



FIDUCIA IN QUANTITÀ

LUCA CORSATO 17 APRILE 2021

DOI: 10.5281/ZENODO.4694568

KEYWORDS: #DATAMANAGEMENT #OPENACCESS #OPENDATA #DATAECONOMY #OPENBUSINESSMODEL

Immagine: Trompe l'oeil. The Reverse of a Framed Painting ([Fonte](#))

OPINIONI

PREGIUDIZI

DATI

ECONOMIA

CONSENSO

INCERTEZZA

SCELTA

PRESTIGIO

RIFERIMENTI

Il mercato della conoscenza è fatto di prodotti e servizi basati sullo scambio di dati. Senza fiducia non esiste nessun mercato, e per quello della conoscenza serve fiducia nella distribuzione dei dati da parte delle persone. Le persone che aderiscono al mercato della conoscenza, danno il proprio consenso a chi crea forme di contrattazione e negoziazione tra i propri interessi individuali e i dati. La fiducia nei metodi e la gestione della conoscenza, aiuta a distinguere i fatti dalle opinioni. Le persone offrono e domandano servizi e prodotti della conoscenza solo se sanno definire i propri bisogni. I dati sono un capitale diffuso che perde valore senza riuso e applicazione. La scelta di distribuire i dati e trasformarli in conoscenza comporta certamente dei rischi, che sono però inferiori rispetto all'ignoranza di non avere nessuna idea di applicarli a qualcosa.

Queste tesi si propongono di invogliare l'intuizione di chi avrà la curiosità di scrollare. Ho scelto il formato html e di distribuirlo con un DOI, per conformarlo ai criteri scientifici di condivisione. Ma prima della tecnica serve la fantasia.

**SALVE SONO LUCA CORSATO
FORSE VI RICORDERETE DI ME
PER QUEL MALEDETTO DATO
BLINDATO**

E ARCHEOSTICKERS DATAPORN E POENTA VALERI



**COME OTTENERE FIDUCIA
E CONSENSO SULLA
CONOSCENZA ?**



#1

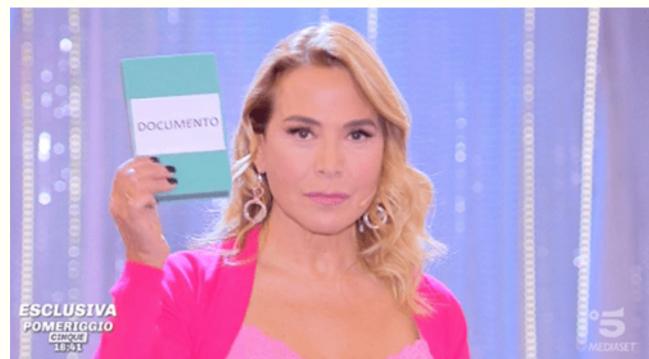
#OPINIONI

**LE OPINIONI INDIRIZZANO
IL CONSENSO**



#2

**I DATI SONO CONDIVISI
SOLO SE LE OPINIONI
SONO CONDIVISE**



#3

LE PERSONE SCELGONO LE



**OPINIONI PER DECIDERE.
PERCHÉ È PIÙ COMODO E
VELOCE**



#4

**LE OPINIONI INFLUENZANO
I PREGIUDIZI**



#5

**I PREGIUDIZI SONO
BASATI SU DUE
CIPASALDI
PIGRIZIA E ACCESSIBILITÀ**



#6

**SOCIAL NETWORK E
MEME SONO ALLEATI
DELLA PERSUASIONE**



#7

**(PIGRIZIA +
ACCESSIBILITÀ) × VANITÀ**

=

RENDITA DI POSIZIONE



#8

**LA CONDIVISIONE
PARZIALE DEI DATI
RAFFORZA LA RENDITA DI
POSIZIONE MA CREA
FRIZIONI NELLE
RELAZIONI**

#DATI

**SOLO DATI COMPLETI E
DOCUMENTATI AIUTANO
L'IMPRESA A CREARE
SERVIZI E PRODOTTI**



#9

**VUOI KNOWLEDGE
WORKER PER
TRASFORMARE DATI IN**



#10



CONOSCENZA?

