

UNA NAVIGAZIONE A VISTA, CON GLI OCCHI BENE APERTI

Divulgare? Promuovere? Soprattutto informare sulla innovazione. Questo è stato l'obiettivo fondamentale di MIT Technology Review Italia nei suoi 25 anni di attività, rappresentati sinteticamente in 30 slide.

Gian Piero Jacobelli

La celebrazione del 25° anniversario di MIT Technology Review Italia ha fornito l'occasione per ripercorrere le motivazioni, i criteri, le realizzazioni, i programmi di una impresa editoriale la cui navigazione ha attraversato tante diverse latitudini, più o meno tempestose, restando però con lo sguardo rivolto al maggiore Centro mondiale della innovazione, il Massachusetts Institute of Technology di Boston, e alla sua autorevolissima espressione, la edizione americana di MIT Technology Review.

Nelle slide che seguono, e che riprendono la presentazione effettuata lunedì 12 maggio all'incontro di Bologna, quelle motivazioni, quei criteri, quelle realizzazioni, quei programmi emergono con la incisività delle immagini oltre che delle poche parole che le accompagnano. In questa premessa, quindi, vogliamo soltanto sottolineare la coralità d'intenti e d'impegni che risulta indispensabile per ogni impresa e per una impresa editoriale come quella in questione, in particolare. Coralità non significa semplicemente che per realizzare una nuova rivista sono necessarie tante risorse, tante competenze, tante collaborazioni, tanti consensi. Significa anche, e forse soprattutto, che ci vuole una idea chiara su quanto ci si ripromette di fare e che, nel nostro caso, non può venire pensato e proposto nell'ambito di categorie editoriali e redazionali convenzionali, come quelle di divulgazione della scienza o di promozione della tecnologia.

MIT Technology Review Italia, lo abbiamo ripetuto molte volte, non si pone come obiettivo, se non occasionalmente, quello di divulgare, cioè di rendere comprensibili a un pubblico non specializzato, i risultati della ricerca scientifica, come avviene per varie altre riviste presenti anche in Italia. Né si pone come obiettivo, se non occasionalmente, quello di promuovere questo o quel prodotto per quanto tecnologicamente interessante, dal momento che anche per questo obiettivo esistono strumenti editoriali specializzati. MIT Technology Review Italia si pone come obiettivo quello, tipicamente giornalistico, di fare informazione relativamente al mondo (inteso sia come argomento, sia come proiezione geografica di questo argomento) della ricerca e della innovazione, alla stregua di qualsiasi altro impegno informativo rilevante per la comunità nel suo insieme, da quello politico a quello economico, da quello sociale a quello culturale. Certo, oggi questa funzione informativa viene assolta, almeno in parte, anche da molte pub-



blicazioni non specializzate, ma noi pensiamo che, rispetto ad alcune pagine di circostanza, mescolate a tante altre dedicate ad argomenti diversissimi, la nostra rivista possa offrire una informazione più organica e più finalizzata operativamente. Organica, nel senso di correlare fra loro i diversi fronti della ricerca e dell'innovazione per renderne manifeste connessioni e confluenze. Finalizzata operativamente, nel senso di chiedersi sempre, di fronte a qualcosa di nuovo, "chi", "quando", "dove", "come" e "perché", secondo le classiche istanze della professione giornalistica.

L'aver in questa occasione risfogliato centinaia di fascicoli e migliaia di pagine ci consente di affermare che questo obiettivo è stato perseguito sistematicamente, anche se variamente conseguito. Grazie al supporto editoriale prima dell'IRI e della sua agenzia di comunicazione, Edindustria, poi di Telecom Italia e del suo Centro di ricerca (prima Csel, poi Tilab), infine direttamente di Tech.Rev., in cui si associano edizione e direzione della rivista. E grazie al supporto operativo di quanti hanno fornito di tempo in tempo o ancora forniscono il loro prezioso contributo: Patrizia Capraro, per il coordinamento redazionale; Mario Panfilì, Federico Usai, Angelo Luvison, per il coordinamento editoriale; Alberto Castelvechi, Paola Salvatori, Massimiliano Cannata, Silvia Andreoli, Matteo Ovi, Renzo Pieroni, per le diverse attività di redazione; Giancarlo Moscara, Carla Baffari, per la progettazione e realizzazione grafica; Angela Maria Bruni, Desideria Gabrielli, Maria Grazia Mattioni, Francesca Lucci, Alba Guidi, Lavinia Giovagnoni, per la segreteria di redazione; Eva Bacchiocchi, Elisabetta Sabatini, per la segreteria amministrativa. (g.p.j.) ■



