

Le autostrade digitali

## La reputazione è fondamentale Qui e adesso

Luca Montani\*



**A**bbiamo accelerato su concetti chiave che avevamo lasciato temporaneamente in altre agende, credendoli differibili: net neutrality, divario digitale, crittografia, machine learning, open innovation, iperfibra, 5G, Wi-fi 6, smart working, smart care, identità digitale...Non ricordo periodo di comparabile intensità digitale, fatta eccezione per il 2013, quando Kenneth Cukier e Victor

Mayer-Schöenberger iniziarono a parlare di 'datafication', tendenza a trasferire (e trasformare) l'esistenza personale, lavorativa, affettiva in dati, in flussi di informazioni digitali immagazzinati in giganteschi database.

**Ma a che punto** siamo? Il point of care è qui, vicino a noi, prossimo alla successiva emergenza planetaria: sta nelle modalità di reazione alla pan/infodemia del momento, è costitutivo della safe city che dovremo progettare. Terminate le competenze tecnologiche e svuotati i magazzini dai numerosi device, non resta che l'usabilità delle cose, l'esperienza in campo, la competenza, la correttezza delle e nelle relazioni, in una parola: la reputazione. Come ripete spesso Daniele Chieffi: «La reputazione è anche una rappresentazione condivisa e non è stabile, ma si può perdere. Deve adattarsi al contesto, essere continuamente ri-costruita

e co-costruita con l'audience». La credibilità ci viene attribuita ma, al contempo, crea un'aspettativa importante che non può essere disattesa: è l'unica ricchezza che possediamo (in senso analogico e digitale) e precede le nostre scelte tecnologiche. La possibilità di perderla, deturparla o conservarla è la chiave di volta dell'economia dell'era digitale, nella datafication del momento cruciale che stiamo vivendo a 50 anni dalla nascita di Internet.

**\*Direttore comunicazione MM**



**La datafication  
tendenza a trasferire  
l'esistenza personale  
lavorativa, affettiva  
in dati immagazzinati  
in database giganti**

