



"ELEZIONI 2018: La Web Reputation dei leader politici. Istruzioni per l'uso"

Maria Amata Garito
Professore Emerito di Psicotecnologie e
 Rettore dell'Università Telematica Internazionale UNINETTUNO

Sul complesso rapporto tra sfera politica, piattaforme digitali, web reputation e web analytics, aumentano sempre di più gli interventi mirati di esperti e non esperti. Le opinioni sono tante, ma per quanto riguarda le certezze bisogna guardarle con prudenza. Il Web, la più grande piazza che l'umanità abbia mai avuto, ha sempre vissuto in una sorta di "caos calmo". La distinzione tra reale e virtuale è veramente molto difficile, e la difficoltà più grande sta proprio nel fatto che negli ultimi 20 anni oltre il 50% della popolazione mondiale (quasi 4 miliardi di persone) utilizza la Rete e una grandissima parte di questa popolazione si fida delle persone online. Si condividono informazioni, dati personali, sogni, ambizioni, desideri, sentimenti. Si comunica spesso con molta più libertà di quanto non venga fatto con i propri amici faccia a faccia.

Questo mi fa molto riflettere, perché nonostante tutto il mio ottimismo, mi pongo spesso alcune domande. Ad esempio: come si può assicurare che le nuove identità digitali riflettano le identità reali? Chi difende i cittadini da questo? Perché e come cambiamo il nostro atteggiamento per ottenere la fiducia dell'altro su Web e social media rispetto a quello che facciamo nei rapporti faccia a faccia? La società reale si è mai preoccupata di dare informazioni chiare su come vengono trattati i dati che la gente è spinta ingenuamente a fornire per accedere ai servizi su Web? Quanto i cittadini devono fidarsi della web reputation?

Quanto le analisi politiche, l'uso dei Big Data, e l'utilizzo di sistemi di Intelligenza artificiale estrapolano realmente dati che rappresentano la realtà su cui costruire le reputation delle persone, o quanto queste reputation sono invece create in modo fittizio da coloro che li sanno manipolare?

Sono tutte domande che l'Università Telematica Internazionale UNINETTUNO si è posta e si pone costantemente. UNINETTUNO è nata con il Web e sin dall'inizio ha utilizzato il Web in tutte le sue funzioni, ciò è avvenuto solo grazie ai risultati di molti progetti di ricerca indirizzati ad individuare modelli per sviluppare processi di insegnamento e apprendimento in maniera critica e riflessiva. E' una ricerca che si continua a sviluppare in maniera interdisciplinare con studiosi e professori di varie facoltà, da Ingegneria, a Psicologia, a Comunicazione, perché tutti siamo convinti che per far nascere un sistema formativo sul Web è necessario individuare modelli teorici, sulla cui base costruire sia i modelli organizzativi, sia soprattutto i modelli psicopedagogici che caratterizzano gli ambienti di apprendimento di Uninettuno.



Questo desiderio per la ricerca ci ha portato ad ampliare l'offerta formativa su quelle che sono le tematiche che non possono più essere vissute senza un impegno reale nella ricerca scientifica, che analizzi non solo comportamenti e modelli di utilizzo, ma anche le conseguenze dell'uso delle tecnologie digitali nell'impatto con la società reale. Tra i corsi di laurea di nuova attivazione ricordiamo: Processi Cognitivi e Tecnologie dove si fa ricerca e si trasferiscono competenze su argomenti che spaziano dall'analisi dei dati digitali, allo studio delle dipendenze da Internet e dei fenomeni devianti come il cyberbullismo, fino alle ricerche su persuasione e influenza sui processi mentali. Queste nuove tecnologie infatti sono dei veri artefatti cognitivi, che toccano profondamente le nostre menti.

Tutti i nostri corsi di laurea sono stati riprogettati avendo come focus l'innovazione tecnologica e il suo impatto sui diversi settori, come ad esempio il Corso di Laurea in Economia Digitale, o i nuovi corsi di Laurea in Ingegneria su Big Data, Cybersecurity, Internet of Things, Cloud Computing, Industria 4.0, Green Energy o il nuovo Corso di Laurea su Beni Culturali e Memorie Digitali e quello su Scienze della Comunicazione nella società digitale.

Infine, il corso di laurea che oggi vogliamo promuovere con il Prof. Sarzana, nostro docente, e altri docenti qui presenti, è il Corso di Laurea in Diritto della Società Digitale, per il quale UNINETTUNO ha messo insieme competenze e professori provenienti dal mondo accademico ed esperti del Web.

