



# Annamaria Testa

Con la saggista e consulente parliamo di comunicazione e creatività «Questa magnifica capacità umana di dar vita a un nuovo che migliora l'esistenza di tutti noi, o che la rende più bella, o che la rende più comoda, o perché l'allunga, o perché la rende più sana, più confortevole, o perché ci intrattiene, o perché la rende più divertente, più gustosa.»

awand

ANTONIO CORNACCHIA E MARCO LIVI

**A**nnamaria Testa è esperta di comunicazione e di creatività. Pubblicità, blogger e saggista, conta oltre vent'anni di docenza universitaria. Le abbiamo chiesto di spiegare ai lettori di *Avand* alcuni dei meccanismi alla base della pubblicità, della propaganda, dei social dell'informazione. Passando per il sistema scolastico, le serie tv, gli audiolibri, le emozioni e molto altro ancora.

**ML** Hai cominciato disegnando.  
**ML** Disegnavo come disegna una ragazzina: mi sarebbe piaciuto andare a Brera, ma i miei mi dissero "Te lo sognai" e mi hanno spedito al Classico. Però ho continuato a disegnare per piacere. A un certo punto (ero al primo anno di università) ho avuto l'opportunità di presentarmi a un'agenzia pubblicitaria, ho pensato che qualcuno che sapeva disegnare poteva servire, ho portato degli schizzi, delle robe molto da dilettante. Questi le guardarono, non assomigliavano a nulla che potesse interessare loro, e mi dissero: "Tu hai fatto il Classico, come scrivi?" "Benissimo. Dei buoni voti nei temi mi hanno permesso di non aprire neanche il libro di fisica". "Prova a fare il copywriter". Pensavo che nella vita avrei fatto tutt'altro ed ero anche molto diffidente nei confronti della pubblicità ("Sei al servizio del sistema, l'espressione del capitalismo più bieco e consumista, ecc. ecc."), ai tempi ero anche una ambientalista ante litteram. Poi ho scoperto che era un lavoro che sapevo fare bene, che poteva divertirmi.

Dopo due anni ho detto "Beh, alcuni dei miei titoli li avete usati con i clienti... mi pagate?" E questi mi risposero "No, perché stai imparando". E allora gli ho detto ciao. Ho preso la patente e poi ho vinto una borsa di studio. Mi sono trovata a studiare marketing alla Bocconi e poi sono entrata a lavorare all'Agenzia Italia con Emanuele Pirella, anche lì non pensando assolutamente che sarebbe stato il lavoro di una vita.

**ML** Quanto contano questi momenti di serendipity in una carriera?  
Secondo me tutti i percorsi professionali vanno a zig zag, cioè ci sono dei momenti di progresso lineare e dei momenti di svolta, di cambio di direzione. La formazione, l'impegno, i buoni maestri, il cercare di farsi una "cultura" propria del settore ed extra settore, tutto questo serve per un progresso lineare. La serendipity è quella che determina le svolte: a un certo punto taci inciampi in un'opportunità e se te ne accorgi c'è una svolta, più o meno grande, più o meno importante.

**AC** Quanto è importante il percorso di studi e l'apprendistato in questo ambito in particolare?

È quello che dicevo prima, è importante crescere in maniera lineare. Poi c'è da dire una cosa, che cambiare prospettiva (e anche lavoro) una volta ogni tanto ti mantiene uno sguardo fresco e vivace, lo dicono le ricerche. Fare altro, o cambiare completamente orizzonte ogni 10-15 anni, ti permette due cose: mantenere uno sguardo fresco e fare una delle attività definite "creative": esportare in un ambito diverso una competenza, una tecnica o una metodo-

logia acquisita in un altro ambito.

**AC** La scuola italiana come è strutturata rispetto alla creatività, è adeguata per quello che si vanta d'essere il paese dell'arte e della creatività?

