

Domenico Ventriglia

L'Algebra della Felicità

A mia moglie

“Amore, che stai facendo ancora con la luce accesa?”.

“Mi sono messo a scrivere un libro”.

“Ok. Senti, ma ti sei ricordato di andare a buttare la mondezza?”.

Al delfino di nome Liliana

© 2014 Nutrimenti srl

Prima edizione novembre 2014

www.nutrimenti.net

via Marco Aurelio, 44 – 00184 Roma

In copertina: photo and copyright by Achim Lippoth, www.lippoth.com

Art director: Ada Carpi

ISBN 978-88-6594-353-3

ISBN 978-88-6594-354-0 (ePub)

ISBN 978-88-6594-355-7 (MobiPocket)

E1
Calcolabilità della felicità

L'inerzia fa proseguire la nave su una sua rotta,
già percorsa, rassicurante,
anche se tutti sanno ormai
di essersi persi nel mare infinito.
Perdersi nel mare infinito.
Perdersi nell'infinito.
Perdersi nell'illusione di poter calcolare la vita.

(I)
La sfera di cristallo

La nostra storia ha inizio in un'elegante sala riunioni, collocata all'ultimo piano di un imponente grattacielo. Dalla vetrata si può dominare l'intera giungla metropolitana. I tiepidi raggi del sole si riflettono sul tavolo di cristallo posto al centro della stanza intorno al quale sono seduti: il Presidente, l'Amministratore Delegato (AD) e il General Manager (GM). Il megaschermo collega in videoconferenza un'altra mezza dozzina di top manager 'assortiti' in rappresentanza delle diverse aziende consorziate.

AD: Prego il General Manager di introdurre in estrema sintesi il tema centrale della riunione.

GM: La ringrazio, avvocato. Signori, siamo qui riuniti per analizzare i risultati delle analisi richieste nell'ultimo meeting riguardo al progetto 'Sfera di Cristallo'. Lascio ai nostri analisti illustrare l'avanzamento lavori e i risultati ottenuti.

Qualche attimo di silenzio, la tensione sale, si odono i cuori che battono sempre più forte. Tutti cercano furtivamente gli occhi del temutissimo Presidente. Il suo sguardo fa paura. L'Analista1, fredda e decisa, prende la parola.

Analista1: *Illustri Signori, sullo schermo, nel primo riquadro, potete vedere l'Executive Summary nel quale è anticipato il risultato dell'analisi:*

È possibile prevedere con un coefficiente di rischio calcolabile i trend, le abitudini e i comportamenti commerciali della nostra customer base.

Signori, siamo davanti a una svolta importante rispetto ai modelli di business fino ad oggi individuati. Perdonate la banalizzazione, ma possiamo affermare che abbiamo trovato il modo di costruire una moderna sfera di cristallo per conoscere cosa faranno gli individui ancor prima che lo facciano.

Prima di entrare nell'analisi di dettaglio vi propongo una metafora per chiarire l'idea: supponiamo di condurre un grosso gregge di pecore a pascolare libero nei pressi di una sorgente poco distante dalla stalla. L'esperienza di tutti i giorni ci insegna che si formeranno vari gruppetti che raggiungeranno la stalla in tempi e in modi diversi. Tutti gli animali all'interno dello stesso gruppo, per minimizzare i rischi, istintivamente percorreranno gli stessi sentieri, mangeranno la stessa erba e si comporteranno in modo simile fra loro. Ergo, supponendo di conoscere in tempo reale i comportamenti di una pecora per ogni gruppo, potremo facilmente afferire il comportamento dell'intero gregge. Se iteriamo l'osservazione milioni e milioni di volte entreremo in possesso di una casistica completa che ci consentirà di prevedere, con un errore piccolo a piacere, cosa faranno gli animali.

