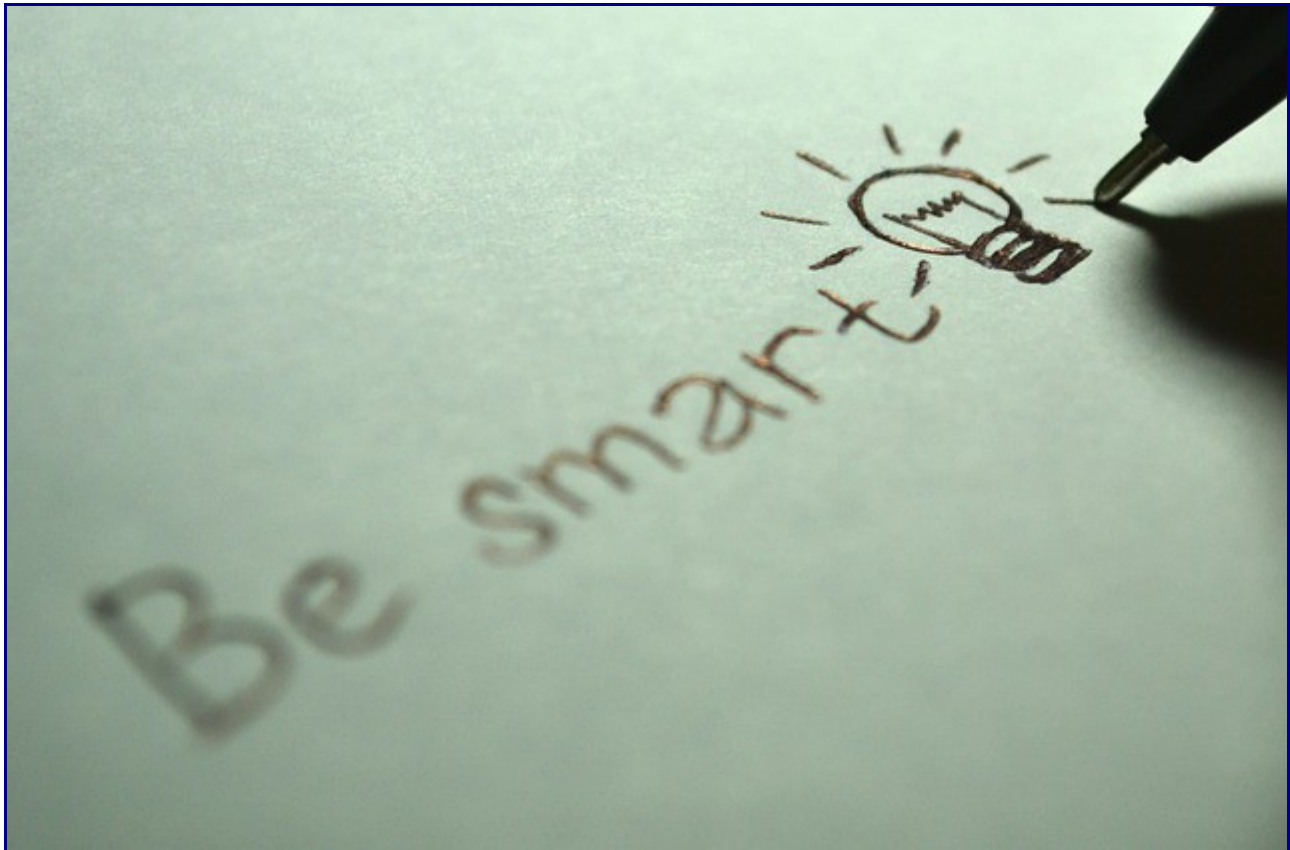


# Geospatial Digital Transformation: verso la Società 5.0

By [ananasso farruggia sebillio](#) - 19/07/2018



“Di digital transformation si continuerà a parlare alla conferenza annuale di [AM/FM GIS Italia](#) in programma a Roma, il 5 luglio prossimo”. [Avevamo concluso in questo modo](#) la presentazione di questo evento sul sito dell’associazione, dando seguito all’EUROGI *Members Meeting* sul tema “Geospatial & Digital Transformation key for Industrial Revolution 4.0 and Society”.

Prendendo spunto dai contenuti illustrati negli interventi proposti dai [relatori invitati](#), approfondiremo il tema della *digital transformation*, specificatamente rispetto allo scenario nazionale.

