro da sé, e dall'altro gli oggetti in cui questo "altro" si concretizza finiscono per *parlare l'iPod*, inserendolo all'interno di contesti spesso anche molto diversi da quelli

Fig. 28 – Anche Creative Zen V fa bella mostra di una forma circolare che può essere unicamente cliccata. Da notare come in questo caso l'interfaccia operativa sia distribuita anche sui lati lunghi dell'apparecchio (ben visibile il controllo del volume realizzato secondo una struttura verticale a due pulsanti).

nei quali ci aspetteremmo di trovarlo. Le figure, pensate in questi termini, non sono soltanto, come il senso comune di questa parola ci indurrebbe a pensare, forme esteriori. In un campo come quello del design, bisogna considerare le *forme dell'interazione* come figuratività. Nel caso della musica, l'ascolto (seduti in poltrona, seduti nella metro, passeggiando etc.), o i sintagmi gestuali con i quali interagiamo con gli apparecchi (e con i dischi naturalmente), sebbene si possano considerare costituiti da enunciati-gesti privi di senso, come quelli per fare il nodo alla cravatta (Greimas 1970), comportano "una significazione precisa entro un determinato contesto culturale, non solo per lo spettatore-recettore del messaggio visuale, ma anche e soprattutto […] per il soggetto produttore del programma medesimo" (Greimas 1970, pp. 66-67) e non ha nessuna importanza che il contenuto del sintagma gestuale rimanga conscio o inconscio (Greimas 1970). Non è semplice – spiega il semiologo – stabilire un discrimine tra una gestualità pratica e una mitica. Piegare in basso il busto lasciando le gambe ben dritte è al contempo "chinarsi" (pratico) e "salutare" (mitico); la danza che precede la caccia all'elefante fa uso della stessa gestualità che servirà in seguito per cacciare l'animale ma con un valore diverso; non serve a comunicare qualcosa ma a farla accadere, è "un'intenzionalità che, in quanto tale, trasforma il mondo" (Greimas 1970, p. 70), secondo il principio dell'efficacia simbolica (Lévi-Strauss).

Le figure entrano in questo modo in presupposizione reciproca con i temi: come un tema all'interno di una storia può essere figurativizzato di volta in volta in modo diverso producendo un effetto di senso specifico, così possiamo pensare gli artefatti come una figurativizzazione di un certo "tema". L'iPod, così come il Walkman o l'impianto stereofonico, non sono che figurativizzazioni di un unico tema-funzione che è quello dell'ascolto della musica. Con la parola funzione non intendiamo però semplicemente "la possibilità di ascoltare dei suoni", bensì l'offrire un senso a tali suoni inserendoli in una esperienza di ascolto complessa.

Progettare un oggetto tenendo conto dei discorsi nei quali si inserisce o, come nel caso dell'iPod, di quelli che può contribuire a generare, significa poter contare su una sua maggiore efficacia sia in termini commerciali che operativi. L'utilità dei modelli semiotici, pertanto, si realizza non a posteriori, nell'analisi di quello che già esiste, ma in quella fase preliminare al progetto in cui è necessario far chiarezza sulle condizioni stesse di esistenza del prodotto. Quel metaprogetto senza l'ausilio del quale la progettazione perde ogni scientificità e diventa un modo di tirare a indovinare cosa potrà funzionare sul mercato e come.

Note

[1] In questo articolo ci occuperemo di preferenza del modello Classic dell'iPod. Sull'iPod in generale e sul ruolo che sta avendo sulla musica si è scritto moltissimo, si vedano fra gli altri Dylan 2005, Kelly 2007, Leander 2005, Pucci 2006, Sibilla 2008.

[2] Sul Walkman si vedano Montagno, a cura, 1990; Calabrese 1993; Du Gay, Hall, Janes1997.

[3] Pensiamo ai musicisti di strada che hanno sempre fatto degli spazi della metropolitana il proprio teatro ideale e che ora, per colpa dell'iPod, cominciano ad avere qualche problema di pubblico.

[4] Cfr. Spaziante 2000.

