

Elettra Pogliaghi

LA SCIENZA SECONDO I

TED

Talk

Storia, ideali e tecniche
di una rivoluzione comunicativa

Prefazione di Paolo Braga

FRANCOANGELI

La cultura della comunicazione

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Elettra Pogliaghi

LA SCIENZA SECONDO I
TED
Talk

Storia, ideali e tecniche
di una rivoluzione comunicativa

Prefazione di Paolo Braga

FRANCOANGELI

Questa pubblicazione è stata realizzata con il contributo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore come parte del progetto di interesse di Ateneo Comunicare la scienza. Mediazione e mediatori del sapere scientifico nella società complessa (linea di finanziamento D3.2/202).

Grafica della copertina: Elena Pellegrini

Isbn: 9788835179573

Copyright © 2025 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.
Sono riservati i diritti per Text and Data Mining (TDM), AI training e tutte le tecnologie simili.
L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it

Indice

Premessa , di <i>Paolo Braga</i>	pag.	7
Introduzione	»	11
1. Ideas Change Everything	»	13
1. TED: Wurman e l'origine di un'icona	»	13
2. L'altro padre di TED	»	16
3. Oltre il palco: nasce ted.com	»	19
4. L'universo TED	»	21
5. Come vengono scelti gli speaker?	»	25
6. La TED Culture	»	25
7. TED e la cultura comunicativa anglosassone	»	28
8. Impatto sociale e culturale del fenomeno TED	»	31
9. I TEDx	»	33
10. Criticità del fenomeno	»	35
2. TED e comunicazione scientifica	»	43
1. TED: un esempio di divulgazione scientifica	»	43
2. Come comunicare la scienza	»	44
3. TED: quale modello?	»	47
4. TED e cattiva scienza?	»	53
3. Chiarire la scienza	»	59
1. Alcune premesse	»	59
2. TED come genere discorsivo	»	63
3. Ricontestualizzare la scienza	»	64
4. La denominazione	»	65
5. Definizioni e descrizioni	»	67

6. L'esemplificazione	pag.	69
7. La multimodalità	»	71
8. Tra entusiasmo e cautela	»	73
9. Verso l'ethos anglosassone	»	78
4. Humor e prossimità	»	79
1. Prossimità ed ethos anglosassone	»	79
2. Umoreismo da incongruenza	»	83
3. Un buon esempio di umorismo da incongruenza	»	84
4. Ancora sull'umorismo da incongruenza	»	87
5. Umoreismo da superiorità e umorismo da sollievo	»	89
5. Raccontare la scienza	»	93
1. La forza delle storie	»	93
2. Comprendere la scienza attraverso le storie	»	95
3. Scienza e pathos	»	98
4. Prossimità e storytelling nei TED Talk di argomento medico	»	102
5. Se mancano le storie	»	106
6. Lo storytelling nei TED Talk di fisica	»	108
7. Storie... di altri	»	113
8. Lo storytelling oltre la prossimità	»	114
Conclusione	»	119
Bibliografia	»	121
TED Talk analizzati	»	127

Premessa

di *Paolo Braga*

Nel dibattito tra apocalittici e integrati in materia di rete e di media digitali, TED è un ottimo argomento in mano ai secondi. A chi sostiene che Internet ha portato con sé un abbassamento del tono culturale collettivo (morte dei quotidiani cartacei, fake news, polarizzazione delle opinioni sui social, haters, influencer di dubbia competenza seguiti da marea di follower, pullulare di podcast morbosamente dedicati al crimine, le menti dei giovanissimi inquinate da TikTok, un'invasione di serie Tv che solo in infinitesima parte reggono il confronto con quelle belle di un tempo) si può controbattere: però c'è TED. Una piattaforma divulgativa per la conoscenza di idee nuove basata sul culto della parola. Un repertorio in continua espansione di presentazioni, liberamente fruibili online, a coprire lo scibile in modo comprensibile ed emozionante. Senza contare i risvolti aggregativi e le occasioni dal vivo di incontro e scambio del sapere, con gli eventi TED organizzati in tutto il mondo... Difficile non convenire e dire: avercene...