È difficile generalizzare. So che ci sono dei docenti meravigliosi e so che la maggior parte è invece consumata dal ruolo. Se si volessero attrarre i veri talenti dell'insegnamento, forse bisognerebbe valorizzare di più il mestiere dell'insegnante. Bisognerebbe aumentare il prestigio sociale, pagarlo meglio e bisognerebbe anche raccontare a chi desidera fare l'insegnante che sapere le cose è metà della competenza, saper raccontare le cose è l'altra metà. Non necessariamente chi sa, sa raccontare, non necessariamente chi sa, sa coinvolgere, motivare, sa aspettare, sa aprire delle finestre. Questa è un'altra competenza, che è diversa.

**AC** Infatti mi sono sempre chiesto: chi esce dall'università e viene scaraventato nell'insegnamento, quando e dove imparare ad insegnare, visto che è un'altra cosa?

È un'altra cosa, e forse non imparo mai. Ho visto gente che faceva lezione tenendo il naso su un testo aperto sulla scrivania. Non dirò mai chi, ma ho visto un collega che faceva lezione tre quarti del tempo tenendo le spalle rivolte verso l'aula, come un prete che officia la messa in latino. Non si può. Dopodiché, insegnare è faticosissimo, fisicamente e dal punto di vista cognitivo, perché interagisci con tanti ragazzi e l'aula la devi tenere, perché altrimenti va per i cavalli suoi. Ecco, tutto questo tipo di fatica non viene riconosciuto, non viene



apprezzato, non viene valorizzato, non viene raccontato. Ho un aneddoto: mio figlio da piccolino ha fatto la scuola inglese, perché c'era l'idea che crescesse bilingue. Finite le elementari, passa alla scuola media italiana. Dopo 15 giorni vengo convocata dalla prof di lettere: "Suo figlio in aula si comporta male, disturba". Io già mi figuro un rientro a casa in cui prendo il ragazzino, lo scuoto e gli dico "Ma come ti permetti ecc. ecc.", ma per fortuna mi è venuto in mente di chiedere: "Scusi, specificamente, in che modo disturba il ragazzino?" e questa mi dice: "Continua a fare domande! Signora è un fastidio".

Allora sono tornata a casa, e invece di affrontare mio figlio a muso duro gli ho spiegato come funziona la questione. Sei mesi dopo vengo rievocata dalla stessa prof, che mi dice "Suo figlio è un ragazzino meraviglioso: legge sempre..." e leggeva altro? Ecco, non voglio generalizzare, ma bisogna evitare che i ragazzi si annoino, perché se si annoiano li hai persi. Una buona lezione è un'azione scenica: c'è dentro quello che sei, c'è il tuo corpo, c'è la tua voce, c'è la tua faccia, ci sono gli strumenti visivi che ti porti dietro, ci sono i tuoi gesti, c'è la tua interazione con gli studenti.

AC: Quali è il libro che ha scritto a cui sente più affinità?

Il primo libro che ho scritto è stato *La parola immaginata* che raccontava alcuni meccanismi verbali in relazione alle immagini. L'ultimo pubblicato, *La via del senso* (Garzanti, 2021), è il compimento di un'intuizione iniziata vent'anni fa con la sua prima edizione oggi completamente rielaborata, è

simmetrico. Uno specchio molto più ampio, perché riguarda la percezione del linguaggio, riguarda il fatto che quello che diciamo non è mai solo quello che pensiamo di dire, riguarda una serie di meccanismi che toccano il sistema dei media, la politica, la propaganda, la persuasione, i social media: perché alcune regole, alcuni meccanismi di base si ritrovano altrove, anche in posti molto lontani, ad esempio nelle scelte che un giorno fanno tutti i quotidiani australiani per protestare contro la censura. È un piccolo libro che mi piacerebbe poi continuare ad aggiornare, perché io nasco come persona che lavora empiricamente con la lingua.

ML: Queste intuizioni sulla struttura del linguaggio si possono estendere ad esempio alla comunicazione di marca odierna, con la complessità sintattica di testi uniti, così è coerenti tutte le forme e i canali di comunicazione che si utilizzano in una campagna?

