

È vietata la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi mezzo effettuata, anche ad uso interno e didattico, non autorizzata.

Pubblicato da:
LUMI Edizioni Soc. Coop.
Via Senato, 35 – 20121 Milano
e-mail: lumi@librierielumi.it

ISBN 9788867850754

1° Edizione luglio 2023

Finito di stampare da:
EBOD s.a.s.
Via Garofalo, 35 – 20133 Milano

Copyright degli autori

Cambiamenti in un mondo instabile. Ambiente, tecnologia e consumi

a cura di

Ariela MORTARA

e Rosantonietta SCRAMAGLIA

LUMI EDIZIONI

Indice

INTRODUZIONE <i>DI ARIELA MORTARA E ROSANTONIETTA SCRAMAGLIA</i>	11
CREDITS E RINGRAZIAMENTI	27
GLI AUTORI	29
TECNOLOGIE DIGITALI E INTELLIGENZA ARTIFICIALE: APPLICAZIONI SOCIALI <i>DI ROBERTO LAVARINI E RAFFAELLO LULY</i>	35
DALLE TAVOLETTE D'ARGILLA ALLE NUOVE TECNOLOGIE, BREVE CRONISTORIA	35
LE IMPLICAZIONI SOCIALI DELLE NUOVE TECNOLOGIE	41
L'IMPATTO SULLE GENERAZIONI: RISCHI E TIMORI	48
SICUREZZA E CONTROLLO DEI DATI	53
CONCLUSIONI.....	58
BIBLIOGRAFIA	59
TECNOLOGIE INSTABILI. RIFLESSIONI SU CHATGPT E AI GENERATIVE E IMPLICAZIONI SUL MONDO DEL LAVORO E DELLA FORMAZIONE <i>DI ELISABETTA RISI E GUIDO DI FRAIA</i>	63
INTRODUZIONE.....	63
L'ACCELERAZIONE DEL CAMBIAMENTO: LE AI GENERATIVE E I GRANDI MODELLI DI LINGUAGGIO	66
UNBOXING CHATGPT: CONTESTUALIZZARE POTENZIALITÀ E LIMITI.....	73
DALLA BLACK BOX A UN APPROCCIO OUT OF BOX: SFIDE DEL LAVORO E DELLA FORMAZIONE.....	85
BREVI E INSTABILI CONCLUSIONI	92
BIBLIOGRAFIA	94

GLI SPAZI DELLA CULTURA NEL DIGITALE: UNA RICERCA SULLA DIFFUSIONE E PRODUZIONE CULTURALE IN LOMBARDIA DOPO LA PANDEMIA DI COVID-19 DI FEDERICA ANTONUCCI, VALERIA MARINA BORODI, MARIANNA D'OVIDIO E MICHELA VOGLINO	103
INTRODUZIONE.....	103
LA DIGITALIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE CULTURALE.....	105
IL CAPITALISMO CULTURALE AI TEMPI DELLE PIATTAFORME DIGITALI.....	108
LA RICERCA STREAMING CULTURE: LA MAPPATURA DELLA PRODUZIONE E DEL CONSUMO DI CULTURA AI TEMPI DEL COVID-19.	
OBIETTIVI E METODOLOGIA DI INDAGINE.....	111
I RISULTATI DELLA RICERCA QUANTITATIVA.....	116
CONCLUSIONI.....	124
BIBLIOGRAFIA.....	126
CAMBIAMENTI E NUOVE TENDENZE NELLA VITA QUOTIDIANA E NEI VIAGGI DI JOSETTE SICSIC	131
IL SOVRASTIMATO TRASFERIMENTO NELLE CAMPAGNE.....	131
UN CLIMA INSTABILE CREA UN TURISTA SEMPRE PIÙ INSTABILE.....	136
COME SARÀ IL MONDO NEL 2033 E IN PARTICOLARE IL TURISMO?	141
LA GENERAZIONE Z	146
I FABBISOGNI FORMATIVI DEL COMPARTO CULTURALE CREATIVO DI MORENO ZAGO	151
INQUADRAMENTO NORMATIVO E METODOLOGICO.....	151
DEFINIZIONE E DIMENSIONE DEL COMPARTO	152
IL CONTESTO DI RIFERIMENTO: L'ATMOSFERA CREATIVA.....	155
I FABBISOGNI FORMATIVI	159
LE MODALITÀ FORMATIVE.....	163
BIBLIOGRAFIA.....	168
INSTABILITA' CREATIVA DI ALBERTO OLIVA.....	171
LE ANIME NASCOSTE	173
I PROGETTI DEL COMUNE	174

