

grafica, del progetto di "tipografia
mentale per la mappatura
reale", è affine nei presupposti
passione catalografica della
esia di Sanguineti. Indagando la
nsione dall'uomo "analogico"
omo "digitale", Sanguineti e
ella esplorano parallelamente
eparazione tra meccanico
nologico, proponendone una
mbinazione ibrida. Sanguineti
ica così a Pirella l'acrostico
archetipi (ottobre 1995), del quale
ste una versione musicata, in cui
dici versi, letti dall'autore, sono
ti elaborati da otto compositori,
ni specializzati nell'esplorazione
mondo digitale, altri legati alla
ità del suono, quale *prae-textum*
la realizzazione di un brano
clarinetto basso di Rocco Parisi.
me, la poesia di Sanguineti *De*
ina proportionem (ottobre 1996),
portata anche sul frontespizio
Mitologie Gutenberghiane nella
deria digitale, mentre *Identikit* è
a poesia fino a oggi comparsa solo
el catalogo della mostra di Pirella
anticorpo eretico, tenutasi a Genova
il 5 aprile al 3 maggio 2003. 

Pretesti efrastici Edoardo Sanguineti e alcuni artisti italiani

(Enrico Baj, Antonio Bueno, Gepino
Cilento, Antonio Fomez, Salvatore
Paladino, Antonio Papasso, Mario
Persico, Francesco Pirella, Valeriano
Tebbiani)

Società Editrice Fiorentina - Collana:
Cataloghi, 9 - Firenze, 2004, cm
17x24, pag. 100, Euro 12,00

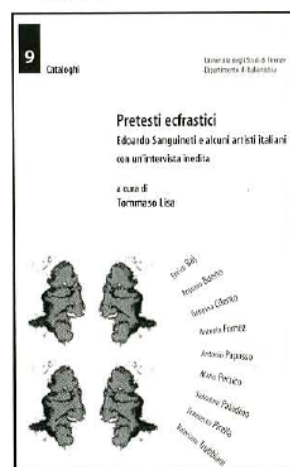
*Il Catalogo Pretesti efrastici
vuole offrire, come il titolo stesso
suggerisce, un "pretesto" iniziale,
una prima base d'appoggio per
prossimi e più approfonditi studi
critici, riportando in primo piano
una serie eterogenea di documenti
inediti, rari, dispersi o minori che,
al contempo, evidenziano il ruolo
di Sanguineti quale critico d'arte
e danno una parziale spiegazione
filologica alle sue poesie d'occasione.*

Profilo dell'autore Tommaso Lisa (1977)

è dottorando presso l'Università di
Firenze con una ricerca dal titolo *La
poetica dell'oggetto. Da Anceschi ai
Novissimi*. Dopo essersi occupato di
critica contemporanea, discutendo

la tesi sull'epistolario di Oreste
Macrì, ha pubblicato la monografia
Scritture del riconoscimento.
Su Ora Serrata Retinae di Valerio
Magrelli (Roma, Bulzoni, 2004) e
il libro di interviste *Poetiche della
contemporaneità* (Milano, Pieraldo,
in corso di stampa), collaborando
alle riviste "Nuovi Argomenti", "Il
Verri" e "Trame". Ha curato, con
Domenico Fiormonte, l'edizione di
filologia digitale di alcuni autografi
di Valerio Magrelli
(www.digitalvariants.com).

Novità novembre



Alla ricerca della stupidità

Massimo Cremagnani

Rilevare la stupidità altrui,
soprattutto a posteriori, è sempre
stato uno sport molto gettonato,
nesso gratuito o semplicemente
enigmtorio. Chapman vuole invece
essere propedeutico, segnalando i fatti
e, secondo la sua esperienza diretta
autore ha operato in quasi tutte
aziende citate), hanno influenzato
negativamente il mondo dell'informatica,
causando problemi tanto agli addetti
lavori quanto agli utenti finali o,
addirittura annientando intere aziende.
più delle volte le colpe vengono
putate a lotte intestine e ottusità
elle classi dirigenti, ma non mancano
isinformazione e supponenza, cause
dritte di produzioni non competitive o
bassa qualità che il settore marketing
ovrà (e non riuscirà) comunque a
endere. Per descrivere i disastri più
levanti, ovvero delle aziende che hanno
atto il botto più grosso, si impara anche
ome le stesse siano prima riuscite a

giungere in cima alla vetta, ascese spesso
tanto ripide da risultare insostenibili da
team impreparati. Alla stessa stregua, i
fatti narrati in questa enciclopedia del
fallimento accennano sovente a una
Microsoft piccola piccola, narrandone
indirettamente, l'ascesa: non solo
arrivismo, ma perspicacia e sfruttamento
degli errori altrui, in particolare di
MicroPro (Wordstar), IBM (OS/2) e Lotus
(123). L'autorevolezza di Chapman punta
il dito sulla (propria) diversificazione
dell'esperienza. L'attenzione di un
operatore di marketing, nel suo caso,
è rivolta sia alla programmazione sia
al pubblico, capo e coda del motore
economico aziendale. Un'ottima
prospettiva che purtroppo, resta tuttora
appannaggio di pochi. Le politiche di
mercato, soprattutto in ambito software,
raramente giocano a favore degli
utenti finali, preferendo il confronto
con la concorrenza a colpi di gadget e
scopiazzature. In altri casi, persevera la

miopia di chi, come
IBM a suo tempo, si
credeva intoccabile:
basti pensare a

Quark. "Alla ricerca
della stupidità" non è quindi solo un testo
di storia, ma una cronaca del presente.
I cicli storici lasciano ripetere ancora i
medesimi errori, con l'unica differenza
che gli addetti alle pubbliche relazioni
sono diventati più bravi a nasconderli.
Traspare facilmente come non sempre
siano i prodotti migliori a vincere, fatto di
cui ci accorgiamo a ogni aggiornamento
software o hardware, soprattutto
grazie alle frotte di patch cui siamo
giornalmente sottoposti.

*Alla ricerca della stupidità — 20 anni di
"disastri" hi-tech Merrill R. Chapman
Mondadori Informatica, € 12,80; 292
pag. b/n
Titolo originale: In search of stupidity:
over 20 years of high-tech marketing
disasters*