[5] I lettori non giovanissimi ricorderanno che quando fu lanciato sul mercato il CD uno dei punti di forza che gli veniva riconosciuto, oltre all'assenza di fruscio, era che i supporti potevano essere maneggiati con disinvoltura, senza fare troppa attenzione a graffi o polvere. Tutto questo comportò l'immediata sparizione dei "kit di pulizia" che contenevano una attrezzatura completa per pulire sia la puntina sia il vinile e che comprendevano solitamente dei tamponi speciali e dei liquidi. A quell'epoca l'appassionato aveva una vera ossessione per la pulizia. Valeva anzi l'equazione per cui tanto più vero e intenso era il suo trasporto quanto più doveva curarsi della pulizia. Fino ovviamente alla proverbiale distruzione dell'oggetto amato. Come quando venne messo sul mercato un prodotto spray miracoloso che avrebbe risolto per sempre il problema della polvere e che tutti si affannarono a passare sui propri dischi, scoprendo più tardi che, per qualche misterioso motivo chimico, a lungo andare li rendeva leggibili dalla puntina solo se erano stati irrorati immediatamente prima dal misterioso composto che, proprio per questo, dopo breve tempo fu ritirato dal mercato.

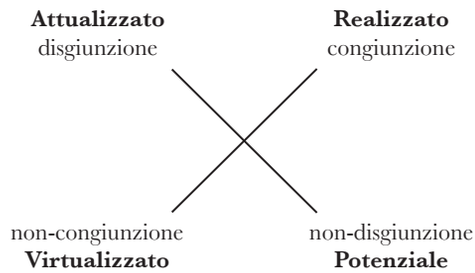
[6] Con grande intelligenza i grafici hanno utilizzato proprio questo "disegno" per costruire la comunicazione legata a questo prodotto. Lo storico giradischi viene reso in questo modo un discorso che può essere declinato tanto nel corpo del nuovo lettore, quanto caratterizzarne con i suoi particolari la comunicazione (fig. 29).

[7] Scrive Latour: "La circolazione dei quasi-oggetti […], non prende di mira tanto il quasi-oggetto stesso quanto il *tracciato* del collettivo che questa incessante circolazione permette di eseguire. Quanti enunciatori/tari ci sono? Chi è enunciatore? Chi enunciatario? Chi rappresenta chi? […]. Il collettivo non esiste da solo, questa è la grande scoperta della sociologia e dell'antropologia moderne. Non si regge da solo. Bisogna tracciarlo, eseguirlo. Non si mantiene presente senza essere costantemente *ripresentato*" (1999c, p. 74)

[8] Attenzione però, non facciamoci trarre in ingenno dalla sequenza delle parole: è indecidibile se sia venuta prima la musica nella testa dei DJ e poi le manipolazioni sul disco cui l'SL 1200 ha fornito un adeguato supporto tecnico, oppure se sia stato quest'ultimo con le sue caratteristiche a far sì che si "pensasse" a distorcere la normale riproduzione in modo creativo.

Fig. 29 – Il motivo grafico che caratterizza la comunicazione legata al Technics SL-DZ 1200

[9] Questo quadrato semiotico differisce da quello proposto in Greimas e Fontanille (1991) mostrato più in basso per il modo in cui sono associati gli stati di esistenza ai termini della categoria ai quali si legano. L'evoluzione canonica degli stati di esistenza del binomio soggetto/oggetto che prevede il passaggio da virtuale ad attuale e poi a realizzato disegnava in quel caso un percorso sul quadrato che non seguiva la processualità tipica basata su negazione e conseguente affermazione. Ora, dal momento che l'evoluzione tra gli stati di esistenza è stata confermata da numerose analisi, siamo portati a ripensare l'associazione tra questi termini e quelli della categoria semantica di base alla quale vengono fatti risalire. Riconsiderando il virtualizzato come stato disgiuntivo (si veda schema nel corpo dell'articolo) il quadrato assume la forma che qui proponiamo, con la conseguenza che la sequenza dei movimenti di negazione e affermazione risulta rispettata.