Sta per cominciare il nostro giro del mondo in 25 anni, e qualche minuto: quelli necessari a sfogliare le sintetiche tappe di un ormai lungo impegno redazionale, basato sulla convinzione che la conoscenza è sempre un canto a più voci.



Cominciamo dalla fine, come in ogni racconto in cui la fine richiama l'inizio, perché con quelle dell'inizio condivide le sue ragioni. Nell'ultimo fascicolo si riflette la consapevolezza tanto della strada percorsa quando di quella da percorrere.



Per esempio, i frattali, che tornano sia nell'ultima, sia nella primissima copertina, alludendo a una complessità che non manca di una sua logica: la complessità del mondo da esplorare, la complessità dei punti di vista secondo cui esplorarlo.



Alla fine degli anni Ottanta, l'IRI di Romano Prodi ritiene importante confrontarsi con i maggiori centri mondiali della innovazione, Massachusetts Institute of Technology *in primis*. Dal confronto nasce anche l'edizione italiana della rivista del MIT.



Il confronto si sviluppa in molte dimensioni: quella della ricerca tra le due sponde dell'Atlantico; quella delle politiche di sviluppo nella Comunità Europea; quella delle scelte editoriali, espresse, tra l'altro, nelle trasformazioni della testata.



Tante dimensioni del confronto, tante scelte d'impostazione, ma una costante baricentrica: quella del MIT di Boston che, a conferma di questo ruolo, all'inizio dello scorso anno decide, come si dice, di metterci la faccia, anche nella testata.



Dopo il Numero Zero, ecco il Numero Uno (settembre 1988). La progettazione grafica viene affidata a Giancarlo Moscara, designer italiano tra i più creativi e raffinati, che al confronto tra segni propri e altrui dedica le sue prime illustrazioni.



Il motivo della lente di microscopio o di telescopio per molti anni resta al centro della copertina a suggerire la estrema latitudine degli interessi della rivista: dalle molecole della vita, come quella del DNA, alle galassie che si vedono in cielo.



La peculiarità della edizione italiana trova un riscontro prioritario nei contesti culturali, dalle tecnologie avanzate per lo studio scientifico delle opere d'arte, all'artigianato artistico che, come nelle cere anatomiche, può contribuire alla conoscenza.



Un altro contributo importante è quello antropologico, rivolto alle culture diverse e lontane, come per le porte di legno scolpite dei Dogon dell'Africa occidentale, o per i "paraventi" giapponesi in cui si rappresenta l'incontro con i "nasi lunghi" portoghesi.



Il tempo bruciato dal fuoco nucleare di Hiroshima dice con tragica evidenza che il problema della scienza e della tecnologia sfocia nel problema della convivenza. Fare la pace richiede l'impegno di tutti, come anno dopo anno predicano i Premi Nobel.

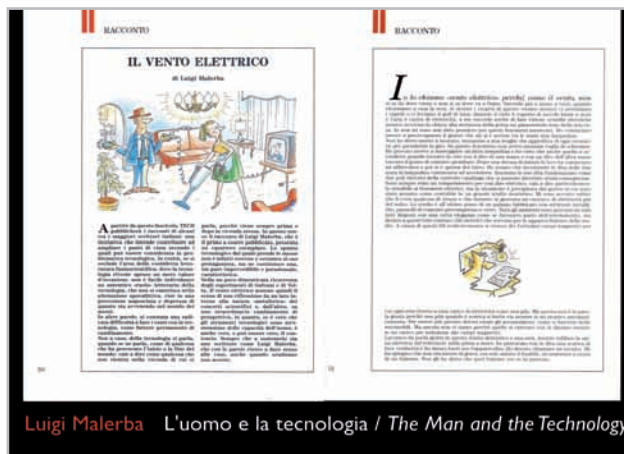


La politica della ricerca deve orientare le risorse disponibili per allargare il fronte della conoscenza, ma anche per renderla più pertinente alle diverse esigenze dei popoli e dei paesi. In questo senso, anche l'Europa ricerca per sé e per gli altri.



