

Digeat N.7 - 19 Settembre 2025

# Quando la qualità si mette in posa, i dati riscoprono la loro luce

Di Antonella D'Iorio



Il focus di questo numero 7 della Rivista Digeat stringe sulla “qualità del dato” attraverso analisi esatte e inconfutabili, zooma su processi e sottoprocessi capaci, al di là delle definizioni dovute, di convergere in un viaggio introspettivo fitto di risvolti che comunicano e delimitano, di volta in volta, profondità diverse. Passando in rassegna i 20 contributi, la stessa domanda sulla qualità si svela e si rinnova a seconda dell'impostazione dettata dall'autore tra un gioco di occhio e obiettivi puntati a colpire il suo imperativo a distanza, nei riflessi della vita privata e nelle infrastrutture delle smart city, negli uffici della Pubblica Amministrazione e nella democrazia che possa dirsi o no a misura di cittadino.

Scorrendo da un articolo all'altro, tra riflessioni e approfondimenti, l'argomento si offre al meglio a seconda della direzione della luce, più dura o morbida, portando all'obiettivo il primo piano di sé meglio scolpito di interessanti chiaroscuri.

E le ombre hanno poca tregua dinanzi alla dinamicità del pensiero che le incalza o che addirittura le anticipa per scrutarne ogni nodo di qualità dei sistemi costruiti, percorribili e ripercorribili a ritroso, in cui i dati sono validamente coinvolti. Ci riesce [Angela Petraglia](#) affrontando, in un podcast con il suo ospite **Mirko Pallera**, un'intervista che **passa in rassegna i dettami del marketing contemporaneo nella sua qualificazione di “marketing transpersonale”**, che innova il modo stesso di intendere la comunicazione e che di questi tempi ha grande risonanza in rapporto alle forme di diffusione sempre più aggressive del marketing digitale, lasciando intendere che l'approccio etico è urgente come e più di quello giuridico.

Le sfumature si moltiplicano sulla tela della qualità dei dati e della comunicazione che prosegue con il racconto di [Maria Cristina Marroni](#) dove **duettano forma e sostanza**, linguaggio e contenuto in una comprensione più sottile dove *“La qualità del linguaggio è l'attrattore principe, è il seduttore in chief, è la misura di valore ed è il carato – vale a dire la misura di purezza – con il quale attribuire peso e consistenza a tutto. Il vino è una spremuta d'uva fermentata, ma in quanto tale ha un valore venale ridicolmente basso. È il linguaggio che ne fa filosofia: dal terroir alla nobiltà del vitigno, dal blasone della cantina all'arte dell'affinamento. Di talché il vino non si beve più, ma è “di pronta beva”, è ostico, chiuso, oscuro e misterioso, pronto ad aprirsi solo dopo adeguata e iniziatica ossigenazione che ne restituisca il respiro, il soffio vitale.”*

E inebriati da un calice di aromi che spaziano e variano per visione personale, sensibilità e cultura di ogni ambasciatore che ha contribuito a dare voce a questo numero, è doveroso chiederci: **Siamo pronti a diventare testimoni di una qualità che sedimenta nello scorrere lento, responsabile e sostenibile per la costruzione dei dati e di un pensiero critico?**

È di tutta evidenza che oggi è messa in crisi la stessa capacità di pensare.

Ci siamo arresi a una tempesta mediatica di messaggi di ogni tipo, informazioni che una volta avrebbero avuto un significato preciso e la capacità di innescare un'emozione profonda in noi sia in senso positivo sia in senso negativo e avrebbero avuto la capacità di provocare il nostro stupore o anche il nostro senso dell'orrore. Invece questa tempesta mediatica di messaggi assolutamente uguali

e contrari ci sta togliendo la libertà di stupirci, in senso positivo e non. E non c'è più concesso di indignarci per qualcosa per cui varrebbe la pena farlo.

**Una società anestetizzata davanti all'ingiustizia, che non prova ripugnanza davanti alla violenza, che non si commuove davanti alla bellezza è una società che si è consegnata al peggiore asservimento o al più vile qualunque.** Nel momento in cui questa dimensione ci è sottratta, viene minata la nostra stessa natura di esseri umani e con questo ci viene sottratta la capacità di formare una nostra opinione, dei nostri punti di riferimento con cui coltivare e costruire dei valori di qualità che abbiano un minimo di concretezza e di salvezza per nutrire le coscienze.

Ne sono investiti tutti i campi, senza esclusione alcuna, con rischi alti di natura psicologica, sociale, politica.

Legando insieme i contributi versati in questo numero, potrebbe elevarsi una sola sintesi concentrata e corale che mette d'accordo tutti gli autori: La vera qualità del dato, dell'informazione, della comunicazione e il suo imperativo sotteso si misurano proprio nella capacità di formare e nutrire coscienze e non solo statistiche.

I temi affrontati certamente non si esauriscono tra le righe di un editoriale perché meritano tempo, ascolto e confronto dal vivo e, con l'occasione **Vi invito, anche a nome dello Staff del Progetto Digeat, a partecipare al Festival che stiamo preparando** nell'incantevole cornice di **Lecce nei giorni 27, 28 e 29 novembre prossimi** dal titolo **"A Momentary Lapse of Reason"**. [Qui](#) il link dell'evento, in continuo aggiornamento.

Un invito alla buona gestione di luci e ombre a cui ciascuno di noi è chiamato con responsabilità e sollecitudine per evitare che nella fotografia del futuro ci siano solo immagini piatte.

***"Fotografare è porre sulla stessa linea di mira la mente, gli occhi e il cuore."***  
***(Henri Cartier-Bresson)***