LE INIZIATIVE PRIVATE.....	179
“CAMBIAMENTI IN UN MONDO INSTABILE. AMBIENTE, TECNOLOGIA E CONSUMI”: DESCRIZIONE DELLA RICERCA E ALCUNI RISULTATI <i>DI ROSANTONETTA SCRAMAGLIA</i>	187
OBIETTIVI E DESCRIZIONE DEL PROGETTO	187
IL METODO E IL CAMPIONE	189
ALCUNI RISULTATI.....	198
BIBLIOGRAFIA	227
INDICATORI DI WELL-BEING E INCERTEZZA SOCIOECONOMICA <i>DI FEDERICA FORTUNATO</i>.....	229
INTRODUZIONE: MISURARE LA FELICITÀ.....	229
IL CAMPIONE: QUALCHE CENNO.....	231
LA SODDISFAZIONE DELLA VITA	232
VISIONE DEL FUTURO, VALORI E CONSUMI.....	248
CONCLUSIONI.....	258
BIBLIOGRAFIA	260
INDIVIDUI, TECNOLOGIA E LAVORO: RISCHI EMERGENTI, TUTELE ATTUALI E PROSPETTIVE EVOLUTIVE NELL’ERA DELL’ALGORITMIZZAZIONE <i>DI SIMONETTA MUCCIO. ANDREA STANCHI</i>	263
IL PUNTO DI VISTA SOCIOLOGICO:	266
IL PUNTO DI VISTA NORMATIVO.....	280
CONCLUSIONI.....	286
BIBLIOGRAFIA	289
DONNE E TECNOLOGIA: UN CONNUBIO POSSIBILE? <i>DI ARIELA MORTARA E STEFANIA FRAGAPANE</i>.....	291
INTRODUZIONE.....	291
DONNE E TECNOLOGIA: LA RICERCA	292
CONCLUSIONI.....	312
BIBLIOGRAFIA	313

IL FUTURO DELLE CITTÀ TRA CONSUMI, SOSTENIBILITÀ E TECNOLOGIA: UN'ANALISI ESPLORATIVA SUL TERRITORIO MILANESE DI NICCOLÒ PARINI	317
AMBIENTE E SOCIETÀ.....	319
CAMPIONE E METODO DELLA RICERCA ESPLORATIVA.....	321
RISULTATI GENERALI E CASI STUDIO	330
CONCLUSIONI.....	340
BIBLIOGRAFIA.....	341
CONSUMI, SOSTENIBILITÀ E TECNOLOGIA NELLE IMPRESE MILANESI: L'ANALISI DELLA COMUNICAZIONE ONLINE E OFFLINE DI LAURA PELLEGGRI	345
IL METODO E IL CAMPIONE	345
L'ANALISI DEI DOCUMENTI: LA COMUNICAZIONE	347
COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ.....	353
LA TECNOLOGIA: FACILITATORE O LIMITE?	361
CONSIDERAZIONI FINALI.....	366
L'IMPATTO DELLA DIGITALIZZAZIONE NELLE IMPRESE ITALIANE: LA PAROLA DEI MANAGER DI ARIELA MORTARA.....	367
INTRODUZIONE.....	367
METODO E CAMPIONE	369
RISULTATI.....	370
CONCLUSIONI.....	380
BIBLIOGRAFIA.....	381
'APOCALITTICI' O 'INTEGRATI'? L'APPROCCIO DELLE AZIENDE MILANESI ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE DI VITTORIA SINISI	385
L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE CAMBIERÀ LE NOSTRE VITE?.....	385
VANTAGGI E SVANTAGGI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LE IMPRESE.....	390
LA SITUAZIONE DELLE AZIENDE ITALIANE.....	395