ALTRIMENTI DETTO "CHI STUDIA PER LAVORO"

**IL KNOWLEDGE WORKER
AGGREGA VALUTA E
TRASFORMA I DATI IN
PRODOTTI E SERVIZI DI
CONOSCENZA**



#11



#12

**L'ACCESSO AI DATI
CONDIZIONA IL MERCATO
DI CONOSCENZA**



#13

**LO SCAMBIO DEI DATI
CREA LA DOMANDA E
L'OFFERTA NEL MERCATO
DELLA CONOSCENZA**



DE FOREST • FUMIER

#14

#ECONOMIA

I 'ECONOMIA DEI IA



L'EVOLUZIONE DELLA
CONOSCENZA MONETIZZA
SULL'ACCESSO AI SERVIZI
E PRODOTTI



#15

MAGGIORE È L'ACCESSO
AI DATI MAGGIORE È IL
VALORE DEGLI SCAMBI DI
CONOSCENZA



#16

MINORE È IL COSTO DI
SCAMBIO DEI DATI
MAGGIORE È IL VALORE
DEI PRODOTTI E SERVIZI
DI CONOSCENZA



#17

LA RECINZIONE DEI DATI
AUMENTA I COSTI DI
SCAMBIO E DI
PRODUZIONE



#18

**APRIRE L'ACCESSO AI
DATI SPOSTA I COSTI E IL
VALORE SUI PRODOTTI E I
SERVIZI DI CONOSCENZA**



**IL COSTO DEI DATI DIPENDE
DAL VOLUME DEGLI SCAMBI
DI PRODOTTI E SERVIZI DI
CONOSCENZA**



**LA DISPONIBILITÀ DI DATI
DIPENDE DAL VALORE
ECONOMICO E SOCIALE
DELLA LORO
TRASFORMAZIONE**



**L'AUMENTO DELLA
DOMANDA E
DELL'OFFERTA DI
CONOSCENZA RIDUCE IL**



VANTAGGIO DELLE OPINIONI

#CONSENSO

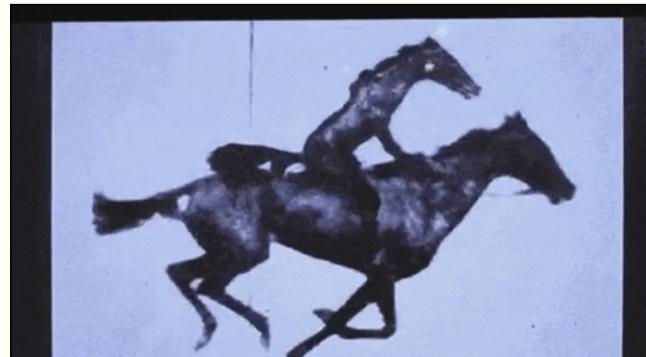
**IL CONSENSO NASCE
DALLA PARI
OPPORTUNITÀ
NELL'ACCESSO AI DATI**



**NEL MERCATO DELLA
CONOSCENZA IL
CONSENSO VIENE DATO A
CHI FAVORISCE GLI
SCAMBI**



**IL MERCATO DELLA
CONOSCENZA È UNA
FORMA DI RELAZIONE
POTENZIALMENTE
ILLIMITATA E
RIPRODUCIBILE**



**LA CONOSCENZA È UN
CAPITALE DISTRIBUITO**



**IL CONSENSO AUMENTA
LA FIDUCIA NEL MERCATO
DELLA CONOSCENZA**



**GLI SCAMBI DI DATI
SONO IL PATTO SOCIALE
ED ECONOMICO TRA LE
PERSONE E LE COMUNITÀ**

#INCERTEZZA

**L'ALLENTAMENTO DEL
PATTO SOCIALE È UN**



**PARTITO SOCIALE ED
ECONOMICO DELLO
SCAMBIO DI CONOSCENZA
CREA INCERTEZZA**



**L'INCERTEZZA ABBASSA
IL VALORE DEI PRODOTTI
E DEI SERVIZI DELLA
CONOSCENZA**



**L'INCERTEZZA SUGLI
SCAMBI DI DATI È
INCERTEZZA SUL CONSENSO**



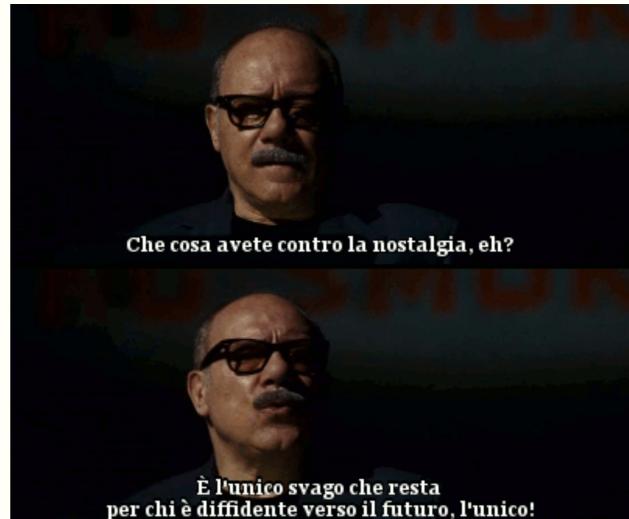
**ALLA RIDUZIONE
DELL'ACCESSO AI DATI
CORRISPONDE UN
AUMENTO**



