

INTERNET E TRASPARENZA

## Sfida all'algoritmo

**Un manifesto dei cento – tra i primi Toni Muzi Falconi, Michele Mezza e Annamaria Testa – e un sito per reagire allo strapotere dei big internettiani. “Tutti usiamo la Rete, pochi sanno come funziona: bisogna negoziare con i signori del web chiedendo trasparenza”**

**L**a battaglia contro lo strapotere delle multinazionali di Internet e delle tecnologie – i Gafa, come li chiamano i francesi, dalle iniziali di Google, Amazon, Facebook e Apple – sta per arricchirsi di un nuovo capitolo. Dopo la privacy, il diritto all'oblio, il copyright e il fisco, la querelle potrebbe estendersi anche agli algoritmi, le formule che stanno dietro a tutti i sistemi informatici e che guidano in maniera sempre più pervasiva i nostri comportamenti e le nostre esistenze. Sono algoritmi quelli che fanno funzionare i navigatori e gli altri strumenti elettronici delle auto (riuscendo a volte anche a ingannare i controlli anti inquinamento, come nel famoso caso della Volkswagen); è un algoritmo quello che al ministero dell'Istruzione decide i trasferimenti degli insegnanti, al

centro delle polemiche in questi giorni in Italia. E soprattutto sono algoritmi quelli che fanno funzionare i motori di ricerca, i siti di commercio online e i social network, influenzando sul modo in cui ci informiamo, acquistiamo e ci relazioniamo con gli altri.

Quest'estate, ad esempio, Facebook ha deciso di modificare il suo algoritmo per dare la priorità agli aggiornamenti di amici e parenti nella news feed, a scapito dei contenuti proposti dai media. Una decisione accolta con preoccupazione dagli editori, che dipendono da Facebook per una parte sempre più rilevante del traffico e che rischiano quindi di veder crollare i propri ricavi. La decisione di Facebook può avere conseguenze pesanti anche sugli utenti, riducendo la loro capacità di informarsi, di venire a contatto con opinioni diverse e rinchiudendoli dentro una sorta di bolla dove tutti la pensano allo stesso modo. Eppure né gli editori né gli utenti hanno voce in capitolo sul funzionamento dell'algoritmo: lo devono subire.

Per cercare di reagire a questo stato di cose si è creato in Italia un movimento di opinione che sta coinvolgendo intellettuali, giornalisti, comunicatori, giuristi, docenti e ricercatori, e che si sta organizzando per fare pressione sulle autorità, in particolare su quelle europee, in modo che la questione degli algoritmi venga messa all'ordine del giorno. I promotori

sono un esperto di relazioni pubbliche molto noto, Toni Muzi Falconi, già presidente della Ferpi e fondatore della società di consulenza Methodos, e un giornalista di lungo corso, Michele Mezza, tra i primi ad approfondire il tema degli algoritmi in Italia (vedi l'intervista in queste pagine).

“Siamo amici da 40 anni e abbiamo iniziato a parlarne tra di noi qualche mese fa, a scambiarci delle idee su come si possa costruire una lobby di cittadini preoccupati della prepotenza degli algoritmi”, racconta Muzi. “Poi abbiamo cercato di coinvolgere le persone interessate e all'inizio dell'estate abbiamo organizzato due incontri, uno a Roma, l'altro a Milano.

Una settantina i partecipanti, mentre altri 30 hanno dichiarato il loro interesse, pur non potendo essere presenti. Il frutto di questo lavoro iniziale sono quattro documenti in cui sono sintetizzate le prime considerazioni che abbiamo fatto tra noi e i risultati dei due incontri. Il tutto confluirà in un manifesto dei cento, che presenteremo nei prossimi giorni”.

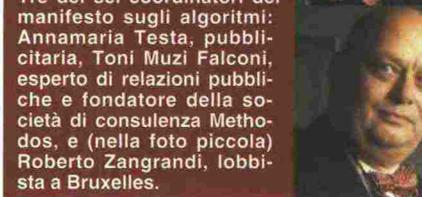
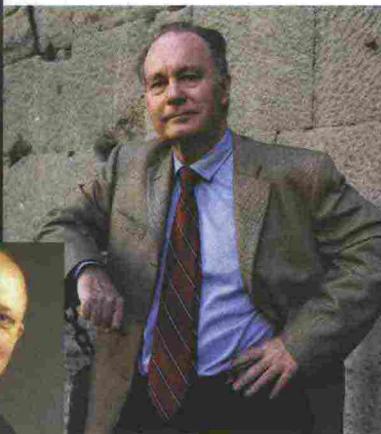
Entro la fine del mese dovrebbe partire il sito ufficiale del progetto, all'indirizzo Digidig.it, a cui si affiancherà un forum di discussione, non solo italiano ma a livello internazionale, Lacerchia.info. Nel frattempo è stato costituito un coordinamento di cui fanno parte, oltre a Muzi e Mezza, anche Biagio Carrano, fondatore della società di consulenza eastCom Consulting, con sede a Belgrado, Giampaolo Azzoni, giurista e filosofo, docente all'università di Pavia, Annamaria Testa, nota pubblicitaria, e Roberto Zangrandi, già responsabile delle relazioni istituzionali di Enel in Europa e ora capo lobbista dell'associazione europea dei distributori di energia elettrica.