Mai come in questo momento, lo studio dei diritti sul Web non può essere trascurato. Sono necessarie nuove regole e nuovi paradigmi di gestione, regolamentazione, organizzazione dei nuovi spazi sociali digitali nel rispetto di libertà e dei diritti individuali.

L'obiettivo quindi di questo nostro incontro, che vede come relatori personaggi che vivono all'interno della Rete e che sono qualificati come esperti dei temi appena sollevati, è quello di creare una riflessione collegiale sul valore delle competenze che le nuove professioni realmente richiedono, competenze che si acquisiscono con la dura fatica dello studio e della ricerca.

Non dobbiamo dimenticare che la fascia di popolazione che maggiormente si fa condizionare nelle proprie scelte dalle informazioni acquisite sui social media è quella dei più giovani. Il 60% degli under 30 italiani dichiara di utilizzare Facebook come fonte di informazione sulle principali tematiche politiche e sociali, e pertanto considera la web reputation di un politico uno strumento fondamentale per scegliere cosa votare.

Il concetto di "scelta" è per me un punto chiave. Per me le scelte di ogni individuo sono o quantomeno devono essere scelte consapevoli, basate su una reale conoscenza dei fatti; e non meccanismi innescati per induzione da strategie dettate da esperti che conoscono bene sia il Web che i modelli che più possono portare ad avere successo ad una persona sul Web. Meccanismi questi che stimolano anche strategie poco trasparenti, al limite della moralità e dell'onestà, al solo



scopo di trarre o far trarre un beneficio personale a una persona indipendentemente da meriti e reali valori della stessa.

Per introdurre le relazioni dei due esperti di tecnologie di comunicazione e in particolare di reputazione su web e social media che animeranno questo incontro di oggi, ho intrapreso io stessa una ricerca su questi temi, per avere un quadro di metodologie, tecniche, variabili utilizzate per misurare queste dimensioni.

Una delle cose che più mi ha colpito in questa mia ricerca è che i report che ho analizzato, pur avendo a disposizione tecnologie avanzate come Big Data Analysis, Intelligenza Artificiale, Machine learning, e utilizzando le stesse variabili per determinare la reputazione Web dei personaggi politici, dell'impresa, dello sport o dello spettacolo analizzati, dal numero di contatti (*reach*) alla capacità di innescare e gestire livello di interazione con gli utenti (*engagement*), fino alla connotazione positiva o negativa delle stesse interazioni (*sentiment analysis*), portino a risultati molto diversi.

Un esempio per tutti: se il rapporto "Reputation Manager 2018" presentato poche settimane fa consegna la leadership della web reputation in campo business a Marchionne, il report "iLeader" pubblicato da DOING e AGI sempre solo due mesi fa non solo incorona Stefano Gabbana tra i Business Leader, ma non include Marchionne neanche nella Top Ten.

Nonostante queste evidenti incongruenze, avvicinarmi a questo tipo di analisi è qualcosa che mi incuriosisce molto; da sempre mi occupo di tecnologie legate all'apprendimento, ma il cambio di paradigma che la contemporaneità impone è quello di considerare le nuove tecnologie non degli strumenti di supporto limitati a determinati ambiti (educazione, lavoro, tempo libero), ma come qualcosa che condiziona tutte le scelte della nostra vita.

Tutto questo rappresenta per me, e dovrebbe rappresentare per la comunità accademica e non solo, uno stimolo ad analizzare, a studiare meglio, a capire i fenomeni. Anche perché quello che sta succedendo lo ritengo molto grave; si è oramai concretizzata una società parallela, nata senza regole, che sta sconvolgendo le regole costitutive e i valori che sono stati fondanti per tutti i gruppi sociali e le società che hanno caratterizzato la storia dell'uomo. Più approfondisco la conoscenza del Web, invece, più mi convinco che alcuni valori non contano più; cosa che abbiamo sperimentato, come Università, sulla nostra stessa pelle, diventando a nostra volta vittima di comportamenti che dimostrano disonestà e immoralità su Web.

Quelli che vedete nelle slides sono i dati relativi al numero di video di proprietà di UNINETTUNO caricati su YouTube, violando il diritto d'autore, da centinaia di profili utente - naturalmente anonimi. 7000 video, per oltre 11 milioni di visualizzazioni totali.