CONCLUSIONI.....	406
BIBLIOGRAFIA	408

INTRODUZIONE

di Ariela Mortara e Rosantonietta Scramaglia

Il volume raccoglie una serie di contributi sui cambiamenti sociali ed economici avvenuti negli ultimi anni a livello planetario che hanno portato a un clima di instabilità e incertezza sul futuro. In particolare, il focus verte sull'ambiente, la tecnologia e i consumi. Dei quattordici saggi contenuti nel volume, i primi sei affrontano il problema in modo generale e diversificato. Gli altri presentano i risultati della ricerca svolta a partire dall'ottobre 2022¹

Il primo saggio sulle applicazioni e sulle implicazioni sociali delle tecnologie digitali e dell'Intelligenza Artificiale porta le firme di **Roberto Lavarini e Raffaello Luly**. Gli autori, dopo una rapida analisi

¹ La ricerca è stata finanziata dai Dipartimenti di Comunicazione, Arti e Media "Giampaolo Fabris" e di Business, Diritto, Economia e Consumi "Carlo A. Ricciardi" dell'Università Iulm di Milano. Sotto la direzione di Ariela Mortara e Rosantonietta Scramaglia, vi hanno collaborato Federica Fortunato, Simonetta Muccio, Niccolò Parini, Laura Pellegrini e Vittoria Sinisi. Parte dei dati è stata raccolta con il contributo degli studenti dell'insegnamento di Sociologia del Cambiamento Sociale impartito nell'a.a.2022/23 presso il Corso di Laurea di Comunicazione d'Impresa e Relazioni Pubbliche dell'Università IULM di Milano.

dell'evoluzione e della portata attuale dei Big Data, dell'Intelligenza Artificiale e della Blockchain, espongono le conseguenze della loro diffusione e delle diverse applicazioni su vari settori della vita quotidiana, lavorativa, affettiva, politica, economica focalizzandosi su alcuni aspetti come il territorio, la mobilità, il turismo, le dinamiche familiari e alcune realtà professionali.

Pur riconoscendo che i cambiamenti offrono nuove opportunità, accelerando il progresso, migliorando le condizioni di vita, creando le Family Chain e promuovendo la coesione sociale per territori, nazioni e popoli, gli autori descrivono anche le nuove minacce celate dietro alle opportunità, come le nuove forme di disuguaglianza e l'accentuarsi di alcuni problemi sociali quali il *digital divide*, le dipendenze, la solitudine e l'ansia sociale.

Inoltre, se la partecipazione sociale e politica viene agevolata dagli algoritmi utilizzati dai motori di ricerca, essi contribuiscono al tempo stesso a distorcere il dibattito democratico e a creare una *filter bubble*. Così come la raccolta e l'analisi dei Big Data da un lato può portare a una maggiore conoscenza e comprensione del mondo, dall'altro però l'uso di questi dati suscita preoccupazioni riguardo alla privacy, all'attendibilità e alla sicurezza dei dati stessi.

Fatte tali considerazioni e dopo aver descritto gli scenari politici ed economici attuali a livello globale e le strategie adottate da alcuni enti, nonché l'urgente e crescente necessità di regolamentare la rapida e inattesa espansione dell'Intelligenza Artificiale, espressa fra gli altri dall'Unione Europea e dall'Unesco, gli autori concludono evidenziando l'importanza di comprendere come sviluppare strategie e politiche per affrontare le sfide in modo efficace e responsabile.

Elisabetta Risi e Guido Di Fraia focalizzano la loro analisi su un prodotto specifico dell'Intelligenza Artificiale: ChatGPT, contestualizzandola ed elaborando delle riflessioni sul portato innovativo di questa tecnologia, sottoponendo al lettore alcune intuizioni e discutendo delle evoluzioni che stanno avvenendo nel mondo (instabile) del lavoro e della formazione.

Nel fornire una panoramica sulla rilevanza e l'interesse dei *large language model* nei quali si colloca ChatGPT, gli autori prendono le distanze dal cosiddetto determinismo tecnologico, tenendo invece conto di una lente analitica costruttivista, considerando cioè le tecnologie del “mondo instabile” che stiamo vivendo come dei dispositivi sociotecnici storicamente e culturalmente determinati. In altre parole, evidenziano il fatto che le tecnologie e le società si modellano reciprocamente e continuamente tra loro in un contesto di continua interdipendenza.

Di conseguenza, situano ChatGPT nel contesto più ampio della *Generative AI* (intelligenze artificiali generative) spostando il focus dell'attenzione sulle possibili forme di interazione e adozione della stessa.