Eppure, l'argomento è poco studiato. Soprattutto in Italia. E anche fuori dai nostri confini la bibliografia è esigua. In fondo, se consideriamo solo i libri, sono pochi. La "guida" di uno dei padri di TED, Chris Anderson, su come concepire un talk (interessante, ma per forza non equidistante). Poi le pubblicazioni di self-help che insegnano a comunicare meglio imparando dalle presentazioni a TED (l'amore per la semplicità fa qui spesso rima con superficialità).

Questo studio di Elettra Pogliaghi è dunque, al momento, un unicum prezioso. Perché, pur mettendo l'accento sulla divulgazione scientifica, abbraccia il fenomeno a trecentosessanta gradi (la sua storia, la sua filosofia, l'organizzazione, il funzionamento della piattaforma, gli eventi). Tecnologia e umanesimo, paradigmi di ricerca e affabulazione, varietà di temi e una mission trasversale. Ancora: dati e retorica, format e spontaneità,

partecipazione in loco e *webcasting*, ragione ed emozione... TED ha tante sfaccettature. Il libro ha il grande merito di non trascurarne nessuna. Di portarci dentro la macchina, rivelandocene hardware e software. Lo fa ponendosi domande giuste, non scontate.

A partire dalla prima. Come nasce un'iniziativa che nel suo nome porta l'inedito connubio di tre ambiti diversi (Tecnologia, Entertainment, Design)? E perché questo accostamento? Quanto alla tecnologia, va bene, oggi è un po' ovunque. Ma il design? Cosa c'entra con l'intrattenimento? La risposta, come il lettore scoprirà, è nel profilo dei creatori di TED. Ha a che fare con il loro retroterra professionale. Scrivendone, l'autrice ci permette di vedere l'operazione da loro ideata come una conquista dell'*information design*: il "disegno" di un'offerta del sapere che sia efficiente e bella, non noiosa, oltre che facile da fruire. Questa parte introduttiva del saggio rende tutto il gusto di TED come un'intrapresa tipicamente "californiana", una start-up (oggi no profit) lanciata e rilanciata più volte sull'onda di un'ispirazione d'avanguardia, da pionieri con una vision.

Altra domanda: i talk... Presentarsi sulla scena per condividere non solo un'idea, ma anche il rapporto personale che si ha con essa, da dove è venuta, perché ha toccato lo speaker e continua ad animarlo, trasmettendo alla platea le proprie vibrazioni... Come mai a questa soluzione per esporre argomenti specialistici si è arrivati in America e non in Europa? E perché ci suona come qualcosa di tipicamente anglosassone? La risposta, come ben evidenzia il saggio, sta nella viva tradizione oratoria di quella cultura, e nell'etica dell'autenticità che è la cifra del suo stile comunicativo. Un tratto rafforzatosi negli ultimi decenni su diversi terreni (i discorsi politici, i sales pitch nel business, ecc.) tanto da suggerire ad alcuni studiosi la constatazione di una nuova fase dell'arte retorica, la New Oratory, in cui TED senz'altro rientra.

TED ha un indubbio appeal divulgativo: una vetrina amichevole, coinvolgente, dichiaratamente concepita per farci sentire vicini e in dialogo con gli scienziati (che non sono gli unici protagonisti di conferenze multidisciplinari, ma ne sono, anche numericamente, i principali). Su questo, Pogliaghi sa mantenere l'opportuno distacco per farsi un'altra buona, necessaria domanda. Nessuna ombra? Nessuna riserva? E rispondere con equilibrio. Riconoscendo i meriti di TED, ma valutando una per una – e, se il caso, condividendola in opportuna misura – le obiezioni che sono state mosse all'associazione, alle conferenze e al *webcasting*. Elitismo? Ritratto semplicistico, paternalistico e ottimistico della scienza? Disparità nello spazio dedicato alle diverse aree del sapere? Alcuni punti di vista privilegiati a discapito di altri? Autopromozione camuffata da divulgazione? Permeabilità alla pseudoscienza? Gli esempi abilmente rinvenuti per calare nel concreto

tali questioni dicono di un rischio effettivo, di cui gli stessi organizzatori sono consapevoli, impegnati a tenerlo sotto controllo (tranne, curiosamente, in alcuni casi, come il talk di Richard Dawkins di cui si fa menzione nel primo capitolo).

