

# QUESTO NON È UN PROMPT (È un manifesto)

20 principi per  
un'adozione  
consapevole, umana e  
strategica della  
tecnologia che sta  
cambiando il significato  
della ricerca di mercato



MILANO  
16/05/2025 - V0.8

# Questo non è un prompt. (È un manifesto)

*20 principi per un'adozione consapevole, umana e strategica della tecnologia che sta cambiando il significato della ricerca di mercato*

## Perché questo manifesto

L'intelligenza artificiale non è più una novità. È già qui. Nelle analisi, nei brief, nei fogli di lavoro. Nel panel management, nelle survey, nelle trascrizioni. Ma anche nelle nostre incertezze, nei nostri dubbi, nelle nostre aspettative.

L'AI generativa non è solo uno strumento per automatizzare task: può essere un partner creativo, un amplificatore di possibilità, un motore per esplorare. Eppure può diventare una scorciatoia, un appiattimento, un rischio per la qualità del pensiero.

Per chi fa ricerca l'AI ha oggi un **duplice impatto**:

- ci invita a ripensare i metodi, a **riscoprire il senso del nostro lavoro** e ad abitare con più coraggio lo spazio che separa il dato dalla comprensione
- ci chiede di essere, sempre più, mixologist metodologici, **capaci di integrare, contaminare, adattare**.

Questo manifesto è una **presa di posizione**, un campo visivo, un invito a una pratica più riflessiva e condivisa; non è una difesa nostalgica né una corsa entusiasta.

## I valori guida

- **Curiosità radicale**  
L'AI è uno strumento per scoprire nuovi percorsi, oltre gli schemi prevedibili.
- **Senso prima di scala**  
Scegliamo di automatizzare solo dove il significato resta integro. L'impatto è nelle connessioni che attiviamo.
- **Contaminazione metodologica**  
AI e i metodi tradizionali sono compatibili: li ibridiamo, li intrecciamo, li rinnoviamo.
- **Trasparenza operativa**  
Dichiariamo dove e come usiamo l'AI. Per rispetto verso clienti, partecipanti e colleghi.
- **Etica pragmatica**  
Consideriamo gli effetti inattesi, le ambiguità, le voci che rischiano di sparire. L'efficienza è una condizione, non un obiettivo.
- **Umanesimo tecnologico**  
L'AI non è neutra. È l'incarnazione di una strategia e vogliamo presidiarla, con i nostri dubbi, le nostre scelte, la nostra sensibilità.

## I 20 principi operativi

### 1. **La qualità è una scelta**

Fare bene ricerca significa fare scelte sulle domande, sul metodo, sulle fonti, sul senso da restituire. L'AI può generare molto, ma non distingue tra ciò che è utile e ciò che è solo corretto. La qualità è un lavoro di intenzione e coerenza: si costruisce, non si compila.

### 2. **Il rigore è una forma di cura**

Ogni analisi merita attenzione. Ogni output va verificato, rifinito, discusso. Lasciar passare un errore, un'allusione vaga, una correlazione fuori contesto denota fretta, non innovazione. L'AI può proporre, ma siamo noi a validare. E lo facciamo con cura, perché ci fidiamo del pensiero.

### 3. **Il dato è inseparabile dal contesto**

L'AI utilizza pattern, ma non coglie le sfumature culturali, emotive, storiche. Un insight senza contesto è solo una correlazione. Tocca a noi reintegrare i significati che i modelli generalizzano e, per farlo, dobbiamo studiare i mercati e la cultura che li guida.

### 4. **Empatia e intuizione sono insostituibili**

Nessun algoritmo analizza il non detto, coglie un'esitazione, sente una tensione tra le righe. Ascoltare le persone, parlare con loro, creare relazione restano competenze profondamente umane e sono la chiave del nostro approccio.

### 5. **L'AI non è neutrale**

Ogni modello riflette le scelte di chi lo ha costruito, i dati su cui è stato addestrato, le metriche che lo valutano. Dobbiamo essere consapevoli dei limiti impliciti che ogni strumento porta con sé, anche quando sembra oggettivo.

