

Progetto per una comunità digitale sperimentale

Scenario:

La rivoluzione informatica:

Una situazione che abbiamo cominciato a vivere per frammenti è che nello sviluppo della città ha sempre maggiore peso l'informazione.

L'informazione viaggia su reti informatiche sempre più estese e veloci. Diminuiscono i tempi, si velocizzano le operazioni, si ottimizzando gli spazi. Le informazioni escono dai loro contenitori e c'invadono. Cellulari, palmari e portatili fanno oramai parte del nostro guardaroba corrente e sono sempre più "indossabili", comodi, alla moda. Siamo nell'era del "Digital Lifestyle".

Si presentano come degli inseparabili amici ma il loro scopo principale è renderci parte di una rete che dà informazioni nella stessa misura in cui ne chiede. Si è infatti sempre parlato di rete come scambio di informazioni. L'illusione di poter attingere ad un'immensa banca dati senza fornirne è impensabile perché verrebbe meno il principio fondamentale della rete: nutrirsi di informazioni sempre nuove per trarne l'energia vitale al suo mantenimento.

La navigazione su internet esige infatti informazioni personali al fine di restituirne altre che sono generali e controllate. Si chiamano cookies i dati personali di ogni utente, che vengono silenziosamente scambiati con i siti durante la navigazione. E' facile verificare quanti blocchi ci si trovano di fronte inibendo questo scambio bilaterale.

Con Internet nasce il concetto d'interattività. L'utente personalizza le sue ricerche, sceglie la strada da percorrere, traccia il suo viaggio, seleziona le informazioni. L'immensa rete fatta di ognuno di noi si adatta sempre più alle nostre esigenze. La personalizzazione si sostituisce alla standardizzazione dell'era industriale.

Informazione		Ricerca sperimentale di ipotesi
Reti e scambio di dati	↔	Mixitè, personalizzazione
Interattività		Interattività
Velocità		Simultaneità
Tempo		24 ore su 24

La nuova città anti-zooning:

La nuova città, con un modello produttivo basato sulle informazioni, si sta muovendo sulla simultaneità (socialità interagenti, flussi combinati, informazioni in perenne incrocio).

Sta cambiando lo stile di vita sempre di più misto di funzioni (ludiche, commerciali, terziarie e della comunicazione) ed interessi.

Personalizzazione, stratificazione, ibridazione sono tra i primi risultati della nuova ricerca estetica in architettura, nell'era delle reti e dello scambio di dati.

Oltre lo spazio cambia il concetto del tempo e la città tende a vivere 24 ore su 24.

L'interattività, fondamentale strada su cui lavorare sta penetrando l'architettura attraverso tre livelli:

1. Interconnessioni: collegamenti di persone, pensieri, decisioni, creazione del consenso.
2. Nuovo illusionismo urbano: stereorealtà attraverso l'elettronica (sistemi proiettivi, tecnologici, realtà virtuali)
3. Architettura capace di reagire in tempo reale al modificarsi delle situazioni esterne (robotica, casa intelligente, sensori).

Come inserire tutto ciò in una nuova ricerca estetica?

Come fare un'architettura che abbia una profonda coscienza del valore dell'informazione?

E' necessario incorporare l'idea di una città diversa. Pensiamo ad un microcosmo sempre vitale allo stesso tempo residenziale, produttivo, ricreativo e ludico. Questa combinazione può trovare la sua forza trainante in una driving force, principio funzionale, formale ed organizzativo.

Se l'architettura è una cartina tornasole sensibile ai cambiamenti della società, segno tangibile e concreto dell'evoluzione dei luoghi, rimane sempre un' involucro che ha il compito di proteggere, riparare, assicurare. La rivoluzione informatica porta con se anche una forte perdita di orientamento. Si aprono le frontiere di un mondo più vasto e veloce di quanto possiamo noi oggi percepire. Nuove realtà, nuove dimensioni e nuovi mondi virtuali si aprono di fronte a noi e chiedono un confronto. Entrare in una rete digitale significa oggi anche perdita di contatto umano e isolamento. La tecnologia porta ad un aumento esponenziale della velocità nella vita di ognuno di noi. La lettera spedita 50 anni fa veniva consegnata all'altro capo della città dal postino a piedi o in bicicletta ed occupava un'intera mattinata fatta d'incontri, di osservazioni, di esercizio fisico. La stessa oggi viene consegnata contemporaneamente in ogni parte del mondo alla velocità della luce ed il postino del 2000 deve mandare centinaia di e-mail seduto di fronte uno schermo per guadagnare lo stesso stipendio. La tecnologia ed il progresso ci rendono sempre più efficienti nella rincorsa di cosa? E' questa la strada? La tecnologia ha un'unica direzione ed è quella imboccata? Si profila un futuro alla "Matrix", fatto di corpi incubati connessi in rete?

La risposta sta anche nell'architettura che verrà, che stiamo studiando ed è nostro compito non solo quello d'interpretare il cambiamento ma anche di anticiparlo orientandone i giusti sviluppi. Steve Jobs nel 1976 inventa assieme al collega Steve Wozniak il primo personal computer nel garage di casa e da avvio alla rivoluzione tutt'ora in atto. 26 anni dopo progettare un Apple store può essere l'occasione giusta per anticipare ed orientare. Dopo 26 anni di corsa affannosa verso la tecnologia è forse arrivato il momento di avvicinarla.

Apple store:

Apple è l' unica azienda a produrre sia l' hardware che il sistema operativo e il software- il tutto perfettamente integrato con la leggendaria semplicità d' uso che contraddistingue questo marchio. Con l' aiuto di alcuni dispositivi elettronici selezionati, Mac OS X e applicazioni come iTunes, iMovie 2, iDVD 2 e iPhoto, Apple ha l'obiettivo di fare dello stile di vita digitale una realtà.