Infine, le analisi di un campione di talk scientifici (le scelte linguistiche, le strategie per coinvolgere, quelle per spiegare, i modi per mettersi in gioco sulle stesse frequenze esistenziali del pubblico). Queste pagine sono un piccolo saggio nel saggio. Nel senso che, mentre si dedicano a TED, aprono uno squarcio sul public speaking e sulle sue tecniche. Qui la domanda interessante, suggerita da molti talk, è in realtà duplice: che rilievo ha, effettivamente, l'oggi tanto caldeggiato storytelling? E come si fa a coniugare narrazione e tematiche ostiche? Per dire, riguardanti la fisica? Usando con naturalezza gli strumenti dell'Analisi del Discorso e della Semiotica, il libro offre utilissime risposte al lettore interessato alle soft skills e alla retorica.

Ho avuto il piacere di confrontarmi spesso con l'autrice durante lo sviluppo del suo saggio. Ne ho apprezzato capacità di unire acume critico e buon senso, rigore e creatività di pensiero. Anche il lettore, sono sicuro, farà altrettanto.

Milano, febbraio 2025

Introduzione

«As Mack said, there will be darkness again».

Ascoltando una canzone, per caso, alla radio, qualcuno potrebbe imbarcarsi in questo verso e chiedersi chi sia Mack e quale significato abbiamo le parole riportate. Scoprirebbe, quindi, dell'esistenza di un'astrofisica, Katie Mack, e di un'affascinante teoria sull'eventualità che, un giorno, l'espansione dell'Universo possa invertirsi, portando a una nuova fase di oscurità cosmica. Con tutta probabilità, verrà a conoscenza di ciò grazie a un breve video, di pochi minuti, in cui la scienziata tenta di spiegare questa ipotesi teorica. È un TED Talk, intitolato *The death of the universe - and what it means for life*, lo stesso da quale Hozier, l'autore della canzone alla radio, ha tratto ispirazione nella citazione da cui abbiamo iniziato¹.

E la storia non finisce qui. Perché la menzione di Mack nella canzone di Hozier ha portato alla creazione di un nuovo dialogo. L'astrofisica e il cantante si sono infatti conosciuti e hanno poi condiviso la loro reciproca ammirazione su Twitter, dove le teorie dell'astrofisica hanno trovato ulteriore visibilità.

Un bel ponte che ha permesso alla scienza di uscire dalle aule universitarie e dai laboratori, per entrare nelle conversazioni quotidiane, nelle esplorazioni personali, nella cultura. Un bel ponte tra scienza e società – due mondi spesso percepiti come distanti – costruito, almeno in parte, da un TED Talk².

Un TED Talk che ben esemplifica quanto cercheremo di illustrare nel corso di questo libro: che comunicare la scienza, per gli scienziati di TED,

1. L'aneddoto è riportato da Bucchi e Trench (2021).

2. Il TED Talk di Mack è, per la verità, uno speech un po' atipico, perché non è stato pronunciato e registrato durante un evento da vivo, davanti a un pubblico in sala. Katie Mack, in qualità di TED Fellow, ha avuto l'opportunità di condividere le proprie idee attraverso un breve video, in parte animato, creato insieme allo staff di TED e poi pubblicato su ted.com, permettendole di raggiungere un pubblico globale.

non è solo trasmettere conoscenze, ma tener conto delle esigenze, delle aspettative, delle credenze di un pubblico che non vuole solo essere informato, ma anche coinvolto.

E ciò, come vedremo, impone loro di arricchire i propri speech con strategie retoriche e discorsive che, se ben impiegate e unitamente alla validità, verità e rilevanza dei contenuti da comunicare, possono dare esiti molto felici, di dialogo e conversazione tra scienza e società, come quello illustrato poco fa.

Il libro è diviso in cinque capitoli.

Nel primo, inizieremo delineando la storia e l'evoluzione di TED, per spiegare come le conferenze che portano il suo nome siano diventate un palcoscenico globale per la diffusione delle idee.

Il secondo capitolo, dopo una breve ricognizione dei modelli di comunicazione scientifica esistenti, cercherà di mostrare come TED, nel rigettare un approccio esclusivamente pedagogico-didascalico a questa pratica, intenda invece promuovere il dialogo e la partecipazione pubblica alla scienza.