6. **I bias vanno evidenziati, non ignorati**

L'AI amplifica ciò che trova nei dati. Se quei dati sono sbilanciati, incompleti o distorti, lo saranno anche gli output. Spetta a noi diagnosticare questi errori e agire con consapevolezza, sforzandoci perché i dati siano il più rigorosi possibile.

7. **Servono nuovi pensieri, non servono scorciatoie.**

L'AI offre soluzioni rapide, ma noi non cerchiamo la via più breve: ci interessa quella che porta più lontano. La ricerca è fatta di deviazioni, complessità, domande inattese. Preferiamo tracciare nuove rotte che ripercorrere percorsi già battuti.

8. **I prompt si progettano, si testano, si condividono**

Usare bene l'AI richiede abilità nuove: scrivere prompt efficaci è una competenza strategica. Come ogni competenza, va condivisa, documentata e discussa nel team.

9. **Sperimentare è una scelta intenzionale**

Provare non significa improvvisare. Ogni test con l'AI va progettato, monitorato e valutato. Serve metodo anche nella sperimentazione, per distinguere l'intuizione dalla scorciatoia. Perché non si tratta solo di provare, ma di capire cosa impariamo mentre proviamo.

10. **La trasparenza costruisce fiducia**

Dichiarare dove entra l'AI nei nostri processi è un atto di rispetto. Per i clienti, per i colleghi, per i partecipanti. Ogni automatismo nascosto rischia di minare la relazione di fiducia.

11. **La privacy va oltre la compliance**

I dati delle persone non sono merce né materiale grezzo. Anche quando lavoriamo con l'AI, la riservatezza non è solo una norma da rispettare: è una responsabilità da comprendere e progettare.

12. **L'AI non è data. È costruita**

Gli strumenti si evolvono con l'uso, ma anche con il confronto. Siamo parte attiva dell'ecosistema tecnologico: il nostro feedback serve a orientarne l'evoluzione verso usi più consapevoli, trasparenti e utili per la ricerca.

13. **La collaborazione è la vera accelerazione**

L'AI cambia ruoli, linguaggi, abitudini. Per imparare a usarla serve un ecosistema: creare una cultura aperta e viva sulle prassi d'uso è la chiave per un'evoluzione sostenibile.

14. **Progettare una ricerca è dare forma a un modello antropologico**

La ricerca inizia prima della raccolta dei dati. Disegnare una ricerca è un atto critico e creativo. L'AI può affiancarci, ma siamo noi a decidere che visione del mondo e dell'essere umano vogliamo mettere al centro.

15. **Disconnettersi è un atto programmatico**

Disconnettersi dai flussi automatici, dal pensiero dominante, dalle risposte istantanee è una forma di resistenza e di lucidità. La ricerca passa anche per il taccuino, l'osservazione, l'appunto.

16. **Siamo responsabili di ciò che scegliamo, generiamo, diciamo**

L'AI può generare testo, ma non ne firma il contenuto. La responsabilità è nostra: di ciò che teniamo, di ciò che tagliamo, di ciò che restituiamo. Non si automatizza, non si delega, non si evita.

17. **Scegliere è parte del mestiere**

Non tutto ciò che è nuovo, è utile. Non tutto ciò che è potente, è sensato. Il nostro mestiere è anche valutare che cosa integrare, ignorare, cambiare. Questo vale per l'AI, così come per ogni altra tecnica e metodologia.

18. **La ricerca ha sempre un corpo**

L'AI è senza corpo. Le persone vivono di contenuti, ma anche di oggetti, sensazioni, sguardi, pause, gesti. Le esperienze non si raccontano soltanto: si attraversano, si sentono, si portano addosso. La ricerca non si esaurisce nei contenuti: richiede presenza, sensibilità e immersione.

19. **La generazione ha un debito**

I contenuti che l'AI propone sono costruiti sul lavoro, spesso non riconosciuto, di migliaia di autori, ricercatori, creatori, utenti. Usare l'AI in modo consapevole significa anche ricordare che ciò che generiamo porta traccia di chi non vediamo. E agire con rispetto, credito, responsabilità.

20. **L'AI non ha dubbi. Noi sì.**

L'AI risponde, la ricerca però è anche saper restare con una domanda non soddisfatta, formularne un'altra, abbandonare le convinzioni. Il dubbio è la materia prima del pensiero. Coltivarlo è ciò che ci distingue.