

Son grossi dati, servon grossi diritti.

Daniele Salvini

2018

Contents

0.1	Introduzione	1
0.2	Solo chi detiene i mezzi di produzione ha il potere di raccogliere ed elaborare i dati	2
0.3	È una questione di diritti (Big Rights)	3
0.4	È vero perché l'ha detto l'algoritmo	4
0.5	Distopia storica e futuribile	6
0.6	Atto simbolico e sacrificio	7
	Bibliografia	8

0.1 Introduzione

Una mattina, ti sei svegliato, [ciao Bella] e hai trovato la bigliettazione elettronica. Al grande incrocio dei dati tenuto dallo scrutatore centrale risulta che il 27 novembre alle 10.15 stavi prendendo la metro a Centrale e sei uscito alle 10.40 a Porta Genova. Secondo il tuo gestore di telefonia mobile invece eri al lavoro come al solito. Hai una spiegazione per questo? Te lo chiede accigliato il controllore d'identità. Non ci sono molte scappatoie a parte ammettere di aver prestato il tuo tesserino ATM a qualcuno. Magari a suo figlio? Incalza il funzionario. La delazione ridurrà la pena prevista per aver tentato di eludere il benevolente controllo del grande bigliettaio. Le Stelle ti guardano, comprensive, in attesa di una giustificazione.

0.2 Solo chi detiene i mezzi di produzione ha il potere di raccogliere ed elaborare i dati

Noi convinti che la trasparenza ci avrebbe salvato, che avere tanti dati ci avrebbe dato eguaglianza e più democrazia, ci sbagliavamo. Credevamo che la rete avrebbe portato più diritti e meno sfighe e ci sbagliavamo. Siamo una bella schiatta di creduloni e mi scuso con chi legge se non si sente chiamato in causa perché meglio informato.

In questo momento storico l'abbondanza di dati personali, concessi, strappati, anonimizzati, de-anonimizzati¹ e correlati, oltre a causare la fine del lavoro del data entry, evidenzia come solo chi è in possesso di grossi mezzi può permettersi di analizzare quei dati e ricavarne un senso. Questo non significa che i dati non siano utili, ma almeno allo stato attuale delle cose, la loro utilità non è accessibile a tutti. Prima dei telefonini con dentro il Social i dati dovevano essere ottenuti, con le buone (opt-in) o con le cattive (opt-out) e riversati a manina (data entry) nella macchina. Ora la macchina stessa si occupa di raccogliarli in quantità esuberante. Tutti abbiamo in tasca un calcolatore e trasmettitore con le antenne drizzate verso il cielo, comunicante coi suoi simili ma soprattutto con il grande scrutatore centrale (Zappa 1979). Diversi gestori “donano” connettività e servizi, anche ad esempio in forma di Cloud, ma tutti raccolgono dati. Nessun umano legge gli oscuri ToS (Termini di Servizio) e le EULA (Accordo di Licenza con l'Utente Finale), anche perché non accettarli significa non poter usufruire del servizio ed essere tagliati fuori. È circa dal 1999 che lo spazio su disco, grazie all'abbassamento dei costi di produzione della tecnologia, non è un plus e non si butta via nulla per fare spazio. Certo non lo fa chi dai dati trae vantaggio e profitto. I dati sono il petrolio del nuovo millennio e la loro estrazione è legata alla produzione e delegata alle scatolette connesse: cellulari, router, telecamere e robot pulisci-pavimenti². Inoltre noi stessi immettiamo volontariamente in rete dati personali, spesso senza tener conto che stiamo usando una piattaforma, come ad esempio la rete sociale monopolista Facebook, creata allo scopo stesso di raccogliere dati. (Ippolita 2012)

Big data: dati individuali e personali, industriali, settoriali, semplicemente

¹la de-anonimizzazione è una strategia usata nella raccolta dati: i dati anonimi vengono incrociati con altre fonti per ricostruire l'identità correlata.