Apple store nasce su internet, divenendo rapidamente il terzo sito e-commerce per giro d'affari al mondo. Sono di qualche anno successivi gli spazi fisici commerciali che si diffondono su tutto il territorio americano.

Le caratteristiche di un "Digital Apple store" sono:

- Possibilità di acquistare senza stress tutta la produzione Apple
- Sicurezza di acquistare prodotti compatibili, garantiti ed affidabili
- Chiara politica di vendita
- Possibilità di personalizzare il proprio mac
- Ultime novità sui prodotti e l'azienda.
- Disponibilità e prezzi sempre aggiornati
- Miglior rapporto prezzo/qualità presente sul mercato
- Assistenza e supporto in ogni fase del processo d'acquisto

Obiettivi del un nuovo Apple store ⇒ allargare la comunità

- Commercializzazione e vendita dei prodotti Apple ⇒ store commerciale
- Ricerca tecnologica ed estetica ⇒ laboratori scientifici, studio di design, expo prototipi/ricerca, abitazioni comunità.
- Presentazioni nuovi prodotti, strategie, prospettive, eventi ⇒ sala meeting
- Avvicinare nuovi clienti alla tecnologia (il prodotto Apple deve essere sempre di più "User friendly" e assicurare l'utente convincendolo di avere il controllo immediato dei mezzi a disposizione) ⇒ swimming pool digitali, spazi di servizio futuristici.
- Attrarre clienti nella comunità Apple (entrare nella rete personalizzata Apple comporta tutta una serie di vantaggi. S'imbocca una corsia preferenziale verso il futuro continuamente testata e aggiornata. Finiscono i problemi di compatibilità e orientamento. Accettare di mettere a disposizione della rete Apple i propri dati significa creare una stereorealtà fatta a misura, futuribile ma prossima. Apple deve dimostrare i vantaggi di una comunità che funziona. Entrare in un Apple store significa essere capiti, poter comunicare globalmente, rapidamente ed in maniera intuitiva) ⇒ information and consultant point, expò interattiva prodotti, swimming pool digitali

- Presentare le potenzialità delle reti personalizzate wireless, pronte allo scambio di dati e quindi all'intima presa di contatto con la clientela/utenza (interessi, budget, strategie, obiettivi, ecc.) ⇒ consultant point, swimming pool digitali wireless
- Presentare il futuro prossimo invogliando il cliente a divenire protagonista dei processi in atto (il pubblico deve poter testare in un ambiente familiare e vicino alla propria realtà i vantaggi della tecnologia) ⇒ swimming pool digitali, realtà virtuale, esposizioni futuribili

Spazi funzionali costituenti il nuovo Apple store:

- Hall/Reception/Info spaces ⇒ il cliente scopre s'informa e si registra. Gli viene consegnata una card con microchip con cui diventa turista della comunità. (La richiesta di informazioni è pass d'ingresso alla rete).
- Store commerciale (comprendente spazi tecnici, magazzini, staff device)
- Expò interattiva prodotti
- Laboratori scientifici
- Studio di design
- Expò prototipi/ricerca
- Abitazioni comunità
- Sala conferenze, sala meeting
- Swimming pool digitali
- Swimming pool digitali wireless
- Information point
- Consultant point
- Spazi di servizio futuristici (Es: ascensore che presenta con tecnologie multimediali il piano di destinazione)

1250 mq di superficie lotto . 7 livelli previsti ⇒ 8750 Mq

Possibili innovazioni che saranno introdotte nel nuovo Apple store:

- Schermi LEP

Studi condotti dalla Cambridge Display Technology (CDT), indirizzati verso l'ideazione di particolari schermi a quarzi liquidi, leggeri e arrotondati, ma anche dotati di particolare resistenza. Ciò è stato possibile grazie alle scoperte sulle catene polimeriche relative alle emissioni luminose (LEP); questo tipo di plastica può essere oltretutto modificato cromaticamente, punto per punto, offrendo una resa luminosa stabile e senza bisogno di retroilluminazione. E' molto importante sottolineare inoltre come, a differenza degli schermi LCD, questi schermi LEP possano essere osservati sotto una qualsiasi angolazione o visuale. Questi schermi LEP potessero poi essere realizzati anche con polimeri morbidi, permettendo così una libera modellazione dello spazio confinato. La Plastic Logic, in collaborazione con l'Università di Cambridge, ha individuato un nuovo processo produttivo in grado di costruire transistor flessibili che, al contrario dei tradizionali chip in silicio, possono essere impressi su una sottile pellicola, per dare così vita a questi interessantissimi display pieghevoli.

- Fibre ottiche
- Tecnologia wireless
- Sensori

Di prima generazione:

Percepiscono l'uomo e l'ambiente solo in termini di entità fisiche.

Emozionali:

L'interfacciamento uomo/macchina si evolve grazie alla capacità di riconoscimento ed interpretazione degli stati d'animo.

MEDIA SPACE, ambiente dove gli stimoli sensoriali divengono parte attiva del processo conoscitivo, riconoscimento verbale messo a punto dal MIT MEDIA LAB
(<http://www.media.mit.edu/>)

SMART ROOMS, riconoscimento facciale
(<http://www.sciam.com/0496issue/0496pentland.html>)

WORKSPACES, interfaccie tattili (<http://graphics.stanford.edu/projects/iwork/>)

CAIDA, social visualization (<http://www.caida.org/>)