Alla retorica propria dei TED Talk di argomento scientifico sono dedicati gli ultimi tre capitoli di questo contributo.

Il terzo, introducendo l'idea di una comunicazione della scienza al grande pubblico come ricontestualizzazione, si focalizza sulle strategie espositive utilizzate dagli speaker di TED per adattare il linguaggio e i contenuti scientifici in modo che siano comprensibili e intelligibili per un pubblico generalista.

Nei successivi due capitoli, discuteremo infine l'importanza dell'umorismo e dello storytelling nella costruzione di un rapporto di prossimità con il pubblico. Tenteremo quindi di mostrare come un approccio umoristico e narrativo serva a ridurre e a colmare la distanza tra oratore e pubblico, contribuendo significativamente all'umanizzazione della scienza e dei suoi rappresentanti, così essenziale alla creazione di un dialogo fruttuoso tra questi ultimi e la società civile.

L'interesse per le tecniche comunicative dei TED Talk è nato anni fa durante le lezioni di Semiotica dei Professori Armando Fumagalli e Paolo Braga all'Università Cattolica del Sacro Cuore. Si è sviluppato nel tempo intrecciandosi con una crescente attenzione per la divulgazione scientifica e ha trovato ulteriore approfondimento nel progetto di interesse di Ateneo *Comunicare la scienza. Mediazione e mediatori del sapere scientifico nella società complessa*, nel quale sono stata coinvolta grazie al Professor Armando Fumagalli e al Professor Paolo Braga. A loro va il mio più sincero ringraziamento per aver accompagnato questo lavoro sin dalle sue prime intuizioni, con preziosi consigli, una guida attenta e un confronto sempre stimolante. Senza il loro sostegno, questo libro non sarebbe nato.

1. Ideas Change Everything

1. TED: Wurman e l'origine di un'icona

Tecnologia, intrattenimento (la E di *Entertainment*), design. Una triade importantissima per l'industria televisiva americana degli anni Settanta, dove lavora un giovane inglese trapiantato a Los Angeles, Harry Marks¹.

Grafico e designer televisivo, Marks approda alla ABC-TV di Los Angeles a metà anni Sessanta e da allora comincia a realizzare, per le più importanti reti del tempo (oltre alla ABC, la NBC, la CBS), spot promozionali, grafiche e titoli di apertura delle trasmissioni del palinsesto televisivo. Marks si distingue presto nel suo campo: l'aspetto grafico moderno e il design in movimento, talvolta in 3D, dei suoi titoli lo qualificano come pioniere nell'ambito della computer grafica e lo porteranno a vincere diversi premi, tra cui un Emmy nel 1983.

Nel corso della sua carriera, Marks lavora con ingegneri e informatici, con designer e artisti, con produttori e operatori del mondo televisivo. Ha quindi modo di accorgersi dell'approccio eccessivamente settoriale che caratterizza il lavoro di ciascuna di queste categorie professionali, poco in dialogo tra loro nonostante l'impegno sugli stessi progetti.

Da qui, l'idea di dedicare gli anni della propria pensione a costruire una rete di connessioni, scambi e contaminazioni tra settori disciplinari distinti, ma in netta convergenza tra loro nell'industria televisiva degli anni Sessanta, Settanta e Ottanta. Marks intende organizzare una conferenza a Monterey – dove vive – per radunare personalità dal mondo della tecnologia, del design e dell'intrattenimento e celebrare le potenzialità della loro

1. Abbiamo ricavato le informazioni relative al personaggio e alla carriera di Henry Mark dall'intervista disponibile all'indirizzo www.linkedin.com/learning/creative-inspirations-harry-marks-broadcast-designer/starting-ted?resume=false.