²un particolare robot pulisci-pavimenti, il Roomba, raccoglie dati sulle dimensioni della casa e sulla posizione dei mobili. Questo lo aiuta a evitare il divano, ma può anche condividere questi dati con Amazon, Apple o Google. New York Times, 25 luglio 2017.

tanti, duplicabili, barattabili, incrociabili e comperabili. E con loro i metadati, cioè dati che rimandano al dato stesso. Ad esempio in una intercettazione telefonica il dato è la registrazione audio, i metadati sono: l'orario in cui è avvenuta, il numero di telefono, la posizione geografica o la durata. Mentre il dato richiede di essere interpretato da un essere umano, il quale deve ascoltare la registrazione per capire e attribuirne un valore e questo ha un costo in termini di tempo e competenze, il metadato invece è sempre utilizzabile dalla macchina. Viene generato dalle macchine ed usato dalle macchine, quindi sorveglianza e la capitalizzazione dei metadati scalano molto più in fretta (Agosti 2017). Da quando le macchine con cui dialoghiamo raccolgono informazioni sulle nostre persone, i dati in possesso dei padroni sono davvero tanti e sono molto più che una semplice somma.

0.3 È una questione di diritti (Big Rights)

La cessione delle informazioni riguardanti la persona è una scelta personale, o almeno dovrebbe decisamente esserlo. Cedere i propri dati significa cedere alcuni diritti e dovrebbe essere una scelta consapevole. Le informazioni hanno un valore economico e vengono commerciate malgrado le persone non ne abbiano la percezione. Gli utenti vengono considerati dei meri consumatori dai quali estrarre i dati per usarli o rivenderli, sono essi stessi la merce. I dati correlati all'individuo sono considerati in linguaggio economico una commodity, una merce che si possiede, ma siccome ci descrive, si può utilizzare solo come bene di scambio e senza poterla monetizzare. Non si possono infatti vendere i propri dati, ma si possono cedere in cambio di un servizio a chi invece saprà rivenderli. Un rapporto asimmetrico dove l'individuo non può percepire e quantificare il valore, in quanto i dati, come le bottiglie di vetro usate, sono mercificabili solo in grosse quantità e solo quando vengono lavorati, ma non singolarmente. Un esempio di lavorazione è il processo di anonimizzazione dei dati per trasformare un dato personale, tutelato dalla legge sulla privacy, a dato vendibile sul mercato. Le leggi sulla privacy sono per definizione obsolete in quanto impossibilitate a precedere l'innovazione. Solo chi possiede i mezzi per raccogliere e lavorare i dati in grosse quantità può monetizzarli. Quantificare il valore del dato personale non è impossibile, proviamoci. Quando nel 2014 Facebook ha comperato WhatsApp per 19 miliardi di dollari, di cui 4 in contanti, non ha certo pagato una cifra del genere per un software, ma ha acquistato i dati appartenenti a 400 milioni di utenti. Convertendo

la cifra in euro e dividendola per il numero degli utenti otteniamo che circa 40 euro per persona è il valore assegnato ai dati, ma nemmeno una parte di quel denaro è finito nelle tasche degli utenti e WhatsApp non ha neanche offerto loro un caffè. Spetta all'individuo decidere come gestire i propri dati, anche collettivamente. Dare un valore monetario ai dati può servire a formare coscienza del diritto alla privacy, il quale non è solo il diritto a stare da soli, ma la tutela dell'integrità dei dati che compongono la persona in rete. Di fronte all'obsolescenza delle leggi l'approccio non può essere puramente di tipo legislativo (L. Bolognini 2010), occorre andare verso un tipo di etica dell'informazione che consideri l'individuo come agente libero e responsabile, portatore di un pacchetto di informazioni di cui va salvaguardata l'integrità, non solo la proprietà, e che sia questo approccio etico a guidarci nelle scelte future.

A Big Data si risponde con Big Rights. È una questione politica e non solo economica.

