

# La pubblicità è su misura

## Microsoft prova a monitorare gli stati emotivi dell'internauta

**Lo studio si basa sulle peculiarità di Kinect e può essere applicato nel caso di videogiochi che prevedono la totale immedesimazione**

**PIPPO RUSSO**  
nedoludiforever@yahoo.it

**QUALCUNO LO CHIAMEREBBE MARKETING EMOZIONALE, E SI TRATTEREBBE DI UN UNDERSTATEMENT CHE NON DÀ CONTO DEL CONTROLLO CUI VIENE SOTTOPOSTO IL TARGET DELL'OPERAZIONE.** Cioè, gli internauti. Perché il vero senso del programma così affinato è monitorare le emozioni degli utenti e tracciarne il flusso a scopi commerciali. È quanto ha raccontato nei giorni scorsi *Mouse*, il supplemento dedicato alle tecnologie del quotidiano colombiano *Reforma*. In un articolo dedicato alla piattaforma Kinect, approntata dalla Microsoft per l'utilizzo in videogiochi che prevedono la completa immedesimazione del giocatore nell'ambiente virtuale e nell'interazione di gioco, si racconta dei suoi possibili utilizzi collaterali e certo indesiderati dall'utente.

Il tutto parte dalla peculiarità di Kinect rispetto alle piattaforme che generano situazioni analoghe per il videogiocatore: la Wiimote di Nintendo e la PlayStation Move della Sony. Queste ultime richiedono l'utilizzo di un controller, dunque una mediazione fra il corpo umano e l'ambiente del gioco. Invece Kinect, grazie a un sofisticato sistema che permette di catturare immediatamente le reazioni del giocatore, consente di fare a meno della mediazione dello strumento. Viene così a realizzarsi una fusione integrale fra la situazione di gioco e la corporeità del giocatore. Un salto probabilmente decisivo in quel lungo processo di integrazione fra uomo e macchina, che costituisce la principale distopia della letteratura di science fiction. Soprattutto, l'ennesima premessa per l'affinamento di circuiti di controllo ai danni dell'utente.

Su quest'ultimo aspetto è puntata l'attenzione dell'articolo pubblicato su *Mouse*. Nel quale s'informa che Microsoft sta ulteriormente sviluppando Kinect affinché riesca a catturare e processare informazioni sulle espressioni facciali e la gestualità degli utenti. E si tratterebbe di un ampliamento del monitoraggio sui comportamenti dei giocatori che non giunge soltanto per soddisfare un'esigenza conoscitiva o un'ambizione d'ulteriore sviluppo tecnologico. Lo scopo è quello di costruire un ulteriore pezzo del controllo sull'attività degli utenti, e trasferirlo alle attività online per sfruttarlo come strumento di marketing. Obiettivo: inviare agli utenti del web messaggi pubblicitari conformi allo stato d'animo del momento. E offrire loro prodotti che in quel momento avrebbero più probabilità d'acquistare.

Questo set d'informazioni andrebbe a integrare quelle che già Microsoft processa tramite Bing, il suo motore di ricerca. Il metodo usato sarà quello di prendere in considerazione un periodo ben preciso dell'attività online dell'utente: la messaggia istantanea, la posta elettronica, le ricerche di contenuti internet effettuate, e le cronologie dell'attività online. È a quel punto che s'innesta l'apporto delle nuove tecniche affinate da Kinect. In un passaggio dell'articolo si parla dell'intervento di un "esame visuale", rispetto al quale rimane il mistero sia riguardo alle modalità che alla consapevolezza degli utenti.

Di sicuro, esiste già una lista di 7 stati d'animo mostrati dagli utenti che il programma è in grado d'elaborare istantaneamente convertendoli in informazioni utili per le operazioni di marketing. Tali stati d'animo sono: tristezza, ira, positività, neutralità, felicità, confusione e positività. Provatissimi dall'internauta, ma immediatamente convertiti in strumenti utilizzati per il suo sfruttamento. E a quel punto rimane il dubbio: chi è user e chi used, in questo gioco della comunicazione interconnessa che si fa gigantesco per il minuscolo utente? Di certo, ecco un'altra occasione per ricordare che quando un servizio ampio e di massa è anche gratuito, è molto probabile che a essere la merce sia proprio l'utente.



Luis Borges durante una sua visita a Roma

## E il web compatto assegna a Borges la poesia «apocrifa»

**«Istanti» su Google è citata migliaia di volte eppure non è sua... Un caso simile anche nel 1984**

**SERGIO GARUFFI**

**UNA DELLE POESIE PIÙ FAMOSE DI JORGE LUIS BORGES NON È DI JORGE LUIS BORGES. S'INTITOLA «ISTANTI» E SU GOOGLE È CITATA DECINE DI MIGLIAIA DI VOLTE.** La storia del suo successo non si limita però all'apprezzamento di tanti anonimi fan. L'ultimo ad aver abbozzato è stato Fabio Volo, che l'ha declamata con grande enfasi durante il suo programma a Radio DeeJay, ma nel corso del tempo aveva già ispirato un'opera d'arte contemporanea di Riccardo Orsoni, era stata menzionata in un romanzo di Sergio Calamandrei e in un manuale di lingua castigliana (*Por supuesto 2* di Joaquin Masoliver), fu usata nello spot pubblicitario della compagnia di assicurazione spagnola Mapfre, e il cantante degli U2 Bono Vox la recitò alla televisione messicana. Tutti, naturalmente, credendola autentica.

