

Eravamo in 32 fra Roma e Milano e altri 58 che si sono detti interessati, ma che non potevano venire.  
(elenco allegato)

1.

Alcune consapevolezza condivise:

°abbiamo tutti contribuito allo stato attuale delle cose, qualunque sia, attirati dalla globalità, dalla quantità e dalla velocità;

°crediamo in una visione 'laica' che valuti il fenomeno sviluppando una consapevole cultura critica;

°la grandissima maggioranza di incompetenti non si interroga, se si interroga non capisce e accetta; mentre i pochissimi competenti capiscono, ma accettano lo stesso;

°appare verosimile pensare che 'negoziare si può' ma soltanto allargando il numero e la composizione dei competenti critici ovviamente collegandosi con altri individui, gruppi, istituzioni e associazioni in Italia, in Europa e nel mondo;

° lavorare sugli effetti

2.

E' dunque necessario darci risposte condivise ad alcune domande base:

- Sappiamo di cosa parliamo? La complessità è su più livelli: come leggere se non siamo padroni del linguaggio?

-Chi sono i soggetti che eventualmente negoziano? A nome di chi? E su che cosa? E con chi?

3.

L'apparente potere dei consumatori, anche gonfiato nella sua percezione pubblica dalla potente retorica dei padroni degli algoritmi, è almeno in parte vanificato dal ruolo preponderante assunto dai distributori. Nell'abbondanza delle scelte, sono le piattaforme e i linguaggi di distribuzione e profilazione a rendere il consumatore disarmato e subalterno.

4.

Come renderli più consapevoli? L'approccio non può essere predicatorio (usate la rete che vi fa bene), ma neppure solo alfabetizzante (conoscete la rete). Il tema è la reciprocità nelle opportunità;

5.

Cosa può fare la politica? Lavorare per assicurare il riequilibrio delle asimmetrie. Il padrone dell'algoritmo non può abusare del vantaggio e il big data va considerato come bene comune. Conoscere e interpretare la diversa percezione del fenomeno da parte di segmenti diversi di soggetti nella società, coinvolgere gli interessi reali e intervenire anche in via regolatoria sulle diverse manifestazioni e conseguenze del fenomeno, piuttosto che prenderlo di petto in forma generale, generica e declaratoria. Gli stakeholder

primari: governo, burocrati/dirigenti, imprese, politici, giornalisti, lavoratori e organizzazioni di rappresentanza.

Altre suggestioni da approfondire:

- ° la disintermediazione riduce la democrazia e l'informazione oblitera la comunicazione?
- ° si ritorna al fordismo (l'auto purché sia nera) e cultura del conformismo
- ° completezza della notizia nella sua dimensione sincronica
- ° attenzione alle dinamiche dialettiche interne (motori semantici, cambiamento dei consumi fra i giovani)
- ° blockchain cognitivi, nuove università esponenziali

Prossimi passi:

- ° reazione di ciascuno..da ok x me a commenti, integrazioni, suggerimenti e correzioni di tiro (entro fine Giugno)
- ° passaggio del dialogo e del confronto fra chi ci sta ed è interessato su piattaforma dedicata in PollicinAcademy (entro 10 Luglio)
- ° formazione comunità di utenti (idem)
- ° revisione continua elenco tags rilevanti e loro utilizzo sistematico (idem)
- ° contribuzione di tutti a circolazione opinioni, documenti, notizie rilevanti (idem)