Sì, secondo me il mestiere della comunicazione commerciale è esplosivo in mille sotto-mestieri che spesso poi non si parlano, che usano criteri e paradigmi diversi, alcuni dei quali io trovo, ma io sono un'anziana signora, raggelanti, perché questa valorizzazione dell'engagement a tutti i costi a me sembra brutta, mi sembra irrispettosa del consumatore, del cliente, del prodotto, mi sembra stupefacente. Comunque sì, c'è una cosa da dire ed è quanto teorizzato, ma con alcuni sostegni di ricerche importanti, in *La via del senso*: le nostre percezioni sono globali, partono dal generale e arrivano al particolare,

chiedono alcune caratteristiche che già erano state ipotizzate dai gestaltisti che sono la coerenza, l'unità, la forma buona. Questo significa che se pensi anche al complesso di comunicazione di un'azienda ci deve essere coerenza nelle forme, nei segni, nei toni di voce, negli appelli, nelle strategie ovviamente, nelle offerte e nelle proposte. Deve esserci coerenza ma anche distintività, insomma.

AC: Chi sono i tuoi maestri, i tuoi riferimenti culturali? Per esempio, chi leggi molto volentieri oggi?

Leggo tantissima narrativa, ma in maniera sgangherata, non progettuale. Leggo un po' di saggistica, l'ultima cosa che ho letto è *Ramere* di Kahneman, dopo aver letto con enorme piacere ed interesse *Pensieri lenti e veloci* quando è uscito. Posso andare da Stephen King a Camilleri senza nessun problema. Sto facendo una cosa che consiglio a tutti di fare: riascoltare in forma di audio-libro tutti i romanzi ottocenteschi che mi sono letta nell'adolescenza, è meraviglioso. Riscoprire dei libri che già conosci attraverso la lettura ad alta voce è incantevole.

AC: Le serie tv?

Tutte! È la nuova narrativa, sono straordinarie, mi divertono molto, alcune sono veramente importanti, da *Game of Thrones* a *Peaky Blinders*. *Sons of Anarchy* è una serie su motociclisti spacciatori, animata da componenti epiche, è scespiriana, c'è dentro la lotta per il potere, l'antagonismo tra genitori e figli, l'idea del destino... bellissima, consiglio a tutti. Ascoltatevi *Moby Dick* e guardatevi *Sons of Anarchy*!

ML: Ai tempi dei social come fa a reggere lo stress da iperproduzione e come può essere continuamente prolifico un comunicatore che voglia curare anche la qualità?

Non può. Alcuni anni fa mi è capitato di lavorare per un candidato politico e di prendere in mano la sua comunicazione. Lavorare per un singolo candidato significa gestirgli i social: caspita, non ho dormito per un mese. Quando è finita, ho detto "Mai più". Ma anche il mio uso personale dei social è molto molto distaccato, a parte il fatto che non posto niente di personale, niente, e mi riempiono di sorpresa le persone che postano pezzi della loro vita, non mi sembra giusto farlo. So che può sembrare antico o fuori moda, ma è così. Per tornare alla domanda, non è possibile insomma, è un cavallone che viaggia troppo velocemente con una forza che non riesci a governare, sarai sempre in ritardo e rischi di essere travolto.

AC: E viceversa da fruitore come ti si difende?

Devi selezionare: devi essere selettivo, devi evitare di andare sui social in maniera compulsiva. Se non sai cosa è successo a Ciccio Formaggio che è il tuo secondo cugino pazienza, no! Il Grande Fratello oggi sono anche gli occhi di tutti su tutti: non è solo l'occhiuto regime, poi se vai in Cina... mi è capitato di andarci poco prima del Covid, poco prima della chiusura globale, caspita, li senti davvero l'occhio del Grande Fratello, perché hai grappoli di telecamere dovunque tu vada. Ci lamentiamo della società della sorveglianza e poi noi stessi diamo i nostri dati personali, le nostre

foto di famiglia, le nostre ricorrenze, i nostri pensieri, le nostre gioie, le nostre disperazioni gratis a Zuckerberg. Che senso ha? Ovviamente io uso i social: se posto un articolo su "Nuovo e utile" poi lo dico su Facebook e LinkedIn e basta, perché poi diventa troppo.