Se ne occupò perfino il Centro Borges della Pittsburgh University, al quale pervenivano numerose richieste di expertise dai lettori che non trovavano quei versi nell'opera omnia dell'argentino. L'ente, preoccupato per il diffondersi del falso che sembrava impermeabile a ogni smentita, incaricò il professor Almeida di individuarne il responsabile. Al termine di una lunga ricerca, lo studioso rintracciò due versioni simili dalle quali era stata tratta la poesia, una firmata dal caricaturista Don Herold, che la pubblicò nel 1958 sul *Reader's Digest*, e l'altra uscita su un giornale del Kentucky vent'anni dopo ad opera di Nadine Strain. Entrambe presentavano il medesimo titolo: *If I had My Life to Live over* («Se potessi vivere di nuovo la mia vita»), sul modello della celebre *If* di Kipling, cioè come un elenco di cose che l'autore farebbe diversamente se gli fosse concessa una seconda opportunità. Nel passaggio da una variante all'altra si contano parecchi adattamenti, ma i più consistenti si avvertono nell'ultima, quella ascrivita a Borges, e sono l'abbandono della prosa in favore della lirica e la chiusa patetico-testamentaria («ma ho 85 anni e so che sto per morire»).

È pur vero che fu lo stesso Borges (in saggi e racconti come Pierre Menard) a istigare la pratica dell'apocrifo, sostenendo che la valutazione di un testo è condizionata da fattori esterni, *in primis* dall'autore cui lo si attribuisce, come se l'opinione del lettore comune fosse irrilevante.

Succede qualcosa di analogo al fruitore del ready made nell'arte contemporanea, il cui spazio critico è confiscato perché non gli si chiede di esprimere un giudizio estetico, bensì di ratificare quello più autorevole di chi l'ha preceduto.

In questo senso l'apocrifo di *Istanti* vanta precedenti illustri. Nel 1984 uno sconosciuto, stanco di vedere respinti i suoi scritti dalla prestigiosa rivista *Nuovi Argomenti*, decise di vendicarsi inviandogli un falso racconto di Borges intitolato il mistero della croce. Millantando la traduzione di Franco Lucentini e la licenza editoriale di Franco Maria Ricci, il testo fu incautamente pubblicato. In seguito il vero autore partecipò al programma televisivo *Io confesso* con Enza Sampò, in cui svelò l'inganno restando però anonimo nel timore di ritorsioni, giacché lavorava nell'ambiente editoriale. Oggi questa beffa assume i tratti di un formidabile apologo. Nella vicenda del protagonista, che abdica a se stesso pur di vedere pubblicato il suo lavoro, è in gioco la titolarità dell'opera come problema metafisico. L'impossibilità di sposare il proprio nominativo al destino pubblico dell'opera è il segno della radicale inappartenenza di quest'ultima all'artefice; il quale, nell'istante del suo compiersi, ne ha già esaurito ogni diritto di paternità, anche puramente formale. Prelevato dal cassetto e consegnato al mondo, ogni testo è anzitutto apocrifo. E in verità lo è costitutivamente e da sempre, perfino nel segreto di una sua mancata divulgazione.

A questo episodio si riallaccia l'autentico racconto *Borges e io*, incluso nella raccolta *L'Artefice*. Qui, nell'incontro dell'autore famoso con lo sconosciuto che gli presta il nome, dai più interpretato come la rappresentazione della scissione fra l'io pubblico e quello privato, l'eterna e inconciliabile dicotomia della maschera e il volto, c'è tutta l'incapacità dell'artista di convivere con la sua prosaica incarnazione terrena. E non tanto perché mediocre in assoluto, quanto perché, pur nello sfoggio di ogni virtù, irrimediabilmente estranea; eppure è ad essa che il mondo attribuirà (anche nel senso di rendere tributo) l'opera. Niente può lenire il trauma dello spossamento, sembra dirci lo scrittore triestino Francesco Burdin nell'epilogo della sua novella intitolata *Manes*. Il protagonista, ghost writer di un capolavoro acclamato, visto il successo del proprio lavoro contravviene ai patti e cerca di rivendicarne la paternità. Incapace di rassegnarsi all'anonimato, tenta con ogni mezzo un impossibile recupero, fino al gesto estremo, il plateale omicidio-suicidio dell'usurpatore, quasi a farci capire che l'unica alternativa all'opera apocrifa rimane quindi, di fronte all'umanità, l'opera postuma.

**Alla scoperta d'Italia  
Un Grand Prix  
per Vittorio Emiliani**

Al 50° Festival Internazionale del Film turistico (TourFilmFestival) uno dei Grand Prix è toccato al video di Vittorio Emiliani per Edigraf «La scoperta del Belpaese», storia del nostro patrimonio artistico dal Guerriero di Capetrano all'Auditorium di Roma.