La prima considerazione riguarda la **comunicazione**, intesa come funzione fondamentale da innestare nei processi organizzativi allo scopo di coinvolgere i potenziali stakeholder fin dalle prime fasi di qualsiasi attività che abbia una ricaduta sul territorio. L’importanza di tale componente – non tecnologica – è stata posta in risalto sia con riferimento a criticità e ritardi rispetto all’implementazione del paradigma digital transformation, sia nell’ambito dell’esposizione di iniziative con risultati corrispondenti agli obiettivi previsti.

Tale funzione riveste ulteriore motivo di attenzione quando i temi della digital transformation sono approfonditi rispetto alle **dinamiche evolutive della società**, che si sta muovendo verso una **sovrapposizione di spazi fisici e digitali che mettono al centro l’uomo**, come il concetto di “Società 5.0” – una nuova società intelligente che aiuta a risolvere i problemi sociali piuttosto che semplicemente migliorare la produttività – invita a considerare.

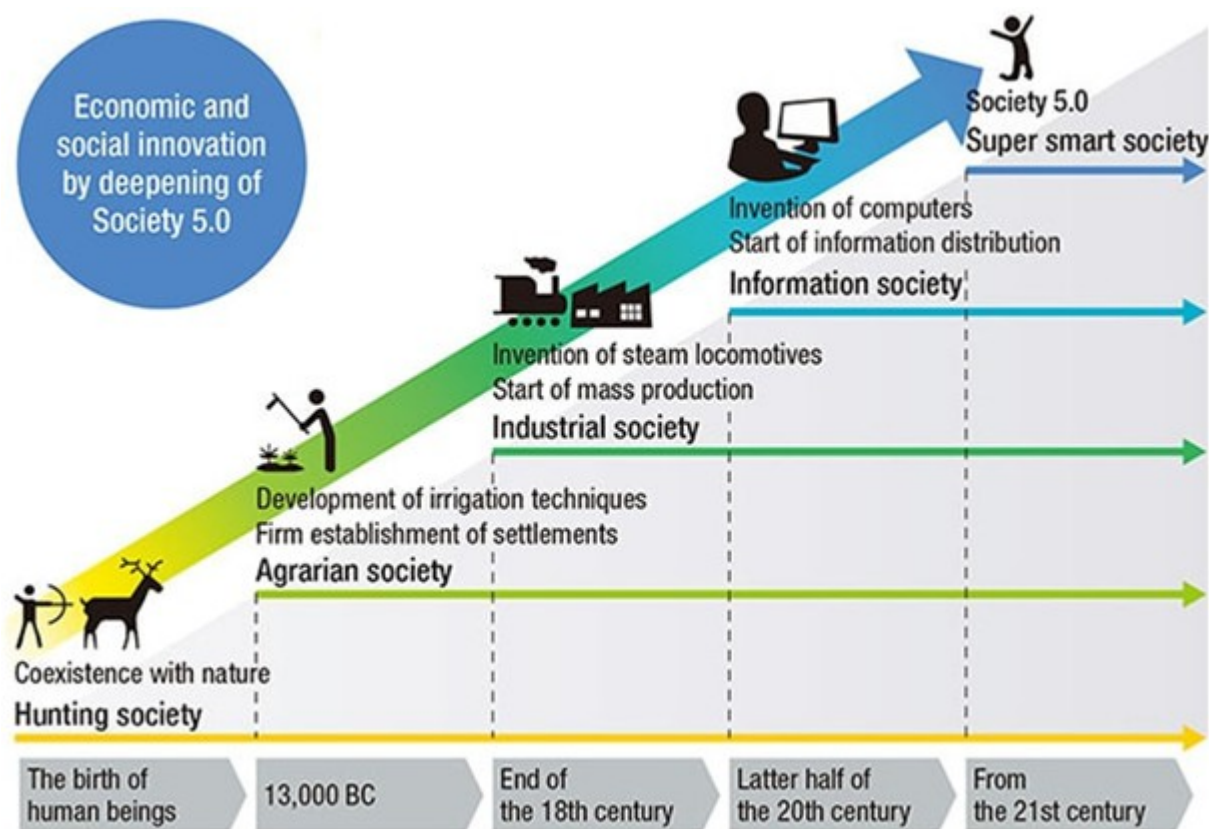
Questo termine è stato usato per la prima volta in Giappone, e non è un caso se si pensa a come la

cultura nipponica metta sempre al centro di ogni attività pervasiva la persona. Mentre le industrie europee si stanno ancora confrontando con il paradigma “Impresa 4.0” e con i cambiamenti che esso sta provocando, il Giappone supera questo concetto e investe sull’economia finalizzata al benessere della popolazione, una “**super smart Society**”, dove l’Intelligenza Artificiale s’innesta pervasivamente in sempre maggiori ambiti applicativi dell’ICT, per creare un’alta qualità della vita in cui la collaborazione tra uomo e macchina possa basarsi efficacemente su valori sia etici che economici derivanti dalla digitalizzazione.

