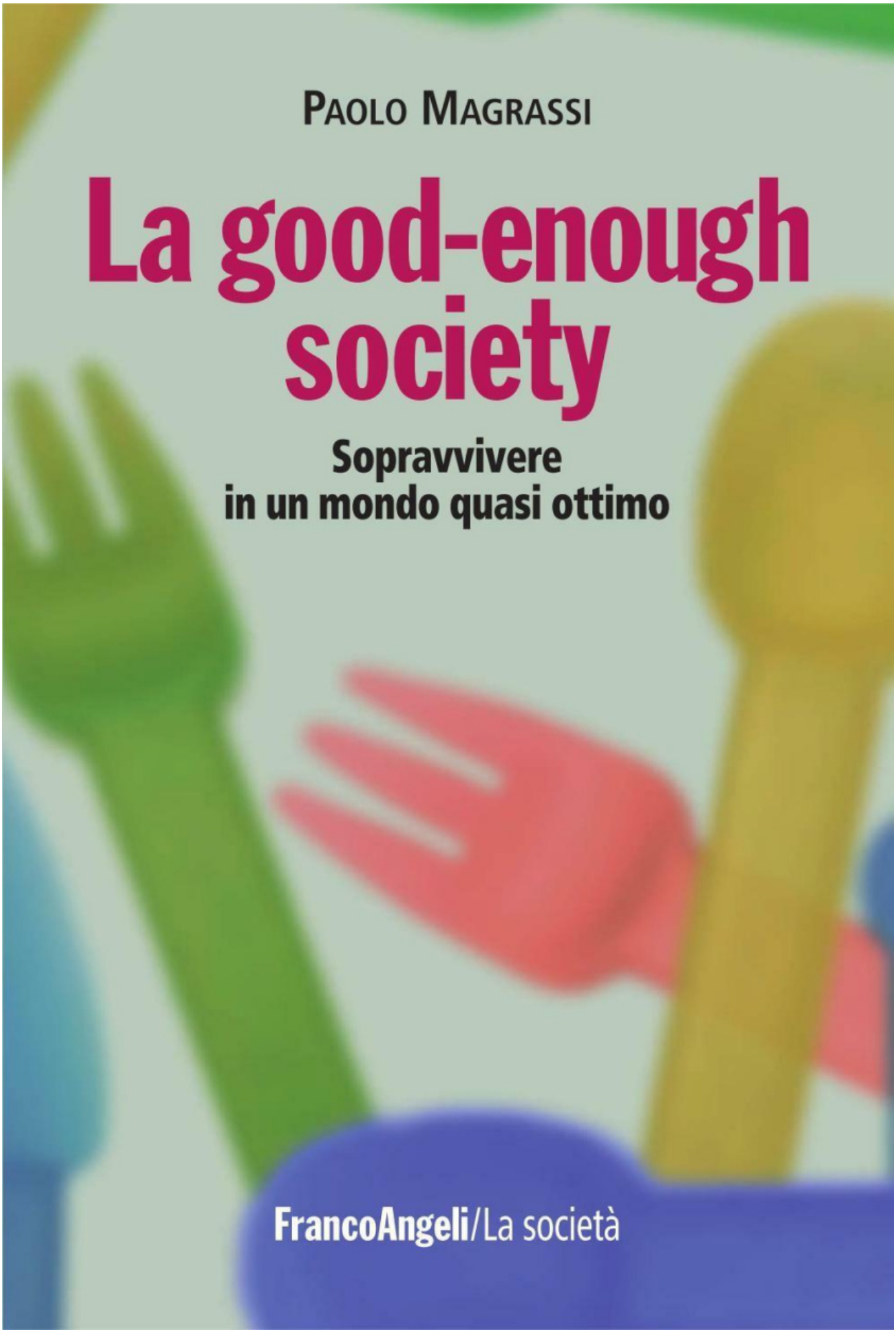
DOPPIOZERO

Bassa definizione

Vanni Codeluppi

27 Luglio 2019

Le aziende che producono degli strumenti di comunicazione promettono costantemente agli individui di offrire loro dei mezzi per vivere in un mondo più preciso e definito rispetto alla realtà quotidiana. D'altronde, in apparenza le rappresentazioni mediatiche odierne sembrano essere maggiormente accurate e coinvolgenti rispetto al passato. In realtà, è vero esattamente il contrario. Siamo di fronte infatti a una società che si muove decisamente più in fretta rispetto alla capacità umana di tenerle il passo. È inevitabile perciò che gli individui tentino disperatamente di sviluppare delle forme di adattamento a tale tipo di società e si accontentino di forme di comunicazione e d'immagini dotate di un basso livello di definizione. Che sono perciò imprecise e persino grossolane, ma in grado comunque di consentire di comunicare in maniera estremamente veloce. Si fa largo così un'estetica dell'imperfezione e le società occidentali avanzate stanno di conseguenza sempre più trasformandosi in società basate sul principio del cosiddetto «good-enough». Fanno cioè ricorso a un modello sociale nel quale in prevalenza gli individui, per riuscire a rimanere sintonizzati con i processi di cambiamento, sono costretti a rinunciare di cercare il migliore e l'ottimo, che considerano irraggiungibili, e si accontentano di avere il "buono quanto basta". È la tesi che ha sostenuto ad esempio qualche tempo fa Paolo Magrassi nel volume *La good-enough society. Sopravvivere in un mondo quasi ottimo* (FrancoAngeli).


Paolo Magrassi
La good-enough society
Sopravvivere in un mondo quasi ottimo
FrancoAngeli/La società

Nello Barile ha affermato che la diffusione di questo modello comunicativo appare essere estremamente evidente oggi in numerosi ambiti della produzione di creatività (dalla musica alla *computer art*), ma è presente in maniera particolare all'interno della «politica a bassa fedeltà». Un tipo di politica che ha dato il titolo al più recente libro dello stesso Barile (Mondadori Università) e ha trovato delle efficaci forme di applicazione nelle modalità comunicative adottate dai principali leader che dominano attualmente la scena politica italiana.

Massimo Mantellini, in *Bassa risoluzione* (Einaudi), ha individuato la presenza del concetto di bassa definizione in numerosi altri ambiti sociali odierni. Per esempio, a suo avviso, tale concetto è riscontrabile nell'enorme quantità di selfie che vengono quotidianamente scattati dagli individui. Il selfie, secondo Mantellini, è molto differente dal tradizionale ritratto. Non possiede cioè la stessa qualità sul piano della capacità di