L'Europa e la formazione / Europe and Education

L'Europa diventa un ambito problematico rilevante nella edizione italiana della rivista, soprattutto per quanto concerne la formazione, dalla scuola all'università, perché, se da un lato bisogna fare l'Europa, dall'altro lato bisogna ancora fare gli Europei.



Luigi Malerba L'uomo e la tecnologia / The Man and the Technology

Per non chiudersi nel "presente del futuro", la edizione italiana della rivista comincia a sventolare anche la bandiera della fantascienza o, meglio, della fantasia. Per primo, Luigi Malerba riflette sulle metamorfosi tecnologiche della vita quotidiana.



Infrastrutture / Infrastructures

Comunicazione / Communication

Fare l'Europa significa migliorarne e moltiplicarne le connessioni, da quelle politiche e quelle infrastrutturali. Fare gli Europei significa fare in modo che possano comunicare fra loro, per conoscersi meglio e per riconoscersi come concittadini.



Pier Luigi Celli

L'uomo e la fede / The Man and the Faith

Tanti racconti che, di tempo in tempo, alleggeriscono il discorso rendendolo, a volte inaspettatamente, più profondo. Last, but not least, Pier Luigi Celli, muovendosi come di consueto tra il lusco e il brusco, ribadisce che la vita è un vero miracolo.



1/2000

L'oltre dell'oltre / Beyond All Limits

La comunicazione, con i cosiddetti new media, si proietta molto oltre le sue modalità tradizionali, ma non si ferma. Persino Internet attraversa una fase di revisione, se non di superamento. Cosa emergerà dopo Internet? Come sarà il futuro del futuro?



Nasce Tech.Rev. / A New Publisher

2002: un anno di sospensione delle pubblicazioni e di riflessione. Si riparte con un nuovo editore, Tech.Rev. di Alessandro Ovi, con un nuovo progetto grafico, di Carla Baffari, ma con la stessa redazione, coordinata da Patrizia Capraro.



Il tempo del pensiero
The Time of Thinking

Lo spazio dell'azione
The Space of Action

La nuova edizione italiana, sempre diretta da Alessandro Ovi e da Gian Piero Jacobelli, oltre a consolidare i rapporti con il MIT, tende ad allargare i propri orizzonti problematici, nel tempo della memoria e nello spazio del mondo globale.



Il problema dell'energia
The Problem of Energy

Il problema dell'ambiente
The Problem of Environment

Alcuni argomenti si fanno incalzanti, anche perché sostanzialmente ambivalenti: dall'energia, per cui si persegue un ragionevole equilibrio tra fonti rinnovabili e fonti non rinnovabili, all'ambiente, sempre in bilico tra antropizzazione e preservazione.



Il problema della città
The Problem of the City

Il problema del progetto
The Problem of the Design

Grazie alle tecnologie elettroniche e informatiche, la città virtuale sta facendo qualche passo avanti, mentre la città reale sembra fare molti passi indietro, come ammonisce l'inquietante progetto della "casa danzante" di Frank O. Gehry a Praga.



Il problema del reale
The Problem of the Real

Il problema del virtuale
The Problem of the Virtual

Reale, virtuale: le due dimensioni in cui si articola la convivenza in maniera spesso confusa e talvolta spiazzante. L'innovazione mediatica oscilla tra il paradossale piacere di una mediazione a oltranza e quello della illusoria immediatezza delle reti sociali.