Analista2: *Nella slide seguente vi illustriamo gli esperimenti effettuati su alcuni clienti che si sono prestati volontariamente alla nostra ricerca. È stato preso un campione di otto soggetti, i quali hanno accettato di essere messi sotto osservazione per un periodo di dieci giorni, all'interno dei quali ogni loro azione è stata registrata. Queste persone sono state analizzate e classificate in otto segmenti diversi, otto personalità distinte.*

Poi sono stati prese, a caso, cento persone di cui conosciamo solamente le generalità e le risposte a un generico questionario. Sulla base di queste indicazioni siamo riusciti ad associare per similitudine quarantotto di questi cento soggetti a una delle otto persone del campione analizzato in precedenza. Le restanti cinquantadue persone sono state scartate. A questo punto abbiamo provato a indovinare il comportamento dei quarantotto individui selezionati ponendoli davanti alle stesse situazioni in cui si erano trovati gli otto individui campionati intimamente. Al primo tentativo abbiamo previsto con successo il 65 per cento dei prodotti da loro acquistati o desiderati. Abbiamo ripetuto il test una seconda volta prendendo altre cento persone a caso e consentendo all'algoritmo di imparare dai propri errori. Abbiamo predetto un 85 per cento dei loro gusti commerciali. Al terzo tentativo siamo arrivati a indovinare il 95 per cento.

Signori, grazie alla legge dei grandi numeri, possiamo affermare di avere gli strumenti teorici e tecnologici per la creazione di un modello che ci consente di sapere, in tempo reale, cosa desiderano i consumatori di tutto il mondo.

Alcuni attimi di silenzio. Sul megaschermo quasi 'incredulo' restano visualizzate le slide della presentazione.

AD: *Mi lasci essere dubbioso. Mi sembra che le basi scientifiche della tesi che voi state sostenendo siano abbastanza deboli. Da quello che dite, generalizzando, io potrei prendere uno sconosciuto in un supermercato, osservarlo mentre sceglie i fagioli o i piselli, comunicarvi queste informazioni e voi sareste in grado di dirmi che tipo di libro comprerà a Natale... e forse anche per quale partito voterà alle prossime elezioni? Mi consenta di essere scettico.*

Analista1: *Sintesi perfetta. Non è magia, anzi, è molto più semplice di quanto sembri. Il programma è nato per prevedere*

i gusti commerciali degli utenti, ma potrebbe essere facilmente esteso per elaborare le idee e i sogni delle persone a patto che questi siano codificabili in una forma comprensibile da una macchina. È solo una questione di acquistare la giusta quantità di memoria per immagazzinare le informazioni desiderate. Il vero problema è trovare un campione sufficientemente ampio e significativo che ci consenta di ‘incaffalare’ l’umanità. Tornando alla metafora iniziale, se riusciamo a conoscere quanto più intimamente possibile una pecora per ogni gruppetto esistente sulla terra, allora nessuna pecora avrà più segreti per noi.

GM: *Avete ipotizzato di rivolgervi a società specializzate in questo tipo di ricerche?*

Analista1: *Purtroppo non è così semplice. Anche supponendo di avere a disposizione un budget considerevole per osservare migliaia di utenti, il problema è che le persone cambiano continuamente, in relazione ai fatti della vita quotidiana. Una fotografia statica dei comportamenti dopo circa un mese non sarebbe più di nessuna utilità. A noi serve un modello dinamico in grado di percepire i cambiamenti nella società nel momento stesso in cui avvengono.*

Presidente: *Prevedere il comportamento dei nostri clienti, codificare i loro sogni e le loro idee, pianificare il futuro dell’umanità, calcolare la felicità... Io so dove possiamo recuperare tutte queste informazioni.*

Analista1 finalmente respira sollevata per la buona riuscita della presentazione che le è costata duri giorni di lavoro. Come premio si concede un attimo di rilassamento.

Inizia a immaginarsi, a casa davanti al fuoco, seduta sulla sua sedia a dondolo, mentre finisce la sua copertina bianca,

tutta ricamata a uncinetto, con al centro un bel delfino, il suo animale preferito. Starebbe benissimo sulla culla di quel bambino che lei, come sottoscritto nella minuscola clausola del contratto, non potrà mai avere.

Mai.

Mai.

Tre lettere che possono cambiare la vita.

Poi improvvisamente si desta e arrossisce vistosamente all’idea che qualcuno dei presenti abbia potuto leggere quei suoi pensieri con il nuovo fantastico programma ‘Sfera di Cristallo’.

Analista2 guarda l’orologio furtivamente e alle diciotto precise si reca nel bagno. Apre la porta, abbassa la tavoletta del water e si siede sul suo trono. Sorride compiaciuto, inizia il momento più piacevole della sua giornata che come ogni giorno gli sarà pagato come straordinario.