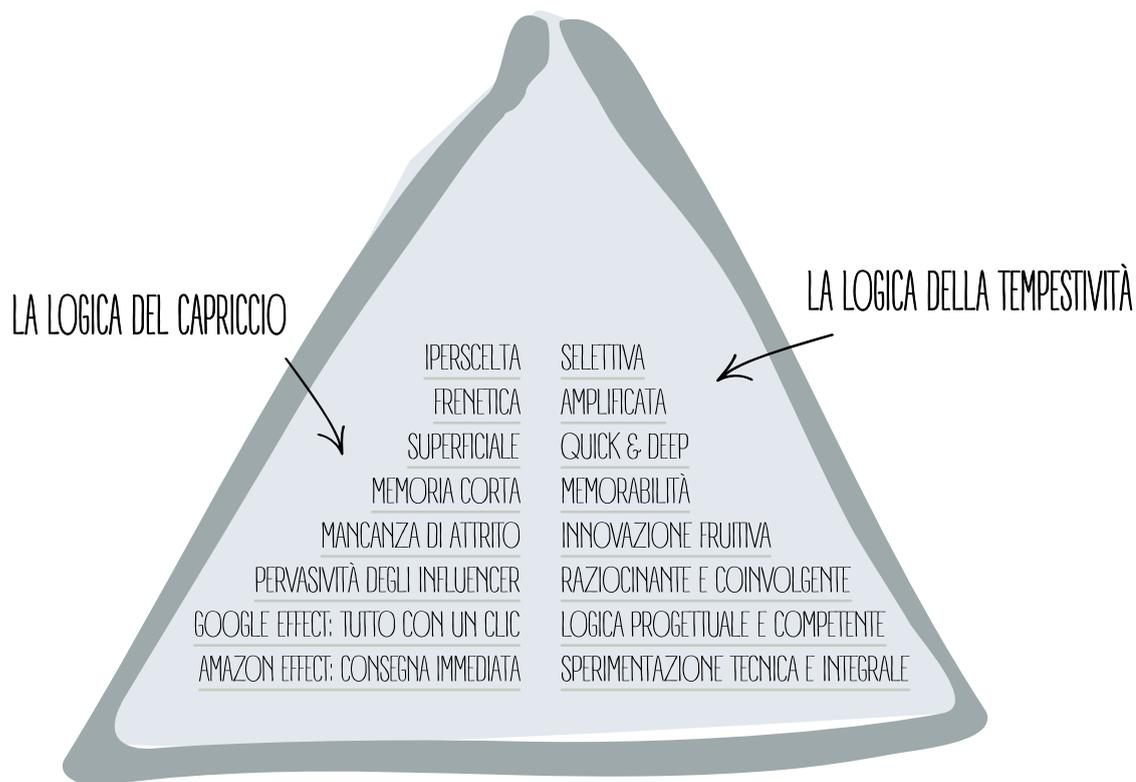


# Ma il consumo sarà un capriccio?

di

Francesco Morace - @FrancescoMorace

*La libertà senza limiti permette al desiderio di manifestarsi rompendo gli argini e trasformandosi in capriccio*



Fonte: Future Concept Lab

**S**tiamo vivendo -nel mondo del consumo e non solo- il passaggio dai bisogni ai desideri e la loro trasformazione in capricci. Il concetto di libertà si è esteso, senza freni e senza limiti, alle esperienze d'acquisto a tal punto da temere il grande rischio dell'“ubriacatura”. Non a caso il mondo di riferimento diventa quello dei divi e dello

star system che si distingue da quello dei comuni mortali per l'assurdità dei propri tic che diventano pretese. L'incontro tra potenza del capriccio elevato a diritto e la sua amplificazione digitale, sta colonizzando la comunicazione aziendale con il rischio di assistere a un mercato in balia dei capricci (prezzolati) di centinaia di influencer: l'esempio del latte

artificiale in un selfie di Chiara Ferragni su Instagram -che poi è stato cancellato dalla rete- la dice lunga sulla potenza del fenomeno.