Va infatti sottolineato come le soluzioni big data, cognitive computing, intelligenza artificiale (con conseguenti associate possibilità di *user profiling*) pongano **nuove sfide etiche** che richiedono un processo di maturazione ed evoluzione dei criteri di valutazione. Iniziative autonome di questo tipo sono quelle riferite per esempio ai giganti del web negli USA, [\*Acceptable Intelligence with Responsibility\*](#) (AIR, Giappone).

Secondo la [\*Keidanren\*](#) – la Confindustria giapponese, per intenderci – esistono **cinque diversi impedimenti che ostacolano il raggiungimento della Società super smart**: (i) difficoltà in ambito amministrativo, (ii) legali, (iii) di conoscenze in tema di digitalizzazione, (iv) di capacità delle maestranze del settore e, infine, (v) riguardanti l’accettazione da parte della popolazione. La figura di seguito illustra l’evoluzione storica del concetto di Società e posiziona questo nuovo modello così come viene interpretato in Giappone.

### Society 5.0: il nuovo modello di società promosso dal Giappone



fonte [www.euronews.com/2017/03/24/cebit-japan-s-vision-of-society-50](http://www.euronews.com/2017/03/24/cebit-japan-s-vision-of-society-50)

Anche il nostro Paese deve fare i conti con queste criticità, ma rispetto a questo nuovo paradigma, potremmo fare leva sulla cultura umanistica, vasto patrimonio della nostra comunità nazionale, tenendo presente – come ricordato nell’ambito dell’incontro AM/FM GIS Italia – la raccomandazione del *Manifesto di una Società 5.0* presentato dalla [\*Geoknowledge Foundation\*](#),

documento che invita all'azione per “contribuire alla realizzazione della *visione del nostro futuro* secondo un ideale umanistico”.

## Qualche esempio

Il motto “*dati, comune denominatore*” adottato per enfatizzare il ruolo che i dati rivestono – secondo [l'Agenzia per l'Italia Digitale \(AgID\)](#) – per chi ha il compito di definire gli strumenti operativi atti alla realizzazione degli obiettivi dell'Agenda Digitale italiana, favorendo l'innovazione e la crescita economica. “*Condivisione e divulgazione delle informazioni*”, come sintesi del contributo riguardante le attività progettuali 2018-2019 del [Centro Interregionale per i Sistemi Informatici Geografici e Statistici \(CISIS\)](#), volte a rilasciare strumenti per perseguire un'azione organica e sistemica di innovazione per una Pubblica Amministrazione *smart*. E, ancora, “*competenze prima di tutto*”, per enfatizzare cosa significhi in pratica mettere a sistema la partecipazione alla *digital transformation*.

C'è necessità di creare consapevolezza, *awareness*, rispetto ai vantaggi socio-economici dell'innovazione indotta dalla disponibilità dei dati. Esigenza da cui non può prescindere il Programma europeo [Copernicus](#), che mette a disposizione della collettività la conoscenza territoriale, con metodologie e strumenti alla portata di tutti.

Infine, riferimenti ad una cultura che superi la dicotomia “umanistica –vs- tecnico-scientifica” sono stati richiamati sia rispetto al tema dell'impiego dei *social media* per far conoscere quanto viene realizzato in diversi ambiti, sia come strumento per creare conoscenza a partire dal riuso di *open data* (Consiglio Regionale della Campania), come pure quando si affronti la comunicazione, intesa anche come creazione di un linguaggio comune strumentale al *business* e aspetto critico nelle fasi di sviluppo dei progetti, sia per le Istituzioni che per le aziende (come per esempio [ESRI Italia](#)).

## In conclusione?

È importante notare come il paradigma “**Società 5.0**” non definisca un taglio netto con il passato, ma si presenti al contrario come una sua evoluzione naturale che semplicemente sposta il *focus* dal settore produttivo (fine a se stesso) ad una sua strumentalizzazione, bilanciando i progressi economici con la soluzione di problemi sociali. Tuttavia, è il caso anche di osservare che esistono ambiti – come ad esempio quello dell'*interazione Uomo-Macchina* – in cui il concetto di partecipazione e di comunicazione hanno già assunto un ruolo più rilevante rispetto a quello rivestito inizialmente in questa disciplina (e.g. *human-centered design*). Bisogna quindi fare attenzione a non cadere nell'errore di assegnare un'etichetta di innovazione a qualcosa che stiamo semplicemente riutilizzando in modo pedissequo.

C'è poi da capire se il traguardo 4.0 sia stato effettivamente raggiunto. Ma questa è un'altra puntata.