

Nuovi compagni di vita: addio mercificazione

La relazione con gli oggetti diventa più intensa nell'epoca della connessione, tanto da farne dei compagni di viaggio quotidiani

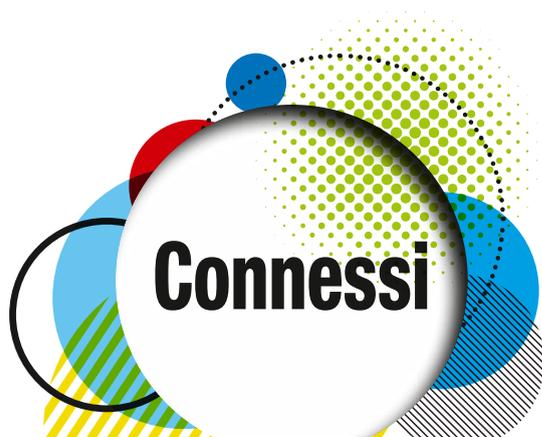
di Francesco Morace

twitter @francescomorace

→ Spesso si pensa che la relazione con gli oggetti e i prodotti di consumo ci induca a essere più superficiali e materialisti, sottraendo tempo ed energia alla relazione con le altre persone.

Il peso dell'ideologia marxista che ha inventato la mercificazione, ci ha allontanato da una verità millenaria, peraltro molto ben conosciuta dalle culture talismaniche dei nostri più lontani antenati: gli oggetti sono straordinari portatori di memoria, relazione, immaginazione e magia.

La portata emozionale degli oggetti amplifica la relazione profonda con gli altri, con le esperienze e i



Technogym La storia di Nerio Alessandri e della Technogym è più che nota: nasce come sogno giovanile in un garage nel 1983 e diventa un'impresa leggendaria, con la realizzazione nel 2012 a Cesena, della Wellness Valley, il distretto del benessere. Cuore del progetto è il Technogym Village, il primo "wellness

campus" al mondo, progettato da Antonio Citterio, "secondo i criteri della salute e del benessere sul posto di lavoro". La visione di Technogym coniuga business e responsabilità sociale con soluzioni e progetti wellness accessibili nel quotidiano, con l'obiettivo di promuovere il movimento fisico in tutto l'arco della giornata.



Ultima idea rivoluzionaria presentata dall'azienda durante il Salone Internazionale del Mobile 2014 è il progetto Wellness on the Go, con il quale diventa possibile connettere l'attrezzatura della Personal Line, che comprende tapis roulant, cyclette, ellittica e la parete di design Kinesis, alla console multimediale Unity, con il sistema Android 4. Unity permette l'installazione di applicazioni per il fitness tramite il Technogym App Store e, come si legge nel comunicato stampa dell'Azienda, "è compatibile con le principali app di contenuto (social networks, news, libri, giochi), di monitoraggio del movimento (Run Keeper, Mapmyfitness, etc) e con numerosi dispositivi wearable, come ad esempio i Google Glass". Grazie al nuovo ecosistema sarà possibile gestire e migliorare le proprie performance sportive in modo facile e restando sempre "connessi".

contesti di vita, permette alla nostra memoria di custodire momenti felici di relazione e condivisione. Le relazioni profonde con gli oggetti del consumo accompagnano relazioni felici con le persone più care, i figli, gli amici, gli amori.

Il problema è non sostituire le persone con gli oggetti, ma affiancare gli uni agli altri, integrandone l'esperienza e la memoria.

Verità evidente. Come scrive Daniel Miller nel suo saggio "Cose che parlano di noi": "Qualsiasi cosa una persona faccia, l'ordine delle cose nello spazio e nel tempo rafforza le sue credenze basilari sull'ordine naturale del mondo. Il nostro orientamento verso gli oggetti quotidiani è una delle principali ragioni per cui accettiamo come naturali e indiscusse le routines e le aspettative della vita." Il rapporto con gli oggetti e con il consumo in una società della post-opulenza si organizza per cosmologie personali e familiari molto ricche e articolate. Il fulcro diventa la

diversità creativa di ognuno (il nucleo caldo dei consum-autori) e non più una cultura ordinata secondo gerarchie sociali o categorie ideologiche. Le nuove tecnologie e i social network hanno reso ancora più evidente questa verità.

Le persone continuano a crescere liberamente nell'esperienza della vita attraverso il consumo e la cultura materiale, amplificata dal mondo digitale delle app e dei network. L'alternativa alla comunità non è l'individuo isolato, ma singoli soggetti consum-autori che si sforzano di creare relazioni autentiche e originali, uniche e irripetibili, sia con le altre persone che con i prodotti e, quindi, nelle pratiche del consumo, alla ricerca della massima felicità.

Ciò avviene anche nel nuovo mondo del corpo e della salute che vede affermarsi sistemi e accessori che puntano a soddisfare una esigenza di estrema personalizzazione: il successo di Technogym e Jawbone Up rappresentano due esempi emblematici a questo riguardo. ←



Jawbone Up. "Se lo provi non lo molli più. Perché si prende cura di te, dal fisico all'umore, persino quando dormi. Meglio di una relazione", scriveva Matteo Bordone su Wired Italia per descrivere la sua "simbiosi" con il braccialetto Jawbone Up, il rivoluzionario accessorio, prodotto dalla Jawbone, che con i suoi sensori tiene

traccia dell'attività fisica di chi lo indossa. L'azienda con sede a San Francisco, fondata da due universitari della Stanford University, è considerata tra le aziende più innovative a livello mondiale, grazie al suo portfolio di prodotti, che spazia dai prodotti audio ai wearables, come l'auricolare Era e il Jawbone UP24.

UP24 è l'opzione più recente del sistema UP, arrivato anche in Italia da qualche mese, che si collega in modalità Bluetooth Smart (4.0) ai dispositivi iOS e Android. Quando è indossato, il braccialetto di morbida gomma ipoallergenica consente di comprendere meglio il proprio stato di salute e migliorare il proprio stile di vita, grazie all'analisi dei dati relativi al sonno, al movimento e all'alimentazione. Quanto più si utilizza lo smartband, tanto più sofisticata diventa l'interazione: dagli inviti a perseguire un obiettivo suggerito, alle notifiche accompagnate da una leggera vibrazione. Il sistema UP permette inoltre di collegare le proprie app preferite, come RunKeeper e IFTTT, e integrare tutte le informazioni, in modo da fornire suggerimenti sempre più precisi.