Analizzando infine gli asset su cui poggia ChatGPT, gli autori si domandano a cosa porterà tutto ciò e quali saranno le future sfide nel campo educativo e del lavoro. Evitando tanto toni sensazionalistici quanto quelli di pessimismo escatologico, ma considerando ChatGPT e le tecnologie basate sugli algoritmi di intelligenza artificiale generativa come semplici macchine computazionali, che dovremmo chiamare “intelligenze aumentate”, gli autori ricordano che l'unica cosa nell'universo conosciuto in grado di pensare sé stessa è ancora il cervello umano e che, invece di domandarci se le tecnologie rimpiazzeranno le abilità umane o interrogarci su come lavoratori e macchine si divideranno il lavoro, è importante chiedersi come le due entità interagiscono e come si integrano

l'una con l'altra non diversamente da quanto è avvenuto nei *media studies* dove si è passati dall'analizzare cosa i media fanno alle persone, a cosa le persone fanno con i media.

Federica Antonucci, Valeria Marina Borodi, Marianna d'Ovidio e Michela Voglino indagano sulla relazione tra produzione culturale e spazio digitale nei mesi appena precedenti e successivi alla pandemia da Covid-19 in Lombardia. Il saggio riporta alcuni risultati della ricerca empirica ancora in fieri "Streaming Culture. La mappatura della produzione e del consumo culturale durante la pandemia di Covid-19".

La ricerca è costituita di due parti, la prima, descrittiva, che ricostruisce la diffusione digitale della cultura da parte di un campione di produttori culturali lombardi nel 2020, la seconda, più analitica, indaga sulle esperienze e le pratiche culturali portate avanti da alcuni di questi operatori durante e dopo la pandemia. Nel saggio si presentano i risultati della prima parte del lavoro di analisi costruito a partire da *big data* provenienti dai social media di 104 istituzioni culturali lombarde.

Al confine tra studi urbani e studi sulle piattaforme digitali, la ricerca esplorando i legami e le intersezioni tra questi due mondi, contribuisce a spiegare in che modo il mondo digitale e quello urbano si intrecciano nella produzione di un sistema interconnesso, fisico tanto quanto digitale e a individuare le nuove forme di produzione e di fruizione della cultura, e le conseguenze che queste avranno sulla società nel suo complesso, aiutando nella definizione di strategie per i territori che si troveranno ad affrontare il cambiamento.

Dopo i primi tre saggi che trattano i cambiamenti sociali apportati dalle tecnologie digitali nella vita quotidiana, nella formazione, nel lavoro e sul territorio, **Josette Sicsic** riporta diversi studi e dati recenti sui cambiamenti rilevati in Francia sia per quanto riguarda i trasferimenti post-Covid dalle città alle campagne alla ricerca di uno stile di vita più sostenibile, sia nei nuovi modi di viaggiare per turismo e vacanze, sia infine, nei comportamenti riscontrati nella generazione Z.

Quanto al paventato esodo urbano molto pubblicizzato dai mass-media e promosso in Francia da Airbnb con l'Associazione dei sindaci rurali, l'autrice fa notare che i dati dimostrano che si tratterebbe piuttosto di 'piccoli flussi' e soprattutto di un'accelerazione di tendenze preesistenti che vede protagoniste solo alcune categorie sociali. Riguardo alle destinazioni preferite, inoltre, non si tratta di "demetropolizzazione" ed esodo rurale, ma di territori vicini ai centri urbani e di alcune zone costiere.

Il secondo punto trattato riguarda gli spostamenti turistici, per i quali occorre fare i conti con i cambiamenti climatici in tutto il pianeta, in quanto il clima instabile crea al tempo stesso un turista instabile e disorientato, la trasformazione degli immaginari legati alle mete e la ricerca di nuovi punti di riferimento. L'autrice fa una rassegna delle catastrofi più gravi del 2022 e delle loro conseguenze sulle scelte e sui comportamenti turistici.

Josette Sicsic, infine, riporta i risultati delle indagini più recenti che fanno prevedere che fra dieci anni i viaggi saranno completamente diversi a causa delle significative perturbazioni demografiche, geopolitiche, ambientali e, soprattutto, tecnologiche. Concentrando l'attenzione sulla generazione Z, i giovani che hanno oggi 20 anni, vengono descritte le loro caratteristiche e i loro comportamenti che, in alcuni casi, non denotano la sensibilità verso l'ambiente che spesso viene loro attribuita.