ML: Qualche libro assolutamente da leggere per comprendere la comunicazione di oggi e la sua evoluzione?

Secondo me *Pragmatica della comunicazione umana* (P. Watzlawick, J. H. Beavin, D. D. Jackson, Astrolabio 1978. Ndr) resta un testo fondamentale, perché le regole di base sono quelle. È un libro che continuo a citare, i cui concetti sono le grammatiche di base, le grammatiche emotive e relazionali che governano la nostra comunicazione. Tullio De Mauro ha scritto delle cose importantissime sul linguaggio. Ecco, se mi chiedono di maestri o intellettuali di riferimento, Tullio non è solo questo, è una persona importante per me, dal punto di vista non solo della conoscenza, ma dello sguardo: il suo sguardo mi ha aiutato a capire molte cose. Poi, dicevo prima Kahneman: secondo me alcune intuizioni di *Pensieri lenti e veloci*... se noi non conosciamo alcune cose che riguardano la cognizione non riusciamo a capire neanche come funziona la comunicazione, perché prima della comunicazione c'è la cognizione, prima del gesto che comunica c'è il pensiero che vuole comunicare, che va comunicato, quindi sapere come funziona quella parte lì, serve. Poi per chi vuole capire come si comunica o come si usano le parole in pratica, i libri di Luisa Carrada sono eccellenti.

AC: Si dice che le emozioni vengano

usate tantissimo in comunicazione, ma spesso non si capisce in quale modo: da strumento diventano fine. Qual è, se c'è, il corretto uso delle emozioni in comunicazione.

Le emozioni sono componenti fondamentali della comunicazione: se tu togli emozioni a ciò che comunichi, hai una comunicazione fatta solamente di trasmissione di dati referenziali, l'elenco del telefono, l'agenda che adesso hai nel telefonino, le previsioni del tempo, ma già il fatto che quando cerchi sul telefonino le previsioni del tempo ti appaia la muvoletta con la pioggia tratteggiata o il sole che spunta, quello è già un elemento di carattere emotivo, gli emozioni sono elementi di carattere emotivo. Spesso dentro la comunicazione ci sono scelte di carattere emotivo: un termine o un carattere piuttosto che un altro; il tratto di una grafia se parliamo di scrittura a mano, in una comunicazione interpersonale c'è il tono di voce, ci sono le espressioni del viso, c'è la gestualità, tutto questo comunica emozione, e le emozioni sono ciò che ci fa decidere due o tre concetti importanti della comunicazione: mi coinvolge o non mi coinvolge, mi riguarda o non mi riguarda, chi mi parla mi sta parlando in che veste e da che posizione relazionale, mi sta parlando da amico o mi sta parlando da nemico, mi sta parlando da capo o mi sta parlando da pari, sta parlando per me o contro di me, questa è tutta roba emozionale. E se noi la trascuriamo perdiamo una parte importante della comunicazione, che non riguarda tanto lo specifico del contenuto, ma ciò che sta prima del contenuto, che esprime



il contenuto, quindi l'espressione del contenuto, la forma del contenuto, ma poi riguarda anche la relazione, che è ciò che incornicia tutta la comunicazione.

AC: Non ti sembra che in politica si abbiano un po' troppo la mano sull'aspetto emotivo?

St, ma credo che stia un po' finendo. Credo che abbia già stancato, credo che buona parte del gradimento che l'intera nazione esprime nei confronti di Draghi derivi anche dal suo modo di comunicare. Quest'uomo sembra le massime conversazionali di Grice fatte persona: di quello che devi dire, né di più né di meno, di quello che ritieni sia vero, dallo nel modo più sintetico possibile e non aggiungete cose che non servono. È lui: "Whatever it takes, and believe me, it will be enough". Tutto questo detto senza urlare, senza sbracciarsi, con un'espressione molto composta. E poi, abbiamo avuto tanti apprendisti stregoni che bene o male si sono ritrovati con le dita bruciacciate da un uso un po' troppo spregiudicato delle emozioni in politica... no? C'è una lista lunga. Forse possiamo tornare un po' a contenerci.