Interi corsi caricati, alcuni di questi che vanno ampiamente sopra il mezzo milione di visualizzazioni singole. Ma non solo. Su questi contenuti caricati illegalmente, sono state associate pubblicità, spot e banner da oltre 150 inserzionisti diversi, alcuni dei quali multinazionali e marchi prestigiosi, da Warner Bros a Sony a Jaguar a Louis Vuitton.



Queste azioni portano poi altri effetti a catena che sarebbero paradossali se non portassero anche a un danno economico per l'ateneo. Da un lato, c'è il paradosso di trovare su propri video di corsi universitari caricati, violando il diritto d'autore da utenti anonimi, gli spot promozionali di altri, meno prestigiosi e magari con meno scrupoli, atenei nazionali e internazionali. Dall'altro, troviamo gli utenti che commentano ringraziando chi ha caricato illegalmente le videolezioni e chiedendo altri titoli di videocorsi da caricare.

Un secondo messaggio che voglio lanciare riguarda il rischio che corrono le giovani e giovanissime generazioni. Non voglio che i giovani si convincano che sia sufficiente avere una buona "reputation" sul Web per poter effettivamente diventare qualcuno, e purtroppo oramai sono moltissime le aziende a livello globale che chiedono nei Curriculum la reputazione su Web. Profetico e inquietante è l'episodio "Caduta Libera" della serie Black Mirror, in cui l'ossessione per la propria reputation conquistata e misurata a base di like in tempo reale condiziona la protagonista fino a farla crollare psicologicamente e a farla incarcerare.

Il terzo esempio di deriva che vi porto è di nuovo in ambito universitario; tutti voi conoscerete i MOOC, Massive Open Online Courses, lanciati nel 2011 dai colossi universitari statunitensi come nuova frontiera della democratizzazione dell'accesso al sapere, e poi ridimensionati nel tempo e riportati a un'offerta minore di formazione online a pagamento, anche se su larga scala. Quando i MOOC erano al picco di notorietà internazionale, Stanford con Coursera, ma anche MIT e Harvard con il loro edX, reclutavano milioni di iscritti ai corsi offerti. Già ai tempi erano noti i tassi di abbandono che arrivavano al 95% per ogni corso, ma rimanevano comunque problemi didattici e organizzativi.

Nel 2012 Daphne Koller, l'ideatrice di Coursera, alla domanda su "Come si fa a valutare il lavoro di 100mila studenti se non si hanno a disposizione 10mila assistenti?" dichiarava apertamente: "Farlo fare alla tecnologia e agli studenti. La soluzione che abbiamo adottato è la valutazione tra compagni di studi". Stavano promuovendo l'"Università del like", in cui lo studente più popolare tra i compagni diventa quello con le valutazioni migliori, indipendentemente dal livello di apprendimento e di competenza effettivamente raggiunto.

Mai come in questo momento storico è importante che a livello globale i politici prendano coscienza, così come in ritardo hanno preso coscienza dei problemi ambientali quando sono diventati un rischio su scala globale, dei problemi della Rete e della pseudo-libertà della Rete. Una libertà fittizia se, come è vero, porta anche sofferenze enormi, con esiti a volte terribili, soprattutto a persone più deboli come classe sociali e in generale più indifese. Senza portare esempi specifici sono fenomeni che riscontriamo ogni giorno nelle cronache nazionali e internazionali.

Per me e tutto il mio gruppo di ricerca e di lavoro c'è rammarico; sul Web sta nascendo una società in cui i parametri con cui si costruiscono i meccanismi di consenso hanno molto spesso l'obiettivo di sviluppare un'accettazione passiva delle informazioni ricevute, e non una riflessione e un'elaborazione critica delle scelte dei cittadini. Purtroppo i miei timori trovano riscontro nelle



parole espresse da Tim Berners Lee, il padre del Web, in una recente intervista concessa al Guardian- Sul Futuro del Web -IL Sistema sta fallendo :

"Oggi giorno le persone sono manipolate da intelligenze artificiali molto ben addestrate che sanno come distrarle. [...] Il sistema sta fallendo. Le entrate pubblicitarie funzionano attraverso meccanismi attira-click che di certo non perseguono l'obiettivo di aiutare l'umanità a promuovere la verità e la democrazia. Quindi, io sono preoccupato".

E a questa preoccupazione, dichiarata dal padre del Web, vorrei che gli esperti e costruttori di Web reputation qui presenti, il prof. Sarzana e il dr. Flora, ci dessero delle risposte.