0.4 È vero perché l'ha detto l'algoritmo

Non basta parlare di dati, i dati vanno a male. Se non sono freschi non hanno utilità commerciale, dunque non necessariamente chi ha molti dati ha automaticamente molto potere. Ha molto potere chi ha la possibilità di avere dati sempre aggiornati. Ha potere chi ha la possibilità di elaborare dati freschi. Le modalità di analisi dei dati chiamano in causa gli algoritmi, ossia calcoli finiti che hanno lo scopo di trarre conclusioni. Possiamo paragonare l'algoritmo a una ricetta, la quale è un insieme di istruzioni finite che ha lo scopo di ottenere una pietanza. Una ricetta, come un algoritmo, potrebbe essere segreta e non è detto che dal piatto finale si possa ricostruirla a ritroso. Potrebbe nutrire mentre soddisfa il palato o far morire gonfi. Inoltre servono la cucina, i fuochi e le conoscenze per seguire una ricetta. Infine naturalmente servono gli ingredienti freschi. Serve anche un cuoco, il quale ha opinioni, gusti e umori. La ricetta non è neutrale, come non lo è l'algoritmo. Dipende da cosa si cerca o si vuole ottenere. Sappiamo che la statistica non è neutra e può essere piegata ad interessi particolari, ad esempio il modo in cui viene presentata l'informazione contiene già un giudizio, un punto di vista e probabilmente anche un obiettivo. Sappiamo anche che l'osservazione influenza il dato osservato, ma restiamo ancora convinti che più sono i dati più ci si avvicina ad una bella media statistica, come se la media fosse la verità.

La società industriale moderna si è vantata di poter calcolare tutto, anche i rischi e di conseguenza bilanciare le risposte. Un algoritmo applicato ai dati del traffico di una città potrà rispondere alla domanda di quante automobili passano al giorno per una strada, ma anche di quante ne passeranno domani, facendo una previsione che potrebbe avverarsi o anche no. Non esiste una relazione tra volume dei dati e verità dell'algoritmo, esistono algoritmi belli e brutti, algoritmi discriminatori e algoritmi collusivi, ad esempio questi ultimi sono quelli che permettono a due aziende concorrenti di allineare i prezzi.

L'assunto che qualcosa sia -giusto- perché l'ha detto l'algoritmo non è cosa nuova. Andando a ritroso possiamo ricordare come ci sia stato un tempo in cui era giusto perché lo diceva il calcolatore. Ricordo impiegati di compagnie aeree storditi dall'incongruenza tra i dati fisici e quelli stampati a schermo. Lei mostra un biglietto stampato dalla mia compagnia con su scritta la data di oggi, ma il computer dice domani ..Se lo dice il Pc, come contraddire? Ho visto gente girare a destra perché glielo indicava Google Maps, malgrado l'evidente cartello stradale dicesse: a sinistra. Prima ancora è stato vero perché lo diceva la radio, o perché era scritto. Immagino che in origine qualcosa sia stato vero perché era stato detto. Ad alta voce, ascoltato, indicando l'intento, coralmemente. È stato anche vero perché l'ha detto la Tv, poi lo ha detto la rete, lo dicono tutti, l'ha detto l'esperto, lo dice l'algoritmo.

Ma non è detto che ci sia sincera buona fede da parte di chi possiede i dati e pretende di usarli per avere ragione. Possiamo parlare di algoritmo populista, quando le misure ricavate dall'analisi dei dati vengono presentate come risolutive, mentre in realtà sostengono il modello di vita in forma ideologica neoliberista. L'algoritmo populista è specializzato nell'intrattenere il pubblico pagante (il quale paga cedendo i suoi dati) con questioni su cui possa adeguatamente dividersi, mentre le questioni dello stato dell'organizzazione e sul funzionamento dell'algoritmo stesso non vengono svelate né discusse, ad esempio quando un algoritmo prevede i risultati elettorali o quando decide di chiudere una biblioteca perché poco frequentata. Chiamiamo neoliberismo o postmoderno, in mancanza di una definizione migliore, il tempo successivo all'avvento della società dell'informazione (Bell 1973), il quale non ha prodotto nessuna New Economy, la quale presuppone l'esistenza di nuovi prodotti e nuovi processi di produzione. L'unico nuovo prodotto degli ultimi 20 anni è il telefonino, poco rispetto al secolo scorso che ha visto nascere Tv, lavatrice, antibiotici, penne a sfera, il Personal computer e la stessa internet. L'economia mondiale si basa ancora sul container, decisamente uno strumento low tech che appartiene alla vecchia economy (Laurence Reynolds 2016). Non c'è