AC: È importante sintonia e tutto che i media e i social media non riconoscano l'autorevolezza?

È il regalo dei tempi, eh? Uno dei risultati della comunicazione disintermediata è questo: ad esempio su Twitter il signor Francesco Papa vale come Papa Francesco... sono tutti uguali. Torniamo all'origine del fenomeno: parte Internet, crescono gli accessi e uno dei risultati immediati è che distribuire comunicazione diventa a costo zero. Cancellati i costi di distribuzione, chiunque voglia

## Annamaria Testa LE VIE DEL SENSO

Come dire cose opposte con le stesse parole



assumersi l'onere di produrre comunicazione può farlo. In maniera più o meno professionale, più o meno consapevole, più o meno in buona o in cattiva fede, eccetera eccetera. A questo punto abbiamo un'enorme moltiplicazione delle fonti di comunicazione senza nessuna barriera d'ingresso, e i social media, proprio per la loro struttura, mettono tutti alla pari. Questo è uno degli aspetti un po' nuovi che cerco di raccontare dentro *Le vie del senso*: mentre la griglia grafica di un quotidiano ti orienta, tu sai che a monte hai una selezione dei contenuti, selezione si spera credibile e autorevole, la griglia di Facebook e di tutti i social è puro flusso, non è fatta per orientarti, è fatta per tenerti lì, è fatta per assuefarti, ed è ovvio che con questo tipo di cornice chiunque vale chiunque altro. Li metti tutti alla pari, è il medium

stesso che li mette alla pari. Bateson li chiamava "segnaconestesti": ecco, un quotidiano è un mondo che è pieno di segnaconestesti, cioè di elementi che ti dicono questa è la notizia più importante, questa è meno importante, questo è un commento, questo è un altro parere, questo è quello che dice il lettore, questo quello che risponde il direttore. Laggiù nella rete tutto questo esplose, non c'è più, sparisce, e senza segnaconestesti è difficilissimo per chiunque districarsi. Ma poi c'è un altro elemento la cui importanza sottovalutiamo in rete: è tutto contemporaneo, è tutto presente, un articolo è di 10 anni fa, uno di 15, uno è di adesso, uno sfonda gli anni '80. Passo la mia vita a fare le ricerche in rete: spesso ritrovare le date è anche difficile, nel senso che non tutti i materiali che tu trovi sono datati, e non tutti i materiali sono datati correttamente, quindi è un universo senza segnaconestesti in cui è difficilissimo orientarsi e in cui chiunque può avere la tentazione di mettere in discussione l'autorevolezza di chiunque altro. Aggiungo un ulteriore elemento, che la rete è una macchina fatta per distruggere reputazioni in un attimo, e anche questo toglie credibilità alle persone, perché chiunque può saltar su a interloquire mettendo in discussione la reputazione di una persona, ed è una reputazione che quella persona magari ha costruito in 20, 30 anni di lavoro. Ma ve lo ricordate "Questo lo dice lei" detto da Laura Castelli a Pier Carlo Padoan: chiunque può dire "Questo lo dice lei".

AC: E a chi tocca fornire ai cittadini gli strumenti per essere in grado

di districarsi, di capire, discernere, selezionare?

Alla scuola, che però è attrezzata in parte, diffonde, promuove, presidia le basi: leggere, scrivere, far di conto, comprendere. La scuola non è però una balia che ti segue per la vita. Sta anche a te avere la voglia, l'autostima necessaria a distinguere ciò che è vero da ciò che è falso, e sarà sempre più complicato. Questa cosa del *deep fake* è preoccupante: manipolando le immagini-video e montando un audio falso, si può far dire a chiunque ciò che si vuole, mostrando il chiunque proprio mentre lo dice. Questo, in un mondo che ha già una sua deriva complottista, può diventare veramente devastante. È una tecnologia che già esiste. Proiettata fra 20 anni, proiettata davanti a una persona che ha una sua fragilità emotiva.