collaborazione. Per sua stessa ammissione, però, Marks è incapace di organizzare eventi. A questo punto, entra in scena colui che verrà ricordato come il vero e primo artefice dei TED, Richard Saul Wurman. Architetto e designer di successo, Wurman viene contattato da Marks, che riconosce in lui un partner ideale per la pluriennale esperienza nell'organizzazione di eventi e convegni e lo invita a unirsi all'impresa. A sua volta, Wurman coinvolge Frank Stanton, un ex dirigente della CBS in pensione, e i tre stabiliscono una partecipazione iniziale pari a dieci mila dollari ciascuno, concordando che, se le iscrizioni all'evento (a pagamento) non fossero state sufficienti a coprire i costi di organizzazione, la conferenza sarebbe stata annullata. Siamo nei primi anni Ottanta e lentamente il progetto prende corpo. L'evento viene fissato per il febbraio del 1984, con l'intenzione di riproporlo annualmente. Poche settimane prima di questa data, però, le adesioni sono scarse e chiaramente non sufficienti a far rientrare i tre degli investimenti iniziali. Eppure, l'impresa non conosce l'epilogo stabilito, perché Wurman, noto per una certa intemperanza e una non facile caparbia, si rifiuta di rinunciare a TED, suscitando i primi malumori nei suoi partner.

La conferenza, dunque, si tiene lo stesso, nonostante il preannunciato insuccesso finanziario. Al Monterey Conference Centre sono presenti trecento spettatori e alcuni ospiti speciali: personalità dal mondo della ricerca e dell'innovazione tecnologica, dell'industria dell'intrattenimento e del design. Da questo momento TED è acronimo di Technology, Entertainment, Design e diventerà l'iconico palcoscenico per brillanti pensatori e abili oratori, pronti a ispirare la platea con storie d'innovazione, avanguardia tecnologica e geniali intuizioni. Nel febbraio 1984 TED ospita relatori della levatura di Steve Jobs e Nicholas Negroponte, che parlano di dispositivi tecnologici avveniristici o addirittura visionari come il primo Sony Compact Disc, i sistemi di riconoscimento vocale o la grafica 3D (Moran, 2014). Le presentazioni devono seguire un format, rigorosamente anti-academico, stabilito quasi interamente da Wurman: i discorsi non vengono pronunciati a partire da un copione scritto, i supporti visivi (come slide e presentazioni) sono banditi e il moderatore presente sul palco ha il compito di interrompere le performance più noiose. Moderatore e presentatore dell'evento è solo l'esuberante architetto, che si mostra fin da questa prima edizione il regista più influente di TED, potendo contare su una spiccata capacità artistico-direttiva e un estro alquanto perentorio, al quale gli altri due suoi soci decidono (ma non per molto) di rimettersi.

I proventi ricavati da questa prima edizione non sono sufficienti a garantire la cadenza annuale dell'evento, prevista dai suoi ideatori, e per la seconda conferenza si deve aspettare il 1990. Dopo TED2, organizzato su

sollecitazione degli ospiti della prima conferenza, Marks decide di abbandonare il progetto per incompatibilità con le modalità del suo socio Wurman: vende la propria quota alla simbolica cifra di un dollaro e si defila.

A partire da questa data la TED Conference si tiene regolarmente: ogni anno, a febbraio, a Monterey, per quattro giorni e rigorosamente su invito.

Sebbene la sua paternità vada attribuita, almeno in parte, a Henry Mark, l'uomo a cui TED deve di più è senz'altro Richard Wurman. Il suo coinvolgimento nell'organizzazione della prima conferenza è totale: dalla scelta del menu da servire agli ospiti, alla selezione degli oratori, all'arredamento della sala, fino all'ordine di comparsa sul palco degli speaker. Senza dimenticare, ovviamente, il format rivoluzionario: niente più formalità e separazione tra pubblico e conferenzieri. Nell'opinione di Wurman il modello classico di conferenza – dove uno speaker in giacca e cravatta recita il proprio discorso davanti a un leggio e con presentazione a diapositive alle spalle – è superato, noioso. Insofferente alla noia, Wurman presidia il palco per tutta la durata dell'evento, pronto a interrompere le performance soporifere. La possibilità di essere fermati rende vulnerabili gli speaker e questo, secondo il celebre architetto, giova alla loro causa: «La vulnerabilità ci fa abbassare la guardia. Con le nostre difese abbassate siamo più onesti e credibili. E cosa vogliamo da un oratore? Vogliamo credergli» (Grothouse, 2016).