Facciamo notare, inoltre, che, nel caso che prendiamo in esame, gli stati congiuntivi e disgiuntivi non riguardano, come avviene tipicamente in semiotica narrativa, un soggetto e un oggetto ma, in senso più ampio, un oggetto e una struttura sociotecnica popolata da soggetti e altri oggetti (per quanto, naturalmente, la figura chiave rimanga quella del soggetto in quanto è al suo giudizio che è subordinata la coerenza di tale struttura).

[10] Nel Super Audio CD il campionamento delle frequenze avviene ad una frequenza 64 volte più alta di quella usata per il normale CD. Questo aumento di dati consente di ottenere forme d'onda più accurate e comporta la necessità di avvalersi di supporti di memoria più capienti quali i DVD.

[11] Secondo il calcolo combinatorio le combinazioni possibili di quattro elementi (emergenza, apparizione, declino, sparizione) presi a gruppi di due sono infatti sei.

[12] Si veda a questo proposito la grande serie di pubblicità Apple con i due "tipi" a confronto, di cui uno si presenta dicendo "I'm a Mac" e l'altro dicendo " I'm a PC". Ma anche l'abbigliamento da sempre usato da Steve Jobs per i suoi celebri *keynote*: jeans e maglietta nera.

[13] Un amplificatore passivo è un amplificatore che non usa la corrente elettrica per amplificare un segnale ma semplicemente le proprietà delle onde sonore, come avviene nella cassa di risonanza di una chitarra o di un pianoforte. In questo caso le vibrazioni vengono trasmesse al corpo dell'amplificatore dalla cuffia dell'iPod (fig. 25).

[14] E, attraverso questi, sullo sviluppo di certe masse muscolari, nonché di una certa sensibilità, come quella che le persone più avanti nell'età non riescono ad avere quando utilizzano il mouse.

Bibliografia

I rinvii bibliografici presenti nel testo fanno riferimento alle edizioni originali, mentre i rimandi ai numeri di pagina sono da considerarsi relativi all'edizione italiana qualora la stessa figuri fra gli estremi sotto riportati.

Calabrese, O., 1993, *Serio ludere*, Flaccovio, Palermo.

Dylan, J., 2005, *iPod therefore I am*, St. Martin Press, New York; trad it. *iPod dunque sono*, Milano, Tropea 2006.

Du Gay, P., Hall, S., Janes, L., 1997, *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*, Thousand Oaks (CA), Sage.

Fabbri, P., Marrone, G., a cura, 2001, *Semiotica in nuce II. Teoria del discorso*, Roma, Meltemi.

Floch, J. M., 1990, *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, PUF; trad. it. *Semiotica, marketing e comunicazione*, Milano, Angeli 1997.

Floch, J. M., 1995, *Identités visuelles*, Paris, PUF; trad. it. *Identità visive*, Milano, Angeli 1997.

Fontanille, J., 1994, "De simulacres de l'énonciation à la praxis énonciative", in *Semiotica*, n. 99.

Fontanille, J., 1998, *Sémiotique du discours*, Limoges, Pulim.

Fontanille, J., Zilberberg, C., 1998, *Tension et signification*, Liège, Mardaga.

Galofaro, F., 2005, "Degustare il vino: il bicchiere come macchina sinestesica", in *E/C*, www.ec-aiss.it.

Garcin, J., a cura, 2007, *Nouvelles mythologies*, Paris, Seuil, trad. it. *Nuovi miti d'oggi*, Milano, ISBN 2008.

Greimas, A., J., 1970, *Du sens*, Paris, Seuil; trad. it. *Del senso*, Milano, Bompiani 1974.

Greimas, A., J., Fontanille, J., 1991, *Sémiotique des passions. Des états des choses aux états d'âmes*, Paris, Seuil; trad. it. *Semiotica delle passioni. Dagli stati di cose agli stati d'animo*, Milano, Bompiani 1996.

Hesmondhalgh, D., 2007, *The Cultural Industries*, Thousand Oaks (CA), Sage; trad. it. *Le industrie culturali*, Milano, Egea 2008.