AC: Altro termine abusato in comunicazione: storytelling.

Se usi lo *storytelling* stai facendo dell'*overselling*... È vero che raccontare è importante, non ce lo siamo mica inventati l'altroieri: se uno vuole capire quanto sono importanti le narrazioni si prenda la Bibbia e il Vangelo e si domandi come mai continuano ad essere dei testi piuttosto letti. Certo che il nostro pensiero, la nostra cognizione procedono per narrazioni. Le mnemoniche sono fatte della costruzione di narrazioni: quando ti dicono ricordati dieci cose in fila, immagina una stanza e disponi i tuoi dieci oggetti dentro questa stanza, li capisci che costruisci una narrazione, dai una struttura narrativa. Ma la nostra ricerca del senso, e torno a *Le vie del senso*, consiste in null'altro che ricercare

le strutture che tengono insieme le cose in modo da riconoscere la loro narrazione implicita. Se tu sai che esiste tutto questo, non stai a riempirti la bocca di *storytelling*, perché è come dire che gli esseri viventi respirano. Certo che respirano. E certo che vogliono comprendere, capire e avere storie, perché la loro mente lavora per storie, lavora per configurazioni complesse, lavora per sistemi di causa-effetto, lavora per prima e dopo, lavora chiedendosi come andrà a finire, lavora anche chiedendosi chi è il buono e chi è il cattivo, se c'è un'opportunità o se c'è un pericolo. La nostra vita è una narrazione.

ML: Credi all'esistenza dei persuasori occulti? Quanto siamo manipolati e come possiamo restare vigili? Nella comunicazione di oggi, negli algoritmi dei social, abbiamo strategie per individuare e disinnescare al volo eventuali manipolazioni?

Diciamoci che Packard inventò un bello slogan, uno slogan molto seduttivo e suggestivo... I persuasori occulti, mamma mia: poi in realtà la persuasione, la comunicazione persuasiva è sempre esistita, leggi Cicerone e ti dà alcune dritte fondamentali di comunicazione persuasiva. Dentro la retorica ci sono gli elementi di base di qualsiasi discorso persuasivo. La persuasione esiste da sempre, ed è peraltro quella che ci tiene insieme come società, perché io devo un po' persuaderti a fare una serie di cose che non mi danneggiano, e tu devi persuadermi a fare una serie di cose che non ti danneggiano, e la struttura sociale deve persuadermi con le buone o con le cattive a fare delle cose che facciamo

di me un decente cittadino, un decente membro di quella società. Detto che la persuasione è sempre esistita, non c'è nulla di più palese della persuasione pubblicitaria: ci fa i manifesti, ha delle pagine dedicate. Dov'è la parte occulta? E a cosa servirebbe la parte occulta di cui parla tutta la mitologia della comunicazione subliminale? Se è *sub limen*, cioè non la percepisci, difficilmente funzionerà a livello cosciente, e se hai qualcosa di convincente da dirmi a livello cosciente forse fai prima a dirmelo a livello cosciente.

Il tema degli algoritmi è un po' diverso, nel senso che gli algoritmi non hanno volontà: sono infinite stringhe di codice gestite e operate da macchine. Ha una volontà chi dà le istruzioni agli algoritmi: cioè dei dati per aiutare l'intelligenza artificiale a crescere e a fare *deep learning*, cioè imparare facendo. Il tema è che questa roba ci è un po' sfuggita di mano, nel senso che diversi grandi esperti hanno detto "Attenzione!". Già adesso sembra che l'intelligenza artificiale usi delle sue strade per ottenere dei risultati che è impossibile ricostruire con un processo di *reverse engineering*, cioè non si riesce a capire, rifacendo la strada all'indietro, come è arrivata a certi risultati. Già in altri ambiti viene fuori che se il dato immesso alle origini era disorientante — perché affetto da bias di genere per esempio — ecco che il risultato dell'intelligenza artificiale è a sua volta affetto da bias. Allora succede per esempio che il programma di selezione del personale di Amazon penalizzi le donne. O, peggio, che a due membri della stessa famiglia,



