



Anno XVII

Numero 190 Febbraio 2022

<https://www.faronotizie.it>

UN TIRANNO DI NOME ALGORITMO

Editoriale del direttore Giorgio Rinaldi

Da tempo, si sente sempre più spesso parlare di algoritmi.

C'è chi ne esalta, estasiato, le mirabolanti capacità.

Chi lo teme come una iattura che ci farà precipitare tutti nella trappola, tesa dal “grande fratello”, del controllo totale delle persone.

Qualcuno ne dice senza sapere bene di cosa si tratta.

In una quotidianità sempre più ostaggio di sistemi informatici, dove il *web* la fa da padrone, forse bisognerebbe occuparsi un po' di più degli algoritmi e anche il nostro legislatore dovrebbe fare la sua parte.

Ma, al momento, questo fenomeno è per lo più sottovalutato un po' da tutti.

In genere, ci viene il dubbio che qualcuno ci stia “spiando” quando sui nostri telefonini, per esempio, appaiono delle informazioni sulla pizzeria nella quale poco prima avevamo pensato con gli amici di recarci.

Oppure, dopo aver deciso di comprare un tale prodotto e averne visto qualcuno su un qualsiasi sito internet, subito dopo il nostro computer è stato invaso da offerte di prodotti identici.

Tutti noi, indistintamente, siamo bersaglio degli algoritmi, anzi, per essere più precisi, siamo l'obiettivo di chi usa questo strumento per un tornaconto preciso.



La cosa più paradossale è che le prime “vittime” degli algoritmi sono i cosiddetti “complotisti”, che gli algoritmi nutrono ed alimentano, e loro, che vedono congiure in ogni dove, non se ne rendono conto.

Cerchiamo di fare un po’ di chiarezza, tenendo in evidenza la sintesi che impongono queste poche pagine.

Innanzitutto, cerchiamo di definire l’algoritmo: è semplicemente una procedura di calcolo utile a risolvere un problema più o meno complesso.

E’ conosciuto da almeno 2.400 anni; Eudosso di Cnido ne faceva uso già nel 375 a.c., anche se il più conosciuto è quello di Euclide che risale al 300 a.c. circa; il nome deriva dalla latinizzazione di quello del matematico persiano Al- Khwarizmi.

Per semplificare, all’algoritmo viene impartita una sequenza precisa di ordini che poi elabora in base ad indizi provenienti dall’oggetto che è stato individuato.

In campo commerciale, ad esempio, viene individuato un *target* di potenziali acquirenti di un dato prodotto ai quali vengono inviati, in modo selettivo, dei messaggi precisi al fine di indurli a comprare quanto viene offerto e magnificato dal venditore.

Oggi, con l’uso sfrenato dei cosiddetti “social media”, non solo i commercianti fanno festa tutti i giorni per i lucrosi affari che quella sterminata



clientela assicura, ma anche chi intende influenzare gruppi di persone, grandi o piccoli, a fini politici, elettorali, sociali, finanziari, economici etc. etc.

Vediamo come funziona in diverse situazioni.

Abbiamo un problema con la nostra linea telefonica, con internet o con una bolletta; chiamiamo l'ufficio reclami della nostra compagnia; l'addetto al momento di rispondere ha già un quadro abbastanza attendibile della nostra personalità che un algoritmo gli ha fornito subito dopo avere introitato il numero dal quale chiamiamo o dopo aver fornito all'operatore i nostri dati, così potrà risponderti in modo adeguato a seconda se sei irascibile, arrendevole, ostinato, accomodante, irremovibile e via dicendo.

Vogliamo acquistare un biglietto aereo, ferroviario o una polizza assicurativa; l'algoritmo è programmato per analizzare la tua capacità di spesa (tipologia di acquisti fatti in precedenza sul web, attività lavorativa, *hobby*, orario di acquisto –se in orario di lavoro o notte-, giorno di contatto –se festivo o lavorativo-, siti *web* visitati ed altre informazioni che tu, incautamente, hai fornito nel tempo). Elaborate tali informazioni, ti verrà offerto un prezzo d'acquisto che, però, se non ti affretti a bloccare, varierà anche solo dopo qualche minuto perché, nel frattempo, muterà uno o più dato riferito all'orario di inserimento della prenotazione.

Abbiamo in animo di influenzare una campagna elettorale?



Predisponiamo, innanzitutto, un algoritmo che invii (i cosiddetti *like*, i “mi piace”, sono un catalizzatore perfetto per estendere, in progressione geometrica, la base dei destinatari) ad un pubblico sempre crescente dei messaggi falsi, denigratori dei propri nemici politici.

Poi, l’algoritmo inonderà i social di notizie esaltanti le capacità del candidato e tutto quanto ruota attorno alle sue idee.

Contemporaneamente, chiediamo contributi economici, indicando un chiaro IBAN, per la nostra causa che sarà sempre più vincente se si opporrà ad un qualunque potere istituzionale (la propensione alla ribellione è un pilastro di tutti i movimenti che si oppongono all’Ordine Costituito e versare un contributo costituisce un forte legame tra i neofiti, oltre a rendere ricchi gli ideatori).

Ma, come è possibile tutto ciò?

Vediamo alcune ipotesi.

Chi frequenta i “social” percepisce la rete internet come un recinto all’interno del quale si può dire di tutto, ignorando completamente ciò che succede all’esterno.

Un po’ quello che accade a chi litiga all’interno di una tenda e immagina che all’esterno nessuno senta.

La sensazione è di essere in una sorta di camera blindata perché l’algoritmo ti bombarda di messaggi che sono in linea con il tuo modo di essere e di pensare e



i tuoi messaggi vengono rilanciati ad altre persone simili a te, così alla fine tu ritieni che tutti siano del tuo stesso pensiero e hanno tutti le tue medesime idee. L'algoritmo ti dà l'illusione di essere in contatto con moltissima gente e di conoscere moltissime persone alla quali proietti la tua personalità ottenendone un apparente consenso sociale che, però, finisce per farti isolare dal contesto reale.

Tutto questo è possibile perché l'utilizzatore dei social suggerisce, inconsapevolmente, all'algoritmo tutti gli aspetti personali: data e luogo di nascita, di residenza, scuole frequentate, film, spettacoli televisivi e libri preferiti, cantanti, attori, luoghi di vacanze, amici...

Un mare di dati che l'algoritmo elabora e sintetizza per inviare dei messaggi mirati a tutti quelli appartenenti ad un dato *target* omogeneo.

I *like* sui messaggi vengono rilanciati e la platea aumenta.

L'algoritmo pian piano passa dall'influencare le persone all'acquisto di un oggetto o ad abbracciare un dato progetto, all'indicare al committente la costruzione di un oggetto o di un progetto fatto su misura per un *target* di persone.

Da non sottovalutare, però, l'aiuto che gli algoritmi danno nella lotta alla criminalità, al terrorismo, alla fame nel mondo, all'inquinamento, nella cura



delle malattie, nella risoluzione dei problemi di viabilità, traffico, all'aiuto all'agricoltura e tanto altro.

Il problema nasce dall'uso e dalle finalità.

Quando in un supermercato ci fermeremo un attimo a riflettere sul perché la nostra mano sta meccanicamente prendendo proprio quel prodotto, tra decine simili, il tiranno dovrà a sua volta riflettere sull'ipotesi della detronizzazione.