nessuna new economy ma solo una diversa dinamica di accumulazione, la scienza diventa merce tramite l'uso dei brevetti e della proprietà intellettuale. L'Economia basata sulla conoscenza, o Sfruttamento del general intellect, o Capitalismo cognitivo (Bernard Paulré 2002) non si basa più sulla produzione e scambio di beni materiali, ma sulle rendite tecnologiche. I Big data li possono raccogliere solo i grandi giocatori, la loro interpretazione attraverso gli algoritmi è patrimonio di chi ha i mezzi per farlo, inoltre i Big data ben si prestano a rappresentare una rendita e altrettanto bene a giocare alle bolle, alla finanziarizzazione attraverso futures e derivati. Ecco, abbiamo qui l'algoritmo speculativo, qualcuno potrà investire - o meglio scommettere - sulla realizzazione delle sue previsioni e quotarle in borsa, naturalmente usando un algoritmo.

0.5 Distopia storica e futuribile

Sui casi pratici o “delle conseguenze dell'algoritmo” è ancora tutto da vedere: un Comune potrà raccogliere le targhe delle automobili che passano sotto le sue telecamere e incrociare questi dati con quelli delle polizze assicurative, scoprendo quali automobili viaggiano senza assicurazione e usare questa informazione per informare i suoi cittadini: “Ehi, la sua assicurazione ci risulta in scadenza, presto provveda” oppure potrà aspettare il sedicesimo giorno dalla scadenza per multare. Un entità di controllo governativa potrà usare i dati del traffico telefonico per fare teoremi. I Social network, in particolare quello monopolista, sono in grado di monitorare la salute degli utenti basandosi sul loro status update, la frequenza e il luogo di connessione. Possono determinare se un utente è un alcolista basandosi sulle foto e sui messaggi che manda ai suoi amici, calcolare la vita sessuale di una persona e aggiustare le pubblicità basandosi su questi numeri. Chi raccoglie dati può addirittura prevedere quando qualcuno sarà malato una settimana prima che avvenga. Constatando che l'utente controlla via telefono il suo account meno frequentemente del solito dalla palestra, che si collega più frequentemente di notte e ha dunque il sonno disturbato, e naturalmente attraverso le sue dichiarazioni su quanto è stressato. Tra una settimana l'utente sarà probabilmente malato, un'informazione cui sarà interessato il padrone, e Facebook ne era a conoscenza ancora prima che si siano verificati i primi sintomi. Facebook ha tutti gli elementi per costruire un'accurata tavola di mortalità dei suoi utenti. Cosa che non è invece alla portata degli utenti stessi. Conosce i dettagli sulla vita di circa un miliardo

di persone. Conoscere gli individui meglio di quanto conoscano sé stessi è un formidabile mezzo di controllo (Noam Chomsky 1988). Le informazioni sono convertibili in denaro per chi ha i mezzi per processarle e venderle. I compratori ci sono: le assicurazioni per decidere una rata, i datori di lavoro per decidere un'assunzione, le banche per decidere un prestito.

0.6 Atto simbolico e sacrificio

Alla domanda: Perché svendiamo con tanta facilità la nostra privacy e si donino con un click i nostri dati in cambio di una promozione, un servizio o una fetta di pizza, si può tentare di dare una risposta. Certo, non è che si abbia davvero una scelta. Il servizio è comodo: *Datemi convenienza o datemi morte!*³ C'è l'ampio parcheggio e si diventa in fretta dipendenti. I servizi social colmano vuoti esistenziali e di gestione del tempo, sono anche intrattenimento, ma ci dev'essere dell'altro. Ho cominciato a pensare che la cessione della privacy avvenga come azione collettiva per consolidare il legame sociale. Ha detto l'antropologo René Girard che noi pratichiamo ancora sacrifici umani, il sacrificio rafforza il legame sociale, come il pharmakon dell'antica Roma, un luogo dove noi proiettiamo gli impulsi distruttivi. Nel nostro tempo il sacrificio è rappresentato dalla cessione della nostra privacy, in maniera collettiva ed entusiastica. Quasi un gesto apotropaico.