TED ha quasi completamente oscurato la carriera di Wurman come architetto e designer, ma, a ben vedere, questo retroterra formativo e professionale ha influito significativamente sull'origine del celebre evento. Nella sua attività professionale antecedente, Wurman ha infatti contribuito alla nascita e al definirsi di una nuova disciplina: l'architettura dell'informazione, o *information design*, il cui obiettivo è la creazione di modi intelligenti di visualizzare i dati, la ricerca di una disposizione e di una organizzazione visuale dell'informazione che favorisca chiarezza, orientamento e comprensibilità dei dati stessi. In pratica, gli architetti dell'informazione progettano interfacce, producono guide e sviluppano segnaletica per città, musei, aeroporti.

Wurman è in particolare autore di una pionieristica guida alla città di Los Angeles, organizzata in modo intuitivo e rivoluzionario, grazie all'uso di icone e colori identificativi per ristoranti, hotel e altri punti di interesse. Il libro, autopubblicato presso la neonata Press Access², è un successo e la casa editrice di Wurman diviene in pochi anni un'impresa multimilionaria, nota per la sua capacità di trasformare informazioni complicate e noiose in

2. La casa editrice, fondata da Wurman, è poi da lui venduta a Harper Collins nel 1990.

macchine per la comprensione di facile utilizzo. Insieme ai numerosi progetti editoriali di Wurman, TED stesso può essere considerato un trionfo del design dell'informazione, frutto dell'innovativa consapevolezza che la presentazione delle informazioni può essere più importante dell'informazione stessa.

Nel corso degli anni Novanta l'evento californiano continua a raccogliere sul suo palco luminari della tecnologia e del design, ma allarga lo spettro degli interventi a discipline e prospettive fino ad allora escluse: architettura, arte, psicologia, scienza, spiritualità, ecc.

Ma le novità più significative si avranno con l'ingresso di un'altra personalità forte, che sostituirà progressivamente il ruolo e l'influenza di Wurman nella conferenza. Stiamo parlando di Chris Anderson, al cui nome TED è tutt'oggi associato.

2. L'altro padre di TED

Il suo coinvolgimento nell'impresa inizia con il nuovo millennio, quando Wurman cede, per quasi dieci milioni di sterline, la proprietà di TED alla Future PLC, società editrice di magazine e riviste di informatica di cui Anderson è fondatore e CEO. L'architetto chiede però che la conferenza continui a essere organizzata sotto la sua direzione. Anderson, i cui interessi sono per il momento solo economici, accetta.

Nel frattempo, però, la bolla tecnologica scoppiata nel 2000 travolge la società di Anderson, il quale si impegna per salvarla dalla bancarotta e poi si dimette, lasciando per sempre Future PLC. L'imprenditore non intende tuttavia rinunciare a TED e intavola una trattativa per acquisirla tramite la Sapling Foundation, la no profit da lui fondata nel 1996. TED viene ceduta dalla Future PLC per dieci milioni di dollari (Cassy, 2001) e Anderson, ormai lontano dagli affari, estende il proprio impegno all'interno di TED: da mero proprietario, diviene anche curatore del ciclo annuale di conferenze, dedicandovisi completamente. Il suo ruolo e il suo contributo sono però confinati al backstage: Wurman, nelle vesti di presentatore e moderatore sul palco, continua a essere il volto di TED fino al febbraio del 2002. L'appuntamento di quell'anno è l'ultimo presenziato dall'architetto, che da allora si dedicherà a progetti analoghi a TED: sostanzialmente, l'organizzazione di conferenze e simposi per la condivisione della conoscenza in vari ambiti del sapere³.

3. Nel 2012 è stata organizzata la prima Conferenza WWW, un simposio di tre giorni nel quale coppie di pensatori provenienti da discipline diverse sono invitati sul palco per

Il tramonto della prima stella del TED coincide con il levarsi della sua seconda e più celebre: Chris Anderson. Classe 1957, Anderson è figlio di genitori britannici, ma cresce tra Pakistan, India e Afghanistan. Si trasferisce in Inghilterra in gioventù per studiare fisica e poi filosofia, politica ed economia a Oxford, dove si laurea. Intraprende poi la carriera giornalistica e, neanche trentenne, fonda una società di editoria digitale prima in Inghilterra (la Future PLC, nata nel 1985) e poi negli Stati Uniti (Imagine Media, nata nel 1994), diventando uno dei più importanti imprenditori del settore con oltre centotrenta riviste pubblicate.