con lo stesso reddito, il programma di attribuzione del credito delle carte di credito al marito un valore venti volte superiore a quello della moglie. L'intelligenza artificiale è un problema, non ancora affrontato e non può essere affidato a una manica di giovani nerd bianchi... questo è. Questo vale per gli algoritmi di Facebook — e sappiamo il brutto uso che ne è stato fatto — ma non solo: programmi di assunzione del personale, quelli che decidono se darti o non darti un mutuo, se darti o non darti dei soldi, sono ormai gestiti in parte dall'intelligenza artificiale che non sappiamo bene bene come ragiona e, secondo me, non lo sanno nemmeno gli ingegneri che l'hanno messa insieme.

Quindi gli algoritmi di Facebook o quelli che hanno contribuito a diffondere disinformazione sono una parte del problema. Il problema però è ancora più grande: non è solo la disinformazione, e già quella è un disastro, l'abbiamo visto con l'assalto a Capitol Hill, lo vediamo con QAnon, lo vediamo con tutte le teorie cospirazioniste più bizzarre che girano oggi. Saranno certamente tempi interessanti, ma ricordiamoci: "Che tu possa vivere in tempi interessanti" è la più potente delle maledizioni cinesi! Io so di altro e mi occupo di altro, però se fossi una persona deputata a preoccuparsi del futuro di questo mi preoccuperei un pochettino. L'ho letto da qualche parte, metti che all'intelligenza artificiale veramente potente, onnipotente, venga dato l'input di occuparsi della salvezza del pianeta, e che questa intelligenza artificiale decida che siccome il genere umano affligge il pianeta, l'unico

modo per salvare il pianeta è far fuori il genere umano.

**AC** Paravi di flusso, quello indistinto dei social, senza la griglia a cui ci avevamo abituato i giornali: ma il lavoro giornalistico è costoso, e siamo sempre meno abituati a pagare per l'informazione.

Ne ho parlato all'ultimo Salone del Libro, ed ero a gestire un panel da aver paura solo a pensarci, perché c'era il direttore del Corriere della Sera, il direttore della Stampa e la vice-direttrice di Repubblica. In quell'occasione si è parlato di un dato abbastanza incredibile: Facebook da solo acchiappa quasi metà dell'investimento mondiale in pubblicità, si raggiungeranno i due terzi dell'investimento pubblicitario mondiale nel 2022-23 con il solo Internet. Detto questo fare informazione costa, è giusto che la gente paghi, però pagare l'informazione è sempre più difficile. Mi spiego: io sono abbonata a due quotidiani online. Mi capita di volerne leggere quindici: non posso abbonarmi a tutti, divento scema con le password! Anche se avessi 3.000 euro all'anno da spendere per abbonarmi al New York Times ecc., non ce la posso fare. Allora perché non è stata fatta una cosa semplicissima: vendimi una carta a consumo e quotami a prezzo unitario gli articoli dei giornali. Io inserisco un codice nella memoria del mio computer, così do il comando ed entro facilmente e pago anche 50 centesimi per leggermi il singolo articolo del New York Times che mi interessa, lo farei volentieri anche per gli articoli di carattere scientifico. Adesso se non hai l'abbonamento universitario, in alcuni

siti che raccolgono i paper scientifici non entri: puoi solo accedere all'abstract. Se voglio leggere una cosa che è uscita adesso di neuroscienze, non posso farlo, devo pagare 60 dollari per iscrivermi al sito. Abbiamo fatto le tessere telefoniche, è la stessa tecnologia, perché non si può fare? L'ho chiesto ai tre giornalisti, e loro mi hanno detto "Beh, no, perché il mondo dell'informazione è diviso". Però se la mia alternativa è procurarmi cattiva informazione gratis o buona informazione a pagamento, forse c'è la possibilità che io compri buona informazione a pagamento. L'hanno fatto per le piattaforme per lo streaming video, per le serie, per la musica. Magari credono di guadagnarci poco come i musicisti... ma preferiscono cedere per un piatto di lenticchie la loro informazione di pregio a Google?