Hjelmslev, L., 1943, *Omkring Sprogteoriens Grundlaeggelse*; trad. ingl. *Prolegomeni to a Theory of Language*, Madison Wi, University of Wisconsin Press, 1961; trad. it. *I fondamenti della teoria del linguaggio*, Torino, Einaudi 1968.

Hjelmslev, L., 1959, *Essais linguistiques*, Copenhague, Travaux de Cercle Linguistique de Copenhague, XII; trad. it. *Saggi di linguistica generale*, Parma, Pratiche Editrice 1981.

Hornby, N., 1995, *High Fidelity*, Victor Gollancz Ltd., London; trad. it. *Alta fedeltà*, Parma, Guanda 1996.

Jakobson, R., 1958, *Linguistics and Poetics*, ora in *Essais de linguistique gènèrale*, Paris, Minuit; trad. it. *Saggi di linguistica generale*, Milano, Feltrinelli 1966.

Kelly, K., 2007, *Case Study: the Development of the Apple iPod*, in Sexton, J., ed., *Music, Sound and Multimedia: From the Live to the Virtual*, Edinburgh, Edinburgh University Press.

Landowski, E., Marrone G., a cura, 2002, *La società degli oggetti*, Roma, Meltemi.

Latour, B., 1992, "Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts", in Bijker, W. E., Law, J., ed., 1992, *Shaping Technology/Building Society*, Cambridge (Mass.), MIT Press; trad. it. riv. *Dove sono le masse mancanti? Sociologia di alcuni oggetti di uso comune*, in Mattozzi 2006.

Latour, B., 1996a, *Petite réflexion sur le culte moderne del dieux faitiches*, Paris, Synthélabo; trad. it. *Il culto moderno dei fatticci*, Roma, Meltemi 2005

Latour, B., 1999b, *Politiques de la nature*, Paris, La Decouverte; trad. it. *Politiche della natura*, Milano, Raffaello Cortina.

Latour, B., 1999c, *Piccola filosofia dell'enunciazione*, in Fabbri e Marrone 2001.

Leander, K., 2005, *The cult of iPod*, San Francisco, No Starch;

trad. it. *Il culto dell'iPod*, Milano, Mondadori 2006.
Maeda, J., *The Laws of Simplicity*, Cambridge, MIT; trad. it. *Le leggi della semplicità*, Milano, Bruno Mondadori 2007.
Mangano, D., 2008, *Semiotica e design*, Roma, Carocci.
Marrone, G., 2003, "Retorica della notizia. Prassi enunciativa nel telegiornale", in *Documenti di lavoro e pre-pubblicazioni del Centro internazionale di semiotica e linguistica di Urbino*, nn. 320-322.
Marrone, G., 2007, *Il discorso di marca*, Roma, Laterza.
Marsciani, F., 1999, *La poltrona del dentista. La relazione medico-paziente nel riunito contemporaneo*, in Semprini 1999.
Mattozzi, A., 2004, *L'analisi del testo oggettuale*, in Magli, P., 2004, *Semiotica. Teoria, metodo, analisi*, Venezia, Marsilio, pp. 197-205.
Mattozzi, A., a cura, 2006, *Il senso degli oggetti tecnici*, Roma, Meltemi.
Merleau-Ponty, M., 1964, *Le visible et l'invisible*, Paris, Gallimard; trad. it. *Il visibile e l'invisibile*, Milano, Bompiani 2003.
Moggridge, B., 2007, *Designing interactions*, Cambridge, MIT.
Montagno, G, a cura di, 1990, *Estetiche del Walkman*, Napoli, Pagano
Norman, D., 1988, *The Psychology of Everyday Things*, New York, Basic Books; trad. it. *La caffettiera del masochista. Psicopatologia degli oggetti quotidiani*, Firenze, Giunti 1997.
Pucci, A., 2006, *Facce da iPod*, Milano, Mondadori.
Semprini, A., a cura, 1999, *Il senso delle cose. I significati sociali e culturali degli oggetti quotidiani*, Milano, Angeli.
Sibilla, G., 2008, *Musica e media digitali*, Milano, Bompiani.
Spaziante, L., 2000, "L'ora della ricreazione. Reinterpretazione, cover, remix.", in *Versus*, nn. 85/86/87.