

**Arriva dal Giappone il QR code. Il codice a quadratini  
che si legge con il telefonino. In Italia tra i primi ad adottarlo il Comune di Torino  
per il progetto sui “luoghi della memoria”**  
*(Corriere Economia, Luglio 2007)*

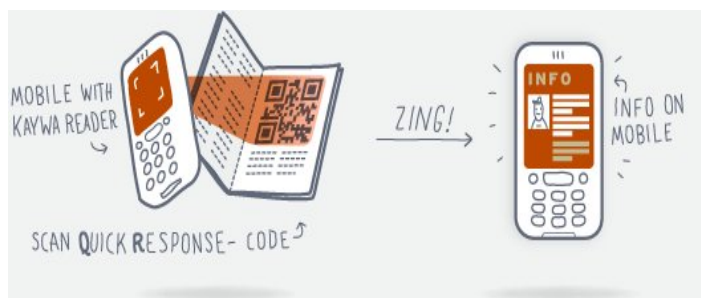
**A**llo sguardo appaiono come centinaia di puntini in bianco e nero, racchiusi in un quadrato di pochi centimetri di lato. In apparenza, chi lo osserva per la prima volta, pensa a una macchia casuale. Senza senso. Invece di significati ne ha molti. Perché la posizione di quei puntini rappresenta un codice digitale con milioni di combinazioni. Per l'esattezza stiamo parlando di “QR code”. Per capirne di più bisogna tornare al 1994. Anno in cui la società giapponese Denso Wave specializzata in automazione industriale e costruzione di robot, studiò una soluzione alternativa dei tradizionali codici a barre. Il primo obiettivo? Disporre di un sistema per creare etichette elettroniche, da usare per catalogare in modo sicuro i componenti meccanici ed elettrici. Venne messa a punto una nuova procedura di classificazione, che disponeva di una grande quantità di informazioni. Superiori a quanto consentito dalla combinazione delle barrette verticali di un bar-code.



Il secondo obiettivo, perfettamente raggiunto, riguarda l'economicità del sistema. Sia per chi produce le nuove etichette a quadratini, sia per chi deve leggere il loro contenuto. Così è nato l'attuale Quick Response code, detto appunto QR code, da qualcuno chiamato anche codice a matrice. Al suo interno trovano posto fino a 7 mila informazioni elementari. Equivalenti alle sequenze 0/1 del codice binario. Interessante il fatto che si possa stampare su qualunque superficie piana. E per leggerlo basta scattare una fotografia con il cellulare, memorizzarla e portare in chiaro le informazioni contenute, fruttando un software gratuito che si trova sul web. Di fatto il telefonino opera con lo stesso principio di uno scanner. Mostrando sullo schermo prima il

quadratino del codice QR, poi le informazioni. Complete di link e collegamenti web.

Operatori telefonici come Ntt DoCoMo che conta 58 milioni di abbonati, offrono il sistema già su apparecchi di serie. In questo modo l'utente viene invogliato all'acquisto del cellulare. In Giappone, il codice QR trova le più svariate applicazioni. Chi ad esempio all'aeroporto di Narita passa all'immigrazione, si vedrà stampato una sorta di francobollo che contiene i dati anagrafici. Ma anche aprendo le pagine dell'Asahi Shinbun, il quotidiano a maggiore tiratura del mondo con 12 milioni di copie, nei quadratini QR (stampati sui lati) si trovano messaggi pubblicitari, inserzioni a basso costo e annunci di ogni tipo. Capita anche di vederli impressi su magliette, muri e bacheche. Interessante l'operazione marketing condotta da Apple a Tokyo. Grazie all'utilizzo di un QR code stampato su materiale promozionale (cartelloni pubblicitari e cartoline),



gli utenti scattano una foto con il telefonino e in tempo reale, grazie al link Internet inserito nel codice, vengono collegati con il negozio che promuove i prodotti di Mr.Jobs.

Per quanto riguarda il nostro paese è interessante l'operazione condotta lo scorso fine aprile dal Comune di Torino. In occasione del progetto sui "luoghi della memoria", è stato proposto un percorso di interesse storico e sociale, per rivisitare i posti segnati dagli orrori della seconda guerra mondiale. Allo scopo sono stati collocati dei QR code sui monumenti e le aree di interesse.



I visitatori riprendevano le etichette (tag) con il cellulare e una volta tornati a casa, attraverso le informazioni rilevate, potevano collegarsi online per effettuare un viaggio virtuale sui luoghi della memoria. Si tratta di un nuovo format d'intervento culturale, definito come "real social tagging".

# # #