**AC** Cosa distingue la creatività dall'arte?

Niente: nel senso che l'arte (parlo di arte figurativa, di letteratura, di teatro, di danza...), se ragioniamo in termini di insieme, è una delle espressioni della creatività, però dentro la creatività — unire materiali esistenti, ciò che già c'è, in configurazioni nuove e utili — c'è anche la ricerca scientifica, l'intuizione matematica, la ginnastica e la cucina, l'invenzione di nuove soluzioni urbanistiche, la tecnologia... Quindi l'arte è una espressione di questa magnifica capacità umana di dar vita a un nuovo che migliora l'esistenza di tutti noi, o che la rende più bella, o che la rende più comoda, o perché l'allunga, o perché la rende più sana, più confortevole, o perché ci intrattiene, o perché la rende più divertente, più gustosa.

La poesia di

# Maria Grazia Calandrone

A CURA DI SARA ELENA ROSSETTI

Il suo ultimo libro è un romanzo, un'autobiografia in versi in cui Maria Grazia racconta l'infanzia e il rapporto con la madre adottiva. Sebbene non sia una raccolta di componimenti, *Splendi come vita* ci dice molto della poesia di Calandrone. Prima di tutto è una parola necessaria che arriva con una chiamata e chiede di essere detta: il romanzo è stato scritto in poco più di un mese e la scrittrice racconta di averlo fatto di getto perdendo di vista tutto il resto. Lo scrigno era aperto e le parole sgorgavano come un fiume in piena. Un altro aspetto della sua poesia che ritroviamo qui è l'universalità che prende spunto da fatti concreti, eventi storici o elementi autobiografici. La poesia di Maria Grazia è una poesia che tocca la storia, l'attaversa, non ha paura di essere politica se come politica

si intende una poesia che dice chi siamo e dove siamo adesso  
*siccome nascono poesie d'amore,  
 questa poesia è politica  
 (Da Contro l'istilo)*

La televisione, la cronaca, gli articoli di giornale entrano nei suoi libri insieme a tutto quello che della realtà fa parte, la natura, la scienza, l'arte, la vita e la morte. Ne *Gli scomparsi*, così come nel recente *Giardino della gioia*, troviamo storie di uomini e donne come Rudy Guede, Pietro Maso, Emanuela Orlandi, raccontate talvolta in prima persona, altrove con una terza persona più distaccata che si mischia a stralci di articoli di giornali, testimonianze e registrazioni. Accanto ad un abbraccio compassionevole vi è più spesso uno sguardo nitido e preciso che taglia il dolore per vivisezionarlo, capirlo, o più semplicemente prenderne atto. Il bene sta insieme al male e spesso non siamo

in grado di rintracciarne i confini. È proprio la poesia che permette di guardare la ferita e farvi uscire la luce. Questo essere presente e contemporanea, poetessa del suo tempo e poetessa nel tempo, si manifesta anche nei molteplici interessi della scrittrice che è giornalista, regista, autrice e presentatrice di programmi radio, poetessa nelle carceri e nei laboratori delle scuole. Nei suoi scritti non manca la ricerca e la sperimentazione, l'uso di vocabolari diversi, dal linguaggio giornalistico a quello medico, tecnico, scientifico, con un misto tra prosa e poesia che negli ultimi anni si è fatto sempre più presente. La poesia di Maria Grazia è ricerca di una parola viva che viene donata e si fa strada nel mondo, una parola che al contempo fa riflettere sulla funzione stessa della poesia e ci lascia ancora una volta al centro di un grande mistero.