Con il saggio di **Moreno Zago**, passiamo dall'analisi della situazione francese a quella di una Regione italiana, il Friuli-Venezia Giulia.

Nel 2019, questa Regione autonoma ha promosso la creazione di un Polo Tecnico Professionale Culturale Creativo con l'obiettivo di favorire un'offerta di istruzione e formazione coordinata con le necessità delle imprese del territorio. Il saggio si concentra sui risultati emersi dall'analisi qualitativa condotta dall'autore, che ha visto coinvolti, attraverso *focus group* e interviste mirate, 28 operatori e artisti chiamati a confrontarsi sulle abilità tecniche e relazionali richieste dal comparto, sugli strumenti formativi più idonei per avvicinare i giovani e sul suo futuro in Regione.

Dalle interviste emergono molti punti di forza sui quali concordano tutti gli intervistati. Innanzitutto, si evidenzia un comparto culturale creativo in crescita a livello sia nazionale, sia europeo. Gli operatori ritengono importante promuovere una cultura dell'imprenditorialità nei giovani, per essere in grado di fare impresa con la propria passione, vocazione e abilità e organizzare corsi di ascolto delle esigenze del territorio per predisporre i giovani a una ricezione di *input* anche imprenditoriali. Le parole chiave, che riassumono le caratteristiche delle modalità formative necessarie al comparto, emerse dalle interviste sono: "professionalità", "praticità" ed "esperienzialità".

Infine, particolare attenzione viene data dagli intervistati al tema della sostenibilità, diffondendo la conoscenza dei prodotti *green* e naturali nelle attività artistiche, artigianali, ecc.

In conclusione, sintetizza l'autore, "il comparto culturale creativo regionale necessita, soprattutto (...) di un sistema che integri *governance* locale, mondo delle imprese, enti di ricerca e di formazione, operatori culturali e artisti, istituzioni scolastiche e universitarie in una co-progettazione finalizzata

alla valorizzazione dei patrimoni culturali e naturalistici esistenti, creandone di nuovi, proiettando le azioni a livello sovra-regionale.”

Sempre incentrato sul mondo della cultura e sulle iniziative nate per far fronte alla crisi creatasi dopo il Covid, è il saggio di **Alberto Oliva** che si focalizza sulla realtà milanese.

L'autore parte da uno sguardo critico verso le politiche culturali del capoluogo lombardo: “il Rinascimento di Milano è finito” afferma perché, nonostante i numeri dell'ultimo Salone del Mobile 2023 abbiano visto una crescita di affluenza del 15% rispetto al 2022, la percezione che si respira dal basso, da parte degli operatori sul territorio, è completamente diversa. Si ha la sensazione che si stia tornando all'atmosfera della “Milano da bere” degli anni '80 che sembrava ormai rimpiazzata da un modello più forte, meno appariscente e più di sostanza.

Già a gennaio, ricorda l'autore, il Consiglio comunale ha approvato il bilancio preventivo 2023, proponendo tagli del 40% su Cultura e Municipi. Le politiche del Comune sono orientate soprattutto a trasformare Milano in una *green city* del Nord Europa, ma la domanda che si pone Oliva è questa: “a che serve continuare a spostarsi, a muoversi, a correre, a salire e scendere da tram sempre più elettrici e magnifici, se non sappiamo dove andare?”.

Al di là della provocazione, Oliva riconosce che sono in molti a preoccuparsi della sorte delle Anime Nascoste e degli spazi ibridi della cultura e dell'aggregazione sociale, numerosi e attivi in città, arrivati al loro splendore prima del Covid che purtroppo ha contribuito a dare il colpo di grazia a uno dei “fenomeni più belli, fertili e costruttivi che Milano abbia conosciuto nella sua storia”. Ciononostante,

Oliva individua alcune buone pratiche che hanno resistito - si tratta di una serie di progetti e iniziative realizzate dal Comune di Milano e da diversi enti privati sparsi sul territorio, spesso in quartieri periferici - e riporta delle belle *case histories* con il monito che è da queste che bisogna ripartire.