DELL'INCERTEZZA

#32

L'**INCERTEZZA** RIDUCE LA
DISPONIBILITÀ AL
CAMBIAMENTO



Che cosa avete contro la nostalgia, eh?

È l'unico svago che resta
per chi è diffidente verso il futuro, l'unico!

#33

#SCELTA

UNA SOCIETÀ
PROGREDISCE PER DEI
CAMBIAMENTI



Paese progredito.

#34

IL CAMBIAMENTO È LA
SCELTA DI NUOVE
RELAZIONI DI
CONOSCENZA E SCAMBI
DI DATI TRA LE PERSONE



Senta un po', ma lei che fa?
Sta tutto il giorno chiuso in casa a studiare?

#35

**LA SCELTA È SEMPRE
INDIVIDUALE, MA HA
VALORE SOCIALE E
ECONOMICO QUANDO
DIVENTA COLLETTIVA**



#36

**IL VALORE DEI DATI NON È
COSTANTE, MA È UNA
NEGOZIAZIONE TRA CHI
VUOLE TRASFORMARE E CHI
DETIENE**



#37

**LA DISTRIBUZIONE DEI
DATI È UNA
NEGOZIAZIONE A MONTE**



#38

L'ANDAMENTO DEL

**VALORE DEI DATI È
CORRELATO ALLA SUA
PRODUZIONE NELLE
DINAMICHE SOCIALI E
NEGLI INTERESSI PUBBLICI**



**IL CONSENSO AL MERCATO
DELLA CONOSCENZA AIUTA
LA CONTRATTAZIONE TRA
INTERESI INDIVIDUALI E
PUBBLICI**



#40

**L'INTERESSE INDIVIDUALE
VUOLE VANTAGGIO
INFORMATIVO,
L'INTERESSE COLLETTIVO È
IL LIBERO ACCESSO AI
DATI**



**IL CONSENSO SI OTTIENE
SPOSTANDO LA**



**CONCORRENZA
DALL'ACCESSO ALLA
TRASFORMAZIONE**

**IL LIBERO ACCESSO AI
DATI È LA GARANZIA
ALL'INTERESSE
INDIVIDUALE**

**PER FARE UNA SCELTA
NON BASTANO I DATI E LA
CONOSCENZA**

**UNA SCELTA DEVE PORTARE
VANTAGGIO A CHI È VERA**



VANTAGGIO A UNI L'HA
COMPIUTA



#45

LE OPINIONI NON DANNO
EVIDENZE DI QUANTITÀ E
CONFRONTO



Se la tua opinione è scortese come i tuoi modi,
io non ci tengo a sentirla.

#46

#PRESTIGIO

LE OPINIONI SONO LO
SPECCHIO DELLA VANITÀ



Abbiamo sempre voluto sentirci diversi, unici.

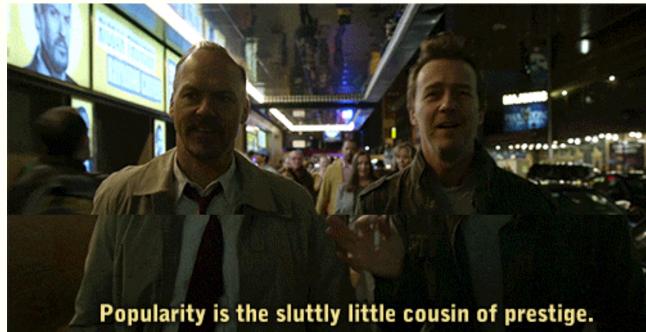
#47

LE OPINIONI NON CREANO
CONSENSO MA
POPOLARITÀ



#48

LA POPOLARITÀ CREA
ANSIA



Popularity is the slutty little cousin of prestige.