Per prevenire un attacco terroristico, per trovare lavoro, per tenere stretti gli amici e per favorire l'esistenza di un governo onesto, come se la trasparenza richiesta a questo scopo fosse quella dei governati e non quella dei governanti. Naturalmente la perdita di privacy non porta direttamente questi vantaggi, e anche se un algoritmo predittivo dirà che è così, di sicuro c'è solo la perdita dei dati e dei diritti. Non si mette in prigione un reo per punirlo, ma per rinsaldare il legame sociale (Durkheim 1893). Potremmo trovare modi più intelligenti per rinsaldare il legame sociale, ad esempio con la solidarietà e sviluppando una coscienza di classe, meglio che un senso di colpa collettivo. Molte azioni che potrebbero sembrare ingenui, come dire in rete che si lascerà la casa incustodita durante le vacanze, hanno evidentemente solo la valenza simbolica, quella di mostrarsi trasparenti, innocui tra pari e parte della collettività. La

³Give Me Convenience or Give Me Death è il titolo di un album del gruppo punk Dead Kennedys, 1987. Si tratta di una parafrasi del famoso discorso: "Give me liberty, or give me death" (Datemi libertà o datemi morte) attribuito al rivoluzionario americano Patrick Henry, 1736-1799.

perdita dei dati non è valutata come una perdita di libertà, in quanto la nostra libertà oggi è concepita solo in senso di incolumità, nel modello neoliberista ad esempio l'insicurezza di tipo economico non viene valutata. Se perdo il lavoro è una cosa che capita e non riguarda la sfera politica della libertà. Eppure i dati sono importanti. L'individuo in rete è rappresentato dai suoi dati (Rodotà 2014), l'insieme di questi dati compone l'identità digitale di una persona. Le conseguenze del controllo sono visibili sul corpo. Un danno ai dati, una lacerazione come ad esempio l'essere bandito da un social network, fa star male e dunque si ripercuote sul corpo della persona. Quando parliamo di privacy parliamo di diritti civili in rete, quando parliamo di dati personali questi non sono solo una merce, ma sono la rappresentazione dell'individuo in rete. Sparpagliare quei dati può nuocere all'individuo e i Big data sono i dati di tanti individui. Quando parliamo di Big Data parliamo di diritti. Qui ci vuole una bella "Big Class Conscience". È una questione politica.

Bibliografia

- Agosti, Claudio. 2017. "Facebook Tracking Exposed." <https://facebook.tracking.exposed/>.
- Bell, Daniel. 1973. *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books.
- Bernard Paulré, Carlo Vercellone, Antonella Corsani. 2002. *Le Capitalisme Cognitif Comme Sortie de La Crise Du Capitalisme Industriel*. Paris: Matisse/CNRS Document, Université Paris-1.
- Durkheim, Émile. 1893. *De La Division Du Travail Social*.
- Ippolita. 2012. *Nell'acquario Di Facebook*. Milano: Ledizioni.
- L. Bolognini, P. Paganini, D. Fulco. 2010. *Next Privacy*. Milano: ETAS.
- Laurence Reynolds, Bronislaw Szerszynski. 2016. *Neoliberismo E Tecnologia: Innovazione Permanente O Crisi Permanente?* Milano: Colibri Edizioni.
- Noam Chomsky, Edward S. Herman. 1988. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Rodotà, Stefano. 2014. *Il Mondo Nella Rete. Quali I Diritti, Quali I Vincoli*. Laterza.
- Zappa, Frank. 1979. *Joe's Garage*. Zappa Records.