“Stiamo cercando di allargare il nostro ambito di influenza, in particolare a livello europeo e a Bruxelles; oltre a Zangrandi, ho una cara amica che potrebbe darci una mano: Silvia Costa, presidente della commissione Cultura del Parlamento europeo”, prosegue Muzi. “Abbiamo riscontrato un interesse notevole per i temi che ci stanno a cuore anche da parte delle associazioni di consumatori. Tutti usiamo la Rete, tutti siamo utenti digitali, ma spesso non sappiamo cosa stiamo facendo e nessuno ce lo spiega. Serve più trasparenza, più dialogo, bisogna negoziare con i signori che controllano la Rete, per cercare di capire come funziona”.

Sono temi finora riservati a ristrette cerchie di pensatori, come il sociologo francese Dominique Cardon, autore del



Tre dei sei coordinatori del manifesto sugli algoritmi: Annamaria Testa, pubblicitaria, Toni Muzi Falconi, esperto di relazioni pubbliche e fondatore della società di consulenza Methodos, e (nella foto piccola) Roberto Zangrandi, lobbista a Bruxelles.



libro 'Che cosa sognano gli algoritmi. Le nostre vite nel tempo dei big data' (il 3 settembre scorso era ospite al Festival della Mente di Sarzana); l'olandese Geert Lovink, teorico delle culture della Rete, secondo cui siamo nell'era del 'platform capitalism', il capitalismo delle piattaforme digitali; il filosofo francese Bernard Stiegler, che ha sviluppato il concetto di 'governamentalità algoritmica'; gli psicologi americani Robert Epstein e Ronald Robertson che hanno dimostrato, sulla base di una ricerca empirica, che è possibile convincere gli elettori indecisi a votare per un certo candidato manipolando opportunamente l'algoritmo di Google (ma lo stesso vale per Facebook).

"Ora questi temi cominciano a entrare nella coscienza comune", afferma Toni Muzi. "Noi ci scambiamo tutte le segnalazioni e abbiamo già costituito una corposa raccolta di articoli sul tema: sono almeno dieci al giorno tra la stampa italiana e quella internazionale. Il *New York Times* ha dedicato diversi articoli negli ultimi mesi allo strapotere dei big di Internet e alla questione degli algoritmi. Qualche giorno fa il quotidiano ha rivelato che Google, Amazon, Facebook, Apple e Ibm hanno stipulato un accordo con studiosi di varie università e costituito una sorta di coalizione per proteggere il consumatore dai rischi a cui potrebbero portare gli sviluppi dell'intelligenza artificiale. Una notizia per certi versi paradossale (è come se Giacomo Brodolini avesse chiesto a Marchionne di fare lo statuto dei lavoratori), ma comunque importante: indica che queste aziende hanno preso coscienza del problema. Nel caso degli algoritmi ciò non è avvenuto".

Perché il tema degli algoritmi interessa in modo particolare ai comunicatori? "Noi lavoriamo per conto di aziende, enti e organizzazioni; se la nostra comunicazione sulla Rete viene gestita casualmente da altri è un grosso problema. Per effetto degli algoritmi il rapporto con il sistema dei media diventa sostanzialmente imperscrutabile. Il nostro primo obiettivo - lo dico anche come comunicatore - è di rendere consapevoli le persone, i consumatori, gli utenti, dei meccanismi di funzionamento della Rete che in gran parte non conosciamo o non comprendiamo bene".

All'interno del gruppo messo in piedi da Muzi e Mezza stanno lavorando al concetto di algoritmo e al suo funzionamento diversi esperti di primo piano, come Giorgio De Michelis, docente di informatica all'università Statale di Milano, il filosofo Giulio Giorello e Giovanni Lanzone, anch'egli filosofo oltre che consulente di marketing strategico.

Per comprendere meglio le mosse dei big di Internet, Toni Muzi ha messo al lavoro anche due suoi ex studenti al master in Public Relations della New York University: "Stanno facendo un'analisi del discorso pubblico dei cinque giganti di Internet nell'ultimo anno per cercare di capire le analogie, i temi comuni, quelli specifici a ciascuno e i pubblici diversi con cui parlano. Ci vorranno almeno tre o quattro mesi per concludere il lavoro e forse ne uscirà un libro. Racconteremo cosa dicono le cinque aziende più grandi del mondo, di cosa parlano e qual è il loro stile narrativo, il loro storytelling".

Non c'è il rischio che dietro alle critiche all'algoritmo e allo strapotere dei big della Rete ci sia un pregiudizio anti tecnologico e anti progresso? "Questo rischio c'è, l'abbiamo presente", ammette Toni Muzi. "È una delle questioni di fondo su cui ci scontriamo quotidianamente. L'algoritmo non è solo un tema culturale, ma anche ideologico e politico, e dobbiamo fare i conti con esso da tutti i punti di vista".

**Claudio Cazzola**