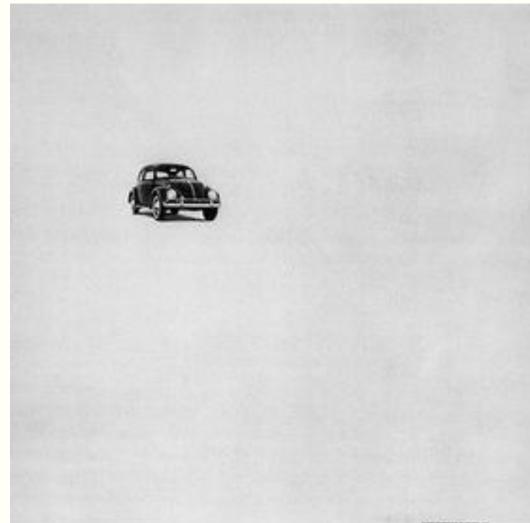
#49

IL PRESTIGIO OTTIENE CONSENSO SULLA PAZIENZA E LA VERIFICA



#50

IL PRESTIGIO PERSUADE LA POPOLARITÀ DIVIDE



Think small.

Our little car isn't as much of a novelty any more.
A couple of dozen college kids don't buy big cars like ours.
The guy at the gas station doesn't ask where the gas goes.
People are buying all our shape.
In fact, some people who drive our little

some of our accessories, you don't even
look at them any more.
Except when you squeeze into a small
parking spot and have to pay a larger
fine. Oh yes a small repair bill.
Or trade-in your old VW for a
new one.
Don't do it.



#51

IL VALORE DELLA CONOSCENZA STA NELLA SUA STORIA COLLETTIVA



#52

CERCA LA PACE, EVITA DI COLLEGARE IN UNA



COMBATTE IN UNA SITUAZIONE ISOLATA O DEBOLE

THE TEN GOLDEN RULES OF GO DI WANG JIXIN



#53

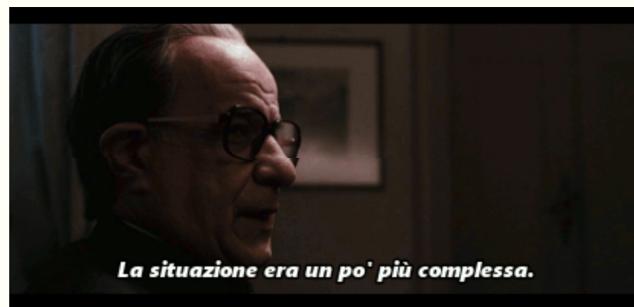
SII DATO DI TE STESSO



È tempo che tu sappia di chi sei figlio.

#54

VISTA DA LONTANO LA COMPLESSITÀ APPARE PICCOLA



La situazione era un po' più complessa.

#55

DATI IN QUANTITÀ

di Luca Corsato
luca@luacorsato.com



DOI: [HTTPS://DOI.ORG/10.5281/zenodo.4694568](https://doi.org/10.5281/zenodo.4694568)