Il suo impero mediatico attraversa tempi molto difficili con lo scoppio della bolla tecnologica, che porta Anderson e le sue società sull'orlo del fallimento. Grazie a notevoli sforzi e alla vendita di alcune riviste, Future è salva, ma Anderson, nell'autunno del 2001, decide di abbandonare il vecchio business e di dedicarsi a tempo pieno a TED, per farne quella straordinaria macchina di diffusione delle idee e della conoscenza che è oggi. Lo spirito che guiderà TED da allora è già nella Sapling Foundation, l'organizzazione senza scopo di lucro fondata dall'imprenditore qualche anno prima per dare voce a pensatori e visionari in grado di contribuire alla costruzione di un futuro migliore.

Lo spazio lasciato libero dalla prima star di TED è presto occupato da un nuovo protagonista, abbiamo detto. È infatti durante l'edizione del 2002, l'ultima presieduta da Wurman, che Anderson sale sul palco californiano e annuncia al pubblico le sue intenzioni per il futuro.

In perfetto stile TED, attacca con un excursus sulla sua carriera di businessman nel campo dell'editoria digitale: la drammatica contrazione del suo volume di affari nel 2000 – racconta Anderson – ha rappresentato l'occasione per ridimensionare il valore esistenziale del successo economico e professionale e per riscoprire il piacere delle letture onnivore e di una conoscenza trasversale a più settori disciplinari, così ben incarnata da TED. Infine, Anderson annuncia la visione per il destino della conferenza: l'adozione di un assetto societario senza fine di lucro e la decisione di devolvere i proventi dell'evento alla Sapling Foundation.

La transizione no profit non è l'unica novità introdotta dalla direzione Anderson, che sposta la sede dell'annuale conferenza a Long Beach,

conversare tra loro in maniera del tutto improvvisata. Nel 2014 è nata la Conferenza 555, per la quale vengono selezionate cinque città in tutto il mondo per ospitare ciascuna uno speaker, invitato a fornire previsioni per i successivi cinque anni in aree tematiche legate a salute, energia, cibo, sviluppo urbano, intrattenimento. Gli altri progetti di Wurman per la condivisione della conoscenza includono il Geeks and Geezers Summit, che invita al dialogo tra generazioni, l'Osservatorio urbano, un nuovo modo di organizzare e presentare dati in tempo reale sulle città, e FEDMED, una conferenza che esplora il rapporto tra i governi federali e l'assistenza sanitaria.

sempre in California, e, soprattutto, dà vita a TED Global. Mentre la tradizionale conferenza TED continua a tenersi per i canonici quattro giorni di febbraio, a partire dal 2005 diverse località del mondo cominciano a ospitare un ciclo di speech e interventi per la durata di sette giorni. La prima edizione di TED Global è britannica e si tiene a Oxford. La sua organizzazione viene affidata allo svizzero Bruno Giussani, che da allora entra nel team TED, divenendo curatore europeo dell'evento, e collabora alla stesura di numerosissimi talk⁴. Come già per la TED Conference di Long Beach, anche il pubblico di TED Global deve pagare un costoso biglietto di ingresso.

Il 2005 è anche l'anno dell'istituzione del TED Prize, un'iniziativa con la quale la no profit offre un supporto economico alla realizzazione di un desiderio. Il premio, dal 2013 di un milione di dollari – e prima, di cento mila –, viene annualmente assegnato a chi si dimostri in grado di concepire (e poi diffondere dal palco TED) un progetto di respiro globale, ispirato da un desiderio di maggior equità economico-sociale o sostenibilità ambientale. Tra i primi vincitori del TED Prize c'è Bono, il famoso frontman degli U2, che tramite la sua no profit ONE è impegnato nella lotta alla povertà e all'ingiustizia nel mondo, in particolare in Africa. Nel 2018 TED Prize viene sostituito da The Audacious Project, un programma di collaborazione tra organizzazioni no profit e privati per il finanziamento e l'attuazione di idee in grado di cambiare il mondo.

