



CIRCUITI STAMPATI

## “Atlante di numeri e lettere”

Raccontare le aziende con lo stesso sentimento di incanto con cui si potrebbe compiere un viaggio di penetrazione all'interno di una foresta; e poi cercare di definire la geografia di alcuni territori come frutto dell'interazione tra questi ambienti e le altre entità che gravitano nelle stesse aree; e poi ancora quanto c'è di comune e di diverso tra una foresta e un'altra; e infine fare in modo di compiere questo viaggio di ricognizione affidandone la descrizione non solo ai naturalisti ma anche ai pittori: così “Atlante di numeri e lettere”, creatura generata in CMT, dichiara di muovere a esplorare per tramite di coloro che utilizzano lo strumento del computo e anche quello della scrittura o della creatività.

“Atlante di numeri e lettere” si propone dunque, nei confronti delle aziende, come una possibilità altra di offrire una propria immagine, comunicazione slegata dai canoni pubblicitari, e rivolta all'attenzione e all'ascolto di un auditorio dalle potenzialità importanti, se considerate in misure non convenzionali di tempi e spazi. L'obiettivo può essere conseguito innanzitutto come naturale sviluppo di ipotesi, tanto dalla redazione quanto dall'impresa: meglio da un progetto risultante come integrazione tra gli svolgimenti tematici della pubblicazione, di volta in volta definiti, e quelle unità produttive percorse da progetti culturalmente innovativi o legati a esperienze formative. In questo scambio, in questa complementarietà, si può intravedere una scommessa, la cui posta è quella di riuscire a portare come immagine non convenzionale l'idea dell'azienda verso impreveduti territori di mercato. Le industrie interessate a partecipare al racconto di “Atlante di numeri e lettere” sentono il vento di un generale mutamento sollevarsi da ogni punto dell'orizzonte. E sanno che tra le strutture destinate a restare, certo sono quelle in cui è buono il legame tra tradizione e innovazione, tra quantità e qualità, tra profitto e etica: e in conclusione quelle che sapranno integrare al proprio ruolo produttivo anche quello di referente sociale, termine medio di una catena di possibili relazioni tra quanto accade al proprio interno e la realtà circostante, considerata nella sua complessità.



## Alta velocità

Quest'anno "Atlante di numeri e lettere" ha scelto, tra le possibili tematiche quella dell'alta velocità: considerata innanzi tutto dal punto di vista dell'accelerazione produttiva. Si svolgono quindi, nei numerosi contributi le declinazioni del tema sia in ambito tecnico-scientifico, sia in quello umanistico, in un succedersi di pagine dove l'economia, l'architettura, la robotica si vengono a trovare contigue alla musica, al racconto, alla riproduzione di un'opera d'arte.

Nell'alta velocità che si viene imprimendo al mondo delle cose e degli uomini tutto diviene produzione e deve girare in modo sempre più veloce, in una generale ottimizzazione di processo. Cosa deriva da tutto questo, cosa può derivare da tutto questo, cosa può essere desiderabile derivi da tutto questo? È la vita nell'andare, nel movimento, nel muovere verso qualcosa. Si va, invece, nel presente, in un infortificato andamento che minaccia la propria essenza. Nei ritmi delle fabbriche, del costruire, laddove questo non esprime una vera necessità, si sta correndo un rischio mortale. Alla fine si rischia di costruire roba che non potrà mai essere venduta, automobili fatte per spazi e persone che non sono in grado di accoglierle, merci che si accumulano ovunque, in attesa di qualche impossibile vendita, se non addirittura impossibile svendita. Altrove allora deve forse essere cercato quanto velocità e automazione riescono a "liberare" in termini di risorse umane. Accanto e in armonia con il vulcanico agire deve dunque trovare spazio un tempo più lento, un tempo da poter perdere per poi riuscire a trovare qualche cosa di altro, qualche cosa di diverso, una possibilità nuova di essere e fare nel mondo, prima che il polverone alzato dalla folle corsa finisca per rendere tutti ciechi. Bene si mescolano allora vecchio e nuovo, la vigna gestita col computer, il pollaio un po' meno lager e meno ottimizzato, quando si arriva a capire, ed è una semplice questione di comunicazione, e alla fine di cultura, che un uovo si può tranquillamente vendere più caro, laddove ciò che viene venduto sia un pezzetto spesso di un mondo migliore.

Ma è un diverso rapporto col mondo ciò che conta, in un'epoca di tali e improvvisi cambiamenti, una nuova visione, e un nuovo rapporto tra soggetti. In questi ultimi anni, la furia privatizzatrice ha voluto cancellare dovunque il vecchio termine 'utente' per sostituirlo con quello di 'cliente'. Dovrebbero le aziende oggi preoccuparsi di aggiornare il termine 'cliente' e inventare qualcosa che abbia in sé una capacità meno diretta di evocare la rapidità con cui la clientela può abbandonare al suo destino all'improvviso la più pregiata delle produzioni. In una condivisione etica e morale tra produttore e consumatore di prodotti, è da sperare dunque che si apra una nuova via, dove ognuno per la sua parte sia referente all'altro, perché la più alta velocità nell'erogare bene e servizi sia dedicata all'unico fine di pervenire tutti a una più sofisticata civiltà: quella in cui il tempo non si deve contare, come è privilegio di filosofi e dei.