DISTRIBUITO CON LICENZA CREATIVE COMMONS ATTRIBUZIONE 4.0 CC-BY

RIFERIMENTI

- Ready for commons - L'arte della gestione e distribuzione dei dati
 - Il modello Ready_for commons nella pratica della ricerca
 - La distribuzione dei dati è una negoziazione
 - Un modello DAMA in stile agile: la proposta di Paesaggioaperti.org
 - Heritage lockdown - Gli asset digitali dei dati dei beni culturali nell'epoca di COVID-19
 - Servizi web per dati dei beni culturali
 - Arte ed economica della conoscenza: il remix di Francesco Vezzoli e la produzione dagli archivi
- Questo documento è in evoluzione. Nelle versioni successive verrà aggiornato e integrato con note e commenti a margine
- 2021-04-17: Versione 1: pubblicazione
- BIBLIOGRAFIA
- Berger J., *Contagioso*, 1^a ed., Sperling & Kupfer, Segrate, 2014
 - Berger P. L., *Homo Ridens - La dimensione comica dell'esperienza umana*, 1^a ed., il Mulino, Bologna, 1999
 - Berman M., *Tutto ciò che è solido svanisce nell'aria*, 2^a ed., il Mulino, Bologna, 2012
 - Berto F., *L'esistenza non è logica*, 1^a ed., Laterza, Roma - Bari, 2012
 - Bianchi L., *La gente*, 1^a ed., Edizioni minimunfax, Roma, 2002
 - Blackmooor S., *La macchina dei memi*, 1^a ed., instar libri, Torino, 2002
 - Boldrin M. e Levine D., *Abolire la proprietà intellettuale*, 1^a ed., Laterza, Roma - Bari, 2012
 - Buchanan J., Tullio G., *Il calcolo del consenso*, 1^a ed., il Mulino, Bologna, 1998
 - Buss R., *Rovesciando Babèl*, 1^a ed., The Second Renaissance, Milano, 2006
 - Bush V., *Manifesto per la rinascita di una nazione*, 1^a ed., Bollati Boringhieri, Torino, 2013
 - Byung-Chul H., *Razionalità digitale - la fine dell'agire collettivo*, 1^a ed., goWare, Firenze, 2014
 - Cheshbrough H., *Open - modelli di business per l'innovazione*, 2^a ed., EGEA, Milano, 2013
 - Cipolla C., *Istruzione e sviluppo*, 1^a ed., il Mulino, Bologna, 2002
 - Cipolla C., *Uomini, tecniche, economie*, 1^a ed., il Mulino, Bologna, 2013
 - Cipolla C., *Allegro ma non troppo*, 1^a ed., il Mulino, Bologna, 1988
 - Cipolla C., *Introduzione alla storia economica*, 2^a ed., il Mulino, Bologna, 2003
 - Debord G., *La società dello spettacolo*, 2^a ed., Stampa Alternativa/Nuovi Equilibri, Roma, 2011
 - Dewey J., *Come pensiamo*, 1^a ed., Raffaello Cortina Editore, Milano, 2019
 - Doctorow C., *Lockdown - L'imminente guerra civile per il computer universale*, 1^a ed., Apogeo, Milano, 2013
 - Dorfles G., *Il divenire delle arti*, 4^a ed., Bompiani, Milano, 2002
 - Foerster H., *Sistemi che osservano*, 1^a ed., Astrolabio, Roma, 1987
 - Fogg B. J., *Tecnologia della persuasione - Un'introduzione alla captologia*, 1^a ed., Apogeo, Milano, 2005
 - Gamberini L., Chittaro L., Paternò F. (a cura di), *Human-Computer Interaction*, 1^a ed., Pearson Italia, Milano - Torino, 2012

SITO GRAFIA

- Giffetteria
- Indizi dell'avvenuta catastrofe
- THE GIF OPERA CABINET
- Public Domain Review
- Archeostickers
- Giphy
- Wikimedia Commons
- Giffetteria
- Giffetteria
- Trash italiano
- Sensei's Library (sito collaborativo sul gioco del Go)

FILMOGRAFIA

- Sono fotogenico, Dino Risi, 1980
- Vacanze di Natale, Carlo Vanzina, 1983
- La terrazza, Ettore Scola, 1980
- Il marchese del grillo, Mario Monicelli, 1981
- It, Tommy Lee Wallace, (miniserie tv) 1990
- Columbo, (serie tv) 1968-2003
- The Godfather, Francis Ford Coppola, 1972
- Gran Torino, Clint Eastwood, 2008
- Maccheroni, Ettore Scola, 1985
- A ciascuno il suo, Elio Petri, 1967
- Il tassinaio, Alberto Sordi, 1983
- Smetto quando voglio, Sydney Sibilia, 2014
- Il sorpasso, Dino Risi, 1962
- Lo chiamavano Jeeg Robot, Gabriele Mainetti, 2015
- Matrimonio all'italiana, Vittorio De Sica, 1964
- Good Bye, Lenin!, Wolfgang Becker, 2003
- Febbre da cavallo, Steno, 1976
- 8 1/2, Federico Fellini, 1963
- Accattone, Pier Paolo Pasolini, 1961
- La grande bellezza, Paolo Sorrentino, 2013
- Pane, amore e fantasia, Luigi Comencini, 1953
- Fracchia la belva umana, Neri Parenti, 1981
- La classe operaia va in paradiso, Elio Petri, 1971
- The Danish Girl, Tom Hopper, 2015
- The Matrix, Lana e Lilly Wachowski, 1999
- Rear Window, Alfred Hitchcock, 1954
- The Zero Theorem, Terry Gilliam, 2013
- Birdman or (The Unexpected Virtue of Ignorance), Alejandro González Iñárritu, 2014
- Non ci resta che piangere, Roberto Benigni e Massimo Troisi, 1984
- Un americano a Roma, Steno, 1954
- Il divo, Paolo Sorrentino, 2008