definizione dell'identità del soggetto. Costituisce un semplice frammento del racconto più complessivo che l'individuo sviluppa ogni giorno su di sé. Non si tratta tanto di una questione di bassa risoluzione dell'immagine digitale scattata, che comunque è inferiore a quella dell'immagine analogica, ma soprattutto dello scarso valore attribuito solitamente al singolo selfie, concepito per essere una parte di un discorso più ampio e spesso anche come un elemento effimero e transitorio all'interno del percorso di costruzione dell'identità personale.

Analogamente, sono a bassa definizione anche le cucine e i mobili di legno truciolare di Ikea, le fotografie a sviluppo istantaneo di Polaroid, le informazioni fornite da Google, il processo di lettura sugli ebook, le notizie giornalistiche della "free press", i voli a basso costo di Ryanair e molto altro. Perché Mantellini mette giustamente in evidenza che è fondamentale oggi per le persone poter consumare quello che appartiene al mondo presente in cui vivono, vale a dire ciò che è attuale. Non importa che per poterlo fare si debbano necessariamente accontentare di un livello inferiore di qualità. Perché va considerato che la crescente diffusione nelle società occidentali avanzate di fenomeni basati sulla bassa definizione è legata anche a quel progressivo impoverimento della fascia media della società che si è manifestato negli ultimi decenni in tutto l'Occidente.

A tale impoverimento le imprese hanno risposto attraverso l’offerta di un modello di consumo *low cost*, il quale propone ai suoi consumatori una grande varietà di scelte ma di livello inferiore, sebbene comunque soddisfacenti perché si tratta di prodotti che sono in grado di simulare molto bene i prodotti più costosi. Non siamo però davanti a dei prodotti che sono stati falsificati, ma semmai a dei veri e propri surrogati, a qualcosa cioè viene semplicemente consumato “al posto di”.

Nella crescente adozione sociale di tale modello è presente anche un rischio e tale rischio è legato al fatto che gli individui, anziché cercare di ottenere quell’aurea *mediocritas* di cui ci ha parlato il poeta latino Orazio, vale a dire il “giusto mezzo”, un compromesso accettabile tra la qualità e il risparmio economico, diventino in misura sempre maggiore disponibili a farsi rifilare una “paccottiglia consumistica” di scarsissimo livello.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

Massimo Mantellini

Bassa risoluzione



Dentro alla vastità dell'offerta digitale, tutto ci è sembrato a portata di mano. Proprio allora abbiamo deciso di rallentare, compiendo una scelta inattesa: la riduzione delle nostre aspettative. Capire questa scelta significa capire la contemporaneità.