Tra gli ultimi ambiziosi progetti sostenuti da TED c'è Drive Electric, che punta ad accelerare la transizione ecologica del trasporto su strada mobilitando, per i prossimi cinque anni, governi, imprese e società civile. Il progetto nasce dalla collaborazione tra la no profit Climate Works Foundation e altri settanta partner e ha come obiettivo la riduzione di emissioni di CO₂ per oltre 160 miliardi di tonnellate.

4. Svizzero, Bruno Giussani è stato curatore di TED per quasi vent'anni, dal 2005 al giugno 2024, quando ha lasciato l'organizzazione per «seguire strade sconosciute e creare spazio per il nuovo», come ha scritto sul suo profilo LinkedIn il 16 maggio 2024 (il post è disponibile al sito: www.linkedin.com/posts/brunogiussani_tedtalks-tedx-tedcountdown-activity-7196767119991042048-JyMM/?utm_source=share&utm_medium=member_desktop). Oltre che come organizzatore della celebre conferenza, Giussani ha lavorato come giornalista per testate prestigiose come il *New York Times* e l'*Economist*, nonché come consulente strategico per aziende tecnologiche. Attualmente, Giussani è Presidente del Geneva International Film Festival and Forum on Human Rights (FIFDH) e fa parte del Consiglio di amministrazione di Tinext Group, una società di software che ha cofondato. Inoltre, fornisce consulenze a organizzazioni pubbliche e ad aziende private attraverso la sua società, la Giussani Group LLC.

3. Oltre il palco: nasce ted.com

Con l'istituzione del TED Prize, Anderson e i suoi collaboratori esplorano per la prima volta la possibilità di portare la visione e il pensiero degli oratori oltre i confini spazio-temporali del palco dal quale parlano. In altre parole, agisce la volontà di allargare la platea dei destinatari delle idee di TED, tradizionalmente limitata agli spettatori delle conferenze. In nome di questo ampliamento, in un primo momento viene sondata la possibilità di una migrazione massmediale sul mezzo televisivo, ma il tentativo non va a buon fine, perché il contenuto degli interventi viene reputato troppo alto e intellettuale per un pubblico mainstream.

Si decide allora di provare a ricreare online l'esperienza TED. Protagonista di questa svolta è June Cohen, membro del board di TED insieme ad Anderson e a Giussani. Nel giugno 2006 Cohen saggia l'efficacia di una nuova modalità diffusiva postando sul web alcuni speech filmati durante gli anni passati. Tra i primi video sul sito web di TED c'è anche *Do schools kill creativity?* di Sir Ken Robinson, il TED talk più popolare di sempre. I video, protetti da una licenza Creative Common, oltre che sul sito web di TED, sono presenti anche su YouTube. Nei sei mesi successivi l'esperimento continua: i video caricati online crescono progressivamente e nel giugno 2007, a un anno dal lancio di ted.com, il numero di visualizzazioni sancisce la popolarità dell'operazione: oltre 5 milioni, come si legge sul blog dell'organizzazione in un post del 29 giugno 2007⁵. Si decide allora di investire risorse nella creazione di un nuovo sito web, dove i talk sono organizzati su base tematica.

Il 16 aprile 2007 il *New York Times* saluta il nuovo sito di TED, lanciato il giorno precedente, come un'avanguardia nel settore delle conferenze (Tedeschi, 2007). La nuova versione di ted.com prevede, per ogni talk, una presentazione dello stesso, il profilo biografico dello speaker, eventuali legami ipertestuali ad altre risorse online e la possibilità, da parte degli utenti, di lasciare commenti.

A partire dal 2007 il sito web si rivela un potentissimo mezzo di diffusione delle idee a livello globale e viene ulteriormente implementato, sfruttando una fortunata e strategica sinergia tra le possibilità offerte dai nuovi media e le nuove iniziative organizzate da TED per garantire una sempre maggior accessibilità dei contenuti. Per ora basti dire che su ted.com è possibile navigare tra più di sei mila video disponibili in lingue diverse, per un totale di 115 idiomi⁶.

5. Il post è disponibile al sito: https://blog.ted.com/welcome_tedcoms/.

6. Questi dati si riferiscono a maggio 2024.