
TECNOLOGIE DELLA SOLITUDINE

di Francesco Ognibene

D'accordo: a nessuno piace essere considerato un numero dentro al mucchio. Ma se l'alternativa è la costruzione digitale di un piccolo mondo privato non si capisce quale sia il guadagno. Per capirci. All'era ormai remota delle tecnologie uguali per tutti – quella degli elettrodomestici – si è sostituito oggi il crescente dominio dei dispositivi disegnati sulle esigenze assolutamente specifiche di ciascun consumatore. La celebrazione di questo nuovo paradigma è in corso fino a oggi a Las Vegas, dove il «Consumer electronics show» – la maggiore fiera mondiale delle tecnologie applicate agli oggetti di uso comune – sta mostrando il proliferare di sensori elettronici inseriti in televisori, orologi e telefoni ma anche in vestiti, seggiole, frigoriferi e letti. Le dimensioni microscopiche e il costo ormai trascurabile di queste autentiche microspie annegate nella quotidianità rende realizzabile il progetto di identificare con precisione quali sono i nostri gusti, desideri, interessi, stati d'animo, quali le passioni e le allergie, i tic e le fissazioni. Una rete di sensori piazzati negli oggetti che

maneggiamo, usiamo o incrociamo a casa, in auto, al lavoro è potenzialmente in grado di radiografare chi siamo con precisione millimetrica. L'obiettivo, sulla carta, è interessante: io sono una persona diversa da te, e mi fa piacere (ma anche comodo) che la tv o il tablet lo sappia proponendomi quel che mi piace senza noiose ricerche. Il principio è lo stesso del desktop del proprio computer personalizzato con la foto preferita, o lo smartphone che ci saluta per nome quando lo accendiamo mostrando le icone delle applicazioni disposte secondo le nostre abitudini. Ma all'orizzonte di questa che è stata già definita «personalizzazione di massa» c'è l'imbutto di un menù di proposte sempre uguali, e sempre più anguste, che escludono a priori la propensione umana al cambiamento, la curiosità per nuove scoperte – foss'anche casuali –, lo sguardo aperto a ciò che sta attorno al centro della nostra attenzione. Un uomo tutto chino sui suoi quattro interessi, con la tecnologia che gli impedisce di vedere oltre. Sicuri che ci piace?

© RIPRODUZIONE RISERVATA