

Protagonisti del cambiamento

Nel suo ultimo libro Alessandro Trivilini ci spiega che cos'è l'Internet delle emozioni

/ 13.03.2017
di Natascha Fioretti

Immaginate di scendere in cucina di prima mattina e di sentire il frigorifero dirvi che è scaduto il latte, oppure, mentre vi guardate allo specchio, sentirlo raccontare che le vostre rughe sono aumentate e urge comprare la tal crema se non volete invecchiare precocemente e rimanere *single* a vita. L'idea vi piace? Meglio così, perché tutto questo è dietro l'angolo, come ci dimostrano le migliaia di prodotti presentati di recente al Consumer Electronic Show di Las Vegas.

Si tratta di prodotti *smart*, intelligenti, capaci di apprendimento grazie alla connessione alla Rete e a software in grado di elaborare i dati ricevuti. Parliamo di un mercato da 3,5 miliardi di dollari che non è mera espressione di un'innovazione tecnologica in atto ma, soprattutto, di una rivoluzione culturale pronta ad impattare su ogni lato del nostro vivere quotidiano sociale e umano. «E non servirà a nulla sottrarsi», come ci racconta Alessandro Trivilini, diplomato in ingegneria informatica, docente ricercatore presso la SUPSI, esperto di informatica forense e autore del volume, appena uscito per SalvioniEdizioni, *Internet delle emozioni*. L'unica soluzione è adattarsi e informarsi per assumere quelle competenze e quelle conoscenze che ci renderanno protagonisti e non consumatori passivi alla mercé di aziende o criminali atti all'adescamento in Rete.

Siamo di fronte ad un cambiamento epocale e per comprenderne la sostanza e la portata iniziamo a farci raccontare dall'autore come siamo passati dall'Internet delle cose all'Internet delle emozioni. «Oggi abbiamo la Rete internet e infrastrutture tali da permetterci di navigare in qualsiasi forma e dimensione e abbiamo oggetti sempre più piccoli che indossiamo e ci consentono di essere connessi, ci stimolano a produrre in continuazione dei dati digitali. Dati che hanno un valore strategico e faranno sì che presto tutto diventi *cyber* e intelligente ma che per poter essere utilizzati in modo produttivo dalle aziende e permettere loro di fare affari devono essere raccolti e analizzati secondo un metodo qualitativo e non quantitativo. Mi spiego: è come se ogni singolo dato fosse un'arancia e non ci basta sapere che c'è, tagliarla, sbucciarla e mangiarla per vedere se è succosa e dolce ma bisogna spremerla il più possibile per poi capire se quello che ne estraiamo ha valore. In futuro il vero valore sarà dato dalle nostre emozioni».

In altre parole abbiamo superato la fase dell'Internet delle cose (oggetti reali connessi a internet), oggi si parla di Internet delle emozioni, per cui una nuova generazione di software legge e interpreta le nostre emozioni. Ma si parla anche di *Internet of everything*, ovvero di un ecosistema determinato dall'interconnessione e dall'unione di entità prima a sé stanti in cui i dispositivi (*smartphone, tablet, smartwatch, fitness tracker*, elettrodomestici e altro), le persone, i processi e i dati, grazie ad una rete intelligente, sono in grado di comunicare tra loro ma anche di ascoltare, apprendere e rispondere offrendo nuovi servizi e funzionalità. Una sorta di nuova rivoluzione industriale che porterà maggiore sicurezza, semplicità e affidabilità nei più diversi settori.

Pensare che questo sarà il nostro imminente futuro mette un po' di ansia e vien da chiedersi se non saremo sopraffatti da tutta questa tecnologia, da un lato più performante, dall'altro prepotente nell'invadere la nostra sfera personale: «tutto dipenderà dal nostro approccio, se saremo semplici consumatori, allora non avremo gli strumenti e la consapevolezza per comprendere la portata e le opportunità del cambiamento; se, invece, saremo protagonisti, allora avremo dei vantaggi: guadagneremo tempo da spendere in qualità di vita, risparmieremo soldi, eviteremo relazioni inutili, ci sarà un risparmio di tante cose». E se qualcuno si rifiutasse di abbracciare tutta questa tecnologia? «Non c'è ritorno e non c'è modo di tenere questa rivoluzione fuori dalla porta di casa».

A questo punto, l'autore mette in luce la necessità di un dialogo intergenerazionale: «i giovani hanno un ruolo primario in quella che è la condivisione di una conoscenza ma soprattutto di un'esperienza tecnologica. I figli adolescenti sono dei vettori di conoscenza incredibile, sono aggiornati, appassionati e con la loro esperienza sono in grado di ridefinire le regole di comportamento e di vita quotidiana all'interno della famiglia e, di riflesso, del tessuto sociale in generale. È soprattutto il confronto e lo scambio con loro che permetterà di fatto di compiere quel cambio di mentalità e di cultura di cui abbiamo bisogno».

Saremo in grado di raccogliere la sfida, siamo pronti? «La tecnologia si è sviluppata tantissimo ma abbiamo trascurato la preparazione dell'essere umano, non lo abbiamo accompagnato in questo processo di innovazione. Ancora oggi nelle scuole non prepariamo gli studenti in modo adeguato ma insegniamo loro una concezione della tecnologia e dell'informatica vecchia e superata. La mia esperienza mi ha insegnato che le persone vanno responsabilizzate non nel premere i bottoni ma nel comprendere cosa implica, cosa c'è dietro un bottone».

In questo scenario la moneta di scambio sarà data dai dati personali, quei dati che le aziende mirano a raccogliere e ad interpretare mettendo al centro la questione della privacy e dell'etica. «Etica e privacy sono due facce della stessa medaglia. In futuro per questa rivoluzione tecnologica, di società e di costume, dovremo pagare un prezzo e saremo pronti a decidere di che prezzo si tratta solo quando avremo gli ingredienti per osservare e valutare di quale tipo di tecnologia si tratta, dove viene integrata, con quale impatto e conseguenze, da chi è stata fatta, chi raccoglie i nostri dati, cosa ne fa. Per quanto riguarda la privacy, le aziende stanno lavorando al concetto *privacy by design*, secondo il quale i colossi dell'informatica si impegneranno ad essere più trasparenti e corretti nell'inserire nelle applicazioni quegli strumenti chiari, semplici che l'utente deve poter usare in qualsiasi momento e senza particolari conseguenze per decidere se vuole fornire i suoi dati oppure no. Qui c'è proprio un cambio di paradigma, il controllo passa nelle mani degli utenti».

Mentre la chiacchierata volge al termine guardo fuori dalla finestra e mi sento quasi sollevata al pensiero che tra pochi istanti torno ad essere libera da questo mondo fatto di oggetti parlanti. Ma, riflettendo, mi rendo conto che ormai il mondo reale e quello digitale stanno convergendo in una unica e complessa realtà: «fa molto più scalpore leggere di una persona che ha imbrattato 500 muri di una scuola, che apprendere che il voto negli Stati Uniti è stato pilotato da un hackeraggio informatico. Nella percezione umana, il primo caso si riferisce a qualcosa di misurabile, mentre il secondo per molti è intangibile, fuori dalla realtà. La velocità del cambiamento è così elevata che le persone si ritroveranno in un nuovo mondo senza nemmeno accorgersi».

Bibliografia

Alessandro Trivilini, *Internet delle emozioni. La nuova frontiera della tecnologia*, Salvioni edizioni 2016.