- Giorello G., Strata P. (a cura di), *L'automa spirituale - Menti, cervelli e computer*, 1^a ed., Laterza, Roma - Bari, 1991
- Gorz A., *L'immateriale*, 1^a ed., Bollati Boringhieri, Torino, 2003
- Guercio M., *Archivistica informatica*, 2^a ed., Carocci Editore, Roma , 2010
- Hess C., Ostrom E. (a cura di), *La conoscenza come bene comune*, 1^a ed., Pearson Paravia Bruno Mondadori, Milano, 2009
- Jenkins H., *Cultura divergente*, 1^a ed., Apogeo, Milano, 2007
- Jonas H., *Il principio di responsabilità*, 1^a ed., Einaudi, Torino, 2009
- Kahneman D., *Pensieri lenti e veloci*, 1^a ed., Mondadori, Milano, 2012
- Kuhn T., *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*, 5^a ed., Einaudi, Torino, 2009
- Kurzweil R., *Come creare una mente - I segreti del pensiero umano*, 1^a ed., Apogeo, Milano, 2013
- Lakoff G., *Pensiero politico e scienza della mente*, 1^a ed., Pearson Paravia Bruno Mondadori, Milano
- Lindsay P. H. e Norman D. A., *L'uomo - elaboratore di informazioni*, 1^a ed., Giunti Barbèra, Firenze, 1983
- Lotman J. M., *La Cultura come Mente Collettiva e i problemi dell'intelligenza artificiale*, 1^a ed., Guaraldi, Rimini, 2014
- Mari E., *25 modi per piantare un chiodo*, 1^a ed., Mondadori, Milano, 2011
- Maeda J., *Le leggi della semplicità*, 1^a ed., Bruno Mondadori, Milano, 2006
- Mazza G. (a cura di), *Bernbach pubblicitario umanista*, 1^a ed., Franco Angeli, Milano, 2014
- Minsky M., *La società della mente*, 5^a ed., Adelphi, Milano, 2012
- Morin E., *La conoscenza della conoscenza (il metodo 3)*, 1^a ed., Milano, Raffaello Cortina Editore, 2007
- O'Neil K., *Arni di distruzione matematica*, 1^a ed., Bompiani, Milano, 2017
- Olivetti A., *Il cammino della Comunità*, 1^a ed., Edizioni di Comunità , Roma / Ivrea, 2013
- Osterwalder A., Pigneur Y., *Creare modelli di business*, 1^a ed., Edizioni FAG, Milano, 2012
- Ostrom E., *Governare i beni collettivi*, 1^a ed., Marsilio, Venezia, 2006
- Popper K. R., Antiseri D. (a cura di), *Logica della ricerca aperta*, 1^a ed., Editrice La Scuola, Brescia, 2013
- Putnam H., *Matematica, materia e metodo*, 1^a ed., Adelphi, Milano, 1993
- Romei J., *Extreme Contracts*, 1^a ed., Leanpub, Victoria, 2017
- Rossolo G. Z., *I laudi delle Regole di Candide, Lorenzago e San Vito in Cadore*, 1^a ed., Istituto Bellunese di Ricerche Sociali e Culturali, Belluno, 2013
- Sandel M. J., *Quello che i soldi non possono comprare*, 1^a ed., Feltrinelli, Milano, 2015
- Semeté R., *Insieme: rituali, piaceri, politiche della collaborazione*, 1^a ed., Feltrinelli, Milano, 2014
- Spadaro A., *Cyberteologia*, 1^a ed., Vita e Pensiero, Milano, 2012
- Smircich N., *Capitalismo digitale*, 1^a ed., LUISS University Press, Milano, 2017
- Stiglitz J. E., Greenwald B., *Creare una società dell'apprendimento*, 1^a ed., Einaudi, Torino, 2018
- Sutherland J., *Fare il doppio in mezzo tempo*, 1^a ed., Rizzoli Etas, Milano, 2015
- Thaler R. H., *Misbehaving- la nascita dell'economia comportamentale*, 1^a ed., Einaudi, Torino, 2018
- Türke C., *La società eccitata*, 1^a ed., Bollati Boringhieri, Torino, 2012
- Varian H. R., *Microeconomia*, 7^a ed., Libreria Editrice Cafoscina, Venezia, 2011
- Wiener N., *Introduzione alla cibernetica - L'uso umano degli esseri umani*, 1^a ed., Bollati Boringhieri, Torino, 2012
- Wittgenstein L., *Tractatus logico-philosophicus e quaderni 1914-1916*, 6^a ed., Einaudi, Torino, 1998
- Zizek S., *Il trash sublime*, 1^a ed., Mimesis Edizioni, Milano - Udine, 2013
- Zizek S., *Che cos'è l'immaginario*, 1^a ed., il Saggiatore, Milano, 2016