I successivi sei contributi sono focalizzati sulla presentazione di alcuni risultati della ricerca empirica svolta presso l'Università Iulm a cui abbiamo accennato

Più precisamente, il saggio di **Rosantonietta Scramaglia** inizia riportando la domanda di fondo che ha guidato l'indagine: "quali sono i cambiamenti in atto a livello individuale, imprenditoriale e territoriale in tre ambiti specifici: ambientale, tecnologico e di consumo alla luce degli obiettivi di sostenibilità raccomandati dall'Agenda 2030 e incentivati dal PNRR?"

Quindi, l'autrice descrive nel dettaglio la prima parte qualitativa della ricerca, di carattere etnografico, condotta a Milano su una selezione di imprese e realtà culturali sulle quali si è svolto un lavoro di osservazione partecipante, intervistando i responsabili e analizzando la comunicazione online e offline; riporta poi le fasi in cui si è svolta la seconda parte quantitativa, estesa a livello nazionale, illustrandone il metodo e descrivendo il questionario e il campione.

Sono stati poi analizzati alcuni risultati ottenuti dal questionario quantitativo, nello specifico sul rapporto fra salute e ambiente visti come valori e nell'ottica della sostenibilità. Si sono poi riportate le preoccupazioni degli intervistati per il presente e le loro speranze per il futuro. Infine, segue l'analisi

dei cambiamenti che il clima di incertezza socioeconomica ha provocato nell'ambito dei consumi e delle pratiche quotidiane - dalla mobilità all'alimentazione- nei comportamenti turistici e nell'uso della tecnologia.

Il saggio di **Federica Fortunato** si inserisce nel filone delle ricerche sulla felicità e sul benessere focalizzandosi in particolare sull'autovalutazione dei soggetti circa il loro *subjective well-being*, sulla soddisfazione nei confronti della propria vita, sulla misura degli affetti e dei valori e su alcuni aspetti eudaimonici che connaturano progettualità e resilienza nel raggiungere gli obiettivi prefissati.

Commentando i risultati ottenuti dall'analisi del questionario quantitativo della ricerca, l'autrice indaga sulle differenze fra il grado di soddisfazione espresso dagli uomini e quello delle donne e su come gli individui percepiscono il tempo (il passato, il presente e il futuro) chiedendosi poi in che modo la prospettiva temporale possa influenzare gli atteggiamenti, i comportamenti e il benessere soggettivo; analizza quindi le preoccupazioni e l'ansia sociale per arrivare infine a stabilire se esiste una correlazione tra la soddisfazione nei confronti della propria vita, l'ottimismo, la resilienza e la propensione alla partecipazione e condivisione sociale nella determinazione del benessere soggettivo. Oltre all'analisi fattoriale dalla quale estrae delle componenti, Federica Fortunato realizza una *cluster analysis* da cui emergono tre tipi di soggetti di cui delinea le caratteristiche principali passando poi a indagare come questi tre tipi si rapportino alla visione del mondo, ai valori e ai comportamenti di consumo.

Le analisi condotte permettono di stabilire se l'atteggiamento che gli individui hanno verso la vita, la loro capacità di superare gli ostacoli e la soddisfazione che provano influenzano fortemente la visione del mondo, presente e futura e le pratiche di vita quotidiana, e rendono possibile verificare l'ipotesi di partenza che stabiliva che accanto agli indicatori socioeconomici e alla profilazione anagrafica, gli indicatori di *well-being* costituiscono un driver affidabile per definire l'orientamento degli individui confermandone così l'utilità nel potenziamento di politiche sostenibili di sviluppo del benessere sociale.

Simonetta Muccio e Andrea Stanchi prendono le mosse dallo stesso questionario quantitativo, ma analizzano le risposte riguardanti il rapporto soggettivo degli intervistati con la tecnologia in generale e con l'AI in particolare, e la loro conoscenza di queste al di là della fruizione di oggetti smart, sia nel privato, sia sul posto di lavoro.