Si desidera tutto e subito: questa sembra essere la nuova religione nei comportamenti individuali e collettivi che impattano sul consumo e sui media. Tutto discende dalla velocità di

## Conciliare la tempestività con la qualità profonda dell'esperienza

In questo orizzonte si tratta di proporre una visione rinnovata: imparare a gestire la tempestività in un orizzonte di conoscenza profonda, riuscendo a distinguere tra velocità di risposta (necessaria) ed elaborazione progressiva e profonda (possibile e auspicabile). Ciò che infatti emerge come soluzione intelligente e sostenibile al problema, si incarna in un paradigma che abbiamo definito Quick & Deep: l'arte di conciliare la tempestività con la qualità profonda dell'esperienza. L'innovazione tecnica e fruitiva torna a essere alla base del design di prodotto e l'orizzonte progettuale si concentra sull'amplificazione dell'esperienza attraverso sistemi tecnologici. Un esempio emblematico: il progetto Grohe SmartControl incarna tutti i valori dell'azienda proponendo il tema del gioco nell'utilizzo del prodotto. La tecnologia intelligente di SmartControl permette di riscoprire l'elemento acqua: può simulare una piacevole pioggia estiva o un temporale o far sì che l'acqua massaggi il corpo con energia facendo dimenticare le fatiche della giornata.

reazione a cui ci hanno abituato le app che ci accompagnano quotidianamente: superficialità dell'esperienza sintonizzata sulla memoria corta. Esternazioni che richiedono una risposta talmente veloce da non permettere la riflessione. Il fenomeno provoca la crescita collettiva della frenesia e dell'ansia, la contrazione dell'orizzonte temporale e la perdita di riferimenti contestuali. Esiste una attitudine che amplifica e radicalizza l'orizzonte del capriccio, una tonalità psicologica difficile da fronteggiare perché appartiene a una nuova antropologia del quotidiano: possiamo definirla Google Effect. L'abitudine che si trasforma in pretesa di ottenere tutto e subito, con la sola pressione di un clic.

Le nuove generazioni in prima battuta -e poi tutte le altre- sono ormai abituate a ricevere una risposta a qualsiasi domanda (ed esigenza) in un tempo che viene calcolato in un quarto di secondo. Un quarto di secondo: cioè un battito di ciglia. Questa esperienza non può non condizionare la nostra intera esistenza che viene tarata sul tempo di attesa del battito di ciglia. Il rapporto con il tempo, e in questo caso con il tempo di

risposta, plasma il nostro stesso essere nel mondo e modifica in profondità la natura delle nostre aspettative. Ha affermato Neil Ashe, presidente e amministratore delegato del commercio online di Walmart Stores Inc. "Il cliente cerca un'esperienza priva di qualsiasi attrito. Le persone oggi sono molto impazienti. Rinunciano a comprare qualcosa per un ritardo di mezzo secondo ...".

Attendere qualche secondo in più diventa intollerabile: la nostra percezione viene regolata sulla base delle aspettative, e le aspettative tradite ci rendono ancora più ansiosi, insoddisfatti, capricciosi. In questo caso è inutile illudersi: non si tornerà indietro. I tentativi ideologici di richiamo a una supposta lentezza felice, rimangono fragili argini al corso della storia. Possiamo scegliere la lentezza come isola di esperienza limitata a qualche giorno o ai week-end, e anche in questo caso dovremo difenderla con le unghie e con i denti, ma se vogliamo affrontare la trama vitale dell'esistenza contemporanea, dobbiamo immaginare altre strategie. Altrimenti anche la lentezza diventa un capriccio snob, espressione perdente di una certa contro-cultura o di nicchie marginali.

Cresce dunque il consumo di prodotti e servizi capaci di sostenere la natura sempre più egocentrica e ansiogena del consumatore, alla ricerca di piaceri minimi e densi in grado di soddisfare e appagare i sensi e i propri capricci. Il successo di Amazon è interamente costruito su questa mancanza di attrito che viene garantita dall'iperscelta nell'acquisto e nella consegna immediata. La relazione pervasiva con il mondo materiale, si organizza nella nostra mente sulla base della disponibilità e poi dell'usabilità, che nell'accezione anglosassone della usability si alimenta attraverso l'esperienza ripetuta dell'applicazione e del dispositivo. Le app facilitano il nostro rapporto con il mondo, eliminando qualsiasi increspatura dalla sua superficie consumabile, mentre i dispositivi digitali ci propongono in tempo reale un paesaggio levigato e perfettamente compatibile con le nostre esigenze tramutate in capricci. Ma l'apparente perfezione di queste interfacce vitali che regolano la nostra esistenza, segnala la nostra passività e reattività intorpidita in quell'istante (che arriva sempre) in cui qualcosa sfugge e ci rende impazienti. ❶