Tanti problemi, un solo problema: l'innovazione
Many Problems, One Problem: Innovation

Le strategie redazionali tendono, per così dire, a spostarsi verso l'alto, generalizzando i problemi particolari. Anche l'edizione italiana della rivista affronta sistematicamente il problema della innovazione, apportandovi le specifiche esperienze italiane.



Per innovare bisogna guardare lontano
To Innovate We Need to Look Ahead

Innovazione ha tanti significati, talvolta contraddittori. Si può innovare nella continuità e si può persino fingere di innovare. Per innovare davvero bisogna gettare lo sguardo oltre l'ostacolo, come un poco amaramente suggeriva l'astronauta Buzz Aldrin.



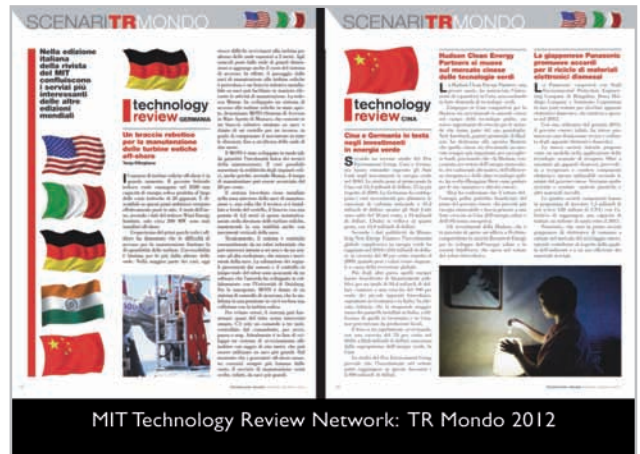
Innovare significa soprattutto riuscire a prescindere dai luoghi comuni, come la convenzionale contrapposizione tra guerra e pace in un mondo strutturalmente conflittuale, o come il ruolo “diabolico” del denaro, che si nasconde nella crisi economica.



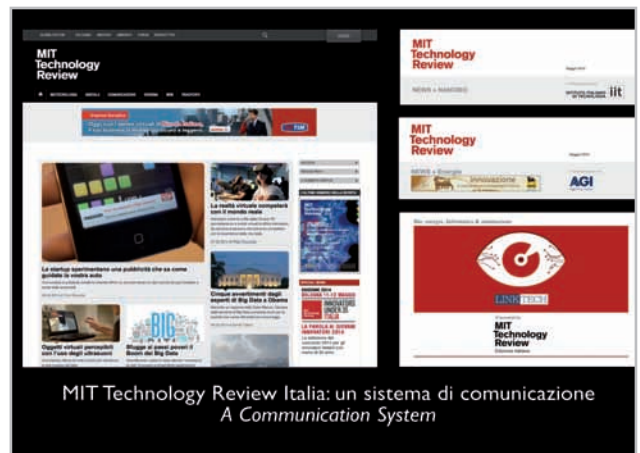
Quando prevalgono le mistificazioni retoriche del “dire”, non resta che tornare alla concretezza del “fare”, come nel caso del lavoro, o peggio dell’assenza di lavoro, e alla urgenza di politiche industriali responsabili e condivise, come suggerisce il prof. Prodi.



Proprio per la complessità delle domande poste dalla crisi di questi ultimi anni, le risposte non possono restare circoscritte od opportunistiche, ma devono rispondere a una visione sistemica, di rete: dalla rete della ricerca a quella dell’impresa.



In una dimensione di rete, anche l’edizione italiana di MIT Technology Review gioca la sua parte dando voce nelle sue pagine alle altre edizioni internazionali, in una proficua corallità che tiene conto sia delle convergenze, sia delle divergenze.



Per la molteplicità delle sue funzioni e dei suoi pubblici, MIT Technology Review Italia si è articolata in un sistema di comunicazione che, accanto al bimestrale cartaceo, comprende un quotidiano on-line, alcune News Letter e collegamenti con altre testate.



Per una rivista orientata alla innovazione come MIT Technology Review Italia, ogni occasione di confronto stimola nuove attenzioni e nuove intenzioni. Basta un poco di sole che scaldi l’aria per riprendere il volo e ricominciare il giro del mondo.