Ma, oltre ad affrontare il tema da una prospettiva sociologica, ponendo il focus sugli individui ed esplorando il punto di vista di chi si sta misurando con le sfide e i cambiamenti prodotti dall'organizzazione algoritmica sia nella vita quotidiana sia lavorativa, il saggio si focalizza anche sugli aspetti normativi della questione, proponendo un'analisi di contesto finalizzata a una migliore comprensione delle nuove esigenze di regolamentazione date dal venir meno del paradigma tradizionale della produttività umana e del *full time equivalent*. Infatti, come evidenziato dagli autori, l'evoluzione sempre più accelerata della tecnologia sta creando sia l'affanno dell'ordinamento giuridico e istituzionale nel regolare l'evoluzione socioeconomica del lavoro, sia la fatica delle

organizzazioni ad adeguare i propri processi lavorativi e la propria cultura alla rapidità e alla profondità del cambiamento in atto.

La sfida, secondo gli autori, è trovare una via attraverso la quale l'AI possa dimostrarsi uno strumento i cui benefici siano a disposizione di tutti o di molti, una sfida, anche etica, che anima il dibattito di giuristi, esperti di tecnologia, filosofi, economisti e sociologi.

Sempre commentando i risultati sul tema della tecnologia affrontato nella parte quantitativa della ricerca, **Ariela Mortara e Stefania Fragapane** concentrano la loro analisi sul rapporto fra le donne e la tecnologia dopo che gli anni della pandemia hanno reso ancora più evidente il divario di genere. Con la ricerca si intendeva verificare se persiste ancora lo stereotipo delle donne come non portate per l'apprendimento e l'uso della tecnologia.

In questo contesto, il capitolo presenta alcuni risultati ottenuti dai questionari presentati alle 7756 donne del campione riguardanti conoscenze, competenze, importanza, diffusione e uso della tecnologia nella vita quotidiana, nonché opportunità e rischi percepiti sugli sviluppi recenti. Nello specifico si è valutata l'apprensione verso i pericoli che comporta lo sviluppo tecnologico, per lo più associati alla profilazione attraverso algoritmi, alla manipolazione delle informazioni, alla potenziale diminuzione dei posti di lavoro, soprattutto tra le donne, e alla violazione della privacy.

Le autrici hanno anche voluto approfondire il tema dell'Intelligenza Artificiale, le preoccupazioni legate ad essa e l'uso di strumenti come gli assistenti vocali, gli altri *smart devices*, o i grandi e piccoli elettrodomestici.

I dati analizzati sono stati anche incrociati per classe di età.

Mentre i quattro saggi sopra riportati analizzano i risultati della parte quantitativa della ricerca, i quattro successivi trattano della parte qualitativa della stessa affrontata da diversi punti di vista.

Il primo, di **Niccolò Parini**, parte dalla descrizione della realtà milanese postpandemica, e della ripresa economica registrata, e analizza il tema della “sostenibilità” ambientale, sociale ed economica non come opposto a quello di “sviluppo”, ma come la sfida principale oggi lanciata da più parti a livello internazionale e trasformatasi in iniziative di “sviluppo sostenibile” a cui l’Italia e Milano non si sono sottratte anche se c’è ancora molta strada da fare.

Poste queste premesse sull’oggetto e sul territorio della ricerca, Milano, l’autore descrive i 78 luoghi oggetto di indagine. Quasi metà di loro sono esercizi commerciali, aziende della ristorazione e spazi culturali. Ma sono rappresentati anche luoghi del settore medicale, del fitness, spazi di coworking, ecc.

Riporta quindi i principali risultati della ricerca etnografica di osservazione dei luoghi con l’obiettivo di indagare i processi, gli approcci e le prassi legate alla riduzione dei consumi, all’utilizzo delle tecnologie e al perseguimento di obiettivi sostenibili di tipo ambientale e sociale posti in essere dalle realtà osservate nel contesto economico milanese. Nel saggio vengono riportati e commentati degli esempi di alcune di esse, suddivise per settori, che negli ultimi anni hanno posto particolare attenzione a uno o più aspetti legati alla sostenibilità.

Riferendosi allo stesso campione descritto da Niccolò Parini, **Laura Pellegrini** svolge un lavoro di analisi dei documenti con l'obiettivo di comprendere come le imprese, attraverso la comunicazione, si pongono nei confronti dei temi relativi alla sostenibilità e alla tecnologia. Comunicare la sostenibilità è un tema molto complesso che solo negli ultimi anni ha imposto una riflessione: il *green washing* e il *green hushing* hanno portato le imprese su due strade parallele che conducono inevitabilmente a una visione distorta di quello che è il settore.

L'autrice analizza pertanto la comunicazione on line e offline sia gestita direttamente dalle realtà oggetto della ricerca, sia per opera di terzi. Considerando che ancora oggi molte aziende investono nella comunicazione offline, i canali tradizionali analizzati sono molto vari come ad esempio televisione, radio, materiale cartaceo come quotidiani, magazine e periodici, volantini, eventi, fiere. Quanto alla comunicazione on line, la quasi totalità delle imprese comunica attraverso il proprio sito web, e/o siti di terze parti, spesso anche tramite i social network (direttamente o indirettamente).

La ricerca si poneva anche come obiettivi quello di rilevare se la comunicazione attraverso il sito del campione fosse in linea con quella fatta attraverso i social media per comprendere se la sostenibilità come concetto da veicolare fosse presente in entrambi; se la comunicazione delle imprese enfatizzasse aspetti legati alla tecnologia e alla digitalizzazione e in quali settori si tenesse maggiormente a comunicare di essere sostenibili. Per rispondere a questi interrogativi, l'autrice cita alcuni esempi.

I due saggi successivi partono dalle interviste fatte ai responsabili dei luoghi analizzati descritti sopra, per affrontare due temi oggetto della ricerca.

Il primo, di **Ariela Mortara**, tratta dell’impatto della digitalizzazione sulle imprese. Dopo una breve analisi del grado di sviluppo e dell’applicazione delle tecnologie in Italia, il saggio riporta i risultati delle interviste semi strutturate fatte a 80 manager di imprese che operano in un contesto privilegiato come quello offerto dalla città di Milano e dal suo hinterland, focalizzate in particolare a comprendere i cambiamenti avvenuti negli ultimi tempi circa il livello di digitalizzazione raggiunto e gli obiettivi di una sua ulteriore implementazione. Le interviste sono state effettuate tra ottobre e dicembre 2022, un periodo di particolare instabilità, e hanno affrontato diverse aree di interesse: rischi e opportunità legati alla situazione contingente, cambiamenti dovuti all’emergenza energetica e climatica, variazioni nell’utilizzo di lavoro da remoto a fronte della fine dell’emergenza pandemica, importanza della sostenibilità ambientale, impatto della digitalizzazione sulla sostenibilità e livello di implementazione raggiunto nell’ambito dell’intelligenza artificiale. Più nello specifico, si cercava di individuare il livello di sostenibilità ambientale che le imprese hanno raggiunto o intendono raggiungere in termini concreti attraverso processi di digitalizzazione quali, a titolo di esempio, la trasformazione *paperless* di molti processi, la dotazione di attrezzature informatiche ai dipendenti, l’utilizzo del *cloud* per la conservazione dei dati, la adozione della firma digitale; o ancora, il livello di sostenibilità sociale come l’adozione dello *smart working* o del *work-life balance*.

Se Ariela Mortara tratta dell'approccio delle aziende alla digitalizzazione in generale, **Vittoria Sinisi** sempre attraverso le interviste fatte ai responsabili delle realtà analizzate nella ricerca, cerca di individuare il loro rapporto con l'Intelligenza Artificiale.

Dopo una riflessione, che si ricollega a quella di Guido Di Fraia e Elisabetta Risi, su che cosa sia l'Intelligenza Artificiale in rapporto a quella umana e dopo la rassegna dei principali passaggi compiuti negli ultimi anni dalle applicazioni di Intelligenza Artificiale di uso quotidiano da Siri, Alexa, Google Translate, Youtube, Amazon a ChatGPT, solo per citarne alcuni, l'autrice fa una disamina sui vantaggi e gli svantaggi per le imprese. Passa quindi all'analisi delle interviste e rileva che le aziende in esame sembrano essere schierate su due opposte posizioni che descrivono altrettanti tipi di atteggiamento: quello degli 'Apocalittici' che vedono nella novità una potenziale minaccia, e quella degli 'Integrati', invece, che accolgono con atteggiamento positivo l'Intelligenza Artificiale. A ognuna delle due tipologie corrispondono delle motivazioni che l'autrice riporta anche citando direttamente le argomentazioni addotte dagli intervistati, così come individua i settori in cui perplessità e preoccupazioni, o al contrario speranze e apertura verso il nuovo sono più presenti.