

Al alla prova

La trasformazione digitale impone nuove sfide
Il governo dei dati è cruciale per la competitività

DI PAOLO GHEZZI*

Alla trasformazione digitale servono istituzioni a presidio della fiducia di imprese e cittadini e **un'etica digitale** che guidi lo sviluppo di tecnologie socialmente "accettabili".

Direzione obbligata

"Se cavalchi la tigre, non potrai più scenderne" recita un proverbio orientale. Per quanto difficile sia cavalcare una tigre, il discenderne appare una scelta pressoché impraticabile: il felino non lascerebbe scampo al temerario cavaliere al quale non resta che continuare nell'impresa, cercando di migliorare le proprie abilità. La traiettoria del progresso

umano rispetto all'impiego delle tecnologie può essere rappresentata da questa immagine. La tensione con cui l'umanità ha cercato di razionalizzare e governare il mondo ha sempre coinciso con il **superare sfide** che non prevedono un ritorno alla condizione iniziale. L'era della trasformazione digitale non fa eccezione.

La prospettiva del non-ritorno dalla dimensione del new normal in cui siamo entrati è un dato al quale non possiamo sottrarci, neanche se lo volessimo. "Le tecnologie (...) non andranno via, e in molti casi non dovremmo desiderare che lo facessero".¹ Parafrasando l'immagine

del cavaliere "è dall'interno dello sviluppo tecnologico" (ovvero restando in sella) "e non contro di esso" (cioè tentando di scendere) "che possono nascere nuove visioni".²

Il ruolo degli algoritmi

In questa sfida, le briglie da afferrare per non essere disarcionati sono i dati, generati dall'incalzante digitalizzazione, e gli algoritmi sviluppati per leggerli. In teoria, risorse infinite: più dati usiamo e più ne otterremo; più ci interroghiamo su come usarli e più le nostre capacità di sfruttarli migliorano, a ritmi che fanno

impallidire la legge di Moore³. Quindi basta affidarsi a **Big Data** e algoritmi per costruire il nostro futuro? Non proprio. Ciò che conta è l'abilità del fantino nell'usare le 'briglie' e governare la corsa della tigre, ovvero far crescere la conoscenza.

La sfida del sapere

I dati sono spesso paragonati al petrolio: così come questo "è prezioso, ma se non è raffinato, non può essere realmente utilizzato (...), così i dati devono essere scomposti, analizzati perché abbiano valore"⁴. Qui però finiscono le similitudini e iniziano le difficoltà. Mentre si

sa come fare per estrarre valore dal petrolio, per i dati il percorso è più complesso e, per lunghi tratti, ancora oscuro. La gran parte dei Big Data (alcune stime parlano dell'80%) non è analizzata e ciò che viene sfruttato non è esente da inquinamenti: sia sotto forma di **sovra semplificazioni di fenomeni molto più complessi**, sia sotto forma di manipolazioni. Quando i dati crescono in modo esponenziale e la capacità (tecnologica) di lettura ancora scarseggia, si lascia spazio per farne un uso strumentale e avvalorare tesi non facilmente verificabili, con la pretesa che sarebbero dimostrate dai dati. Se non riusciremo a far crescere un'etica che indichi la strada su come estrarne il valore, sarà sempre grande la tentazione di far dire ai dati quello che si vuole⁵ e più difficile combattere le fake news, perché servirà almeno la stessa potenza di calcolo per smentirle. I rischi sono più pervasivi quando toccano il mercato e l'economia, dove chi possiede la tecnologia dei dati non si limita a cercare le risposte ma è ormai in grado di condizionare le domande. È **il paradosso dei Big Data**: "Stiamo

affogando nelle informazioni ma restiamo affamati di conoscenza"⁶. Com'è stato detto "ci siamo ritrovati connessi a sterminati depositi d'informazione senza ancora aver imparato a pensare (...) ciò che doveva illuminare il mondo, di fatto lo costringe nell'oscurità"⁷.

I dati giusti

Seguendo il filo della saggezza orientale, piuttosto che maledire il buio sarebbe però meglio accendere una candela. Ma da dove cominciare? Una prima risposta può venire dal riconoscere che: "la maggior parte delle aziende passa troppo tempo all'altare dei Big Data e non abbastanza a riflettere su quali siano i dati 'giusti' da cercare". La strabiliante crescita delle grandi piattaforme digitali è stata accompagnata dalla narrazione dei Big Data. Poi si è fatta strada la consapevolezza che i dati vanno letti e che la "vera" risorsa siano **gli analytics**. Ma la stragrande maggioranza delle analisi coinvolge, in realtà, insiemi di dati relativamente piccoli, o piccoli sotto-campioni di insiemi di dati più grandi: gli Small Data. "I Big Data riguardano la ricerca

¹ James Bridle, <https://ideas.ted.com/opinion-data-isnt-the-new-oil-its-the-new-nuclear-power/>

² Biagio De Giovanni (cit. in F. Serra di Cassano, *Algoritmo Immunitas*, 2021).

³ La legge di Moore è la previsione che la velocità e la potenza dei computer raddoppieranno ogni 18 mesi. Tuttavia, secondo Gary King essa è terribilmente lenta rispetto ai progressi che si possono compiere nell'analisi dei dati attraverso l'uso degli algoritmi. Gary King, *The Future of Science 2016 - Digital Revolution. What is changing for humankind?* 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=mrb6tdV5VNO>

⁴ Clive Humby, 2006. Cit. in James Bridle, nota 1.

⁵ "Darrell Huff, *How to Lie with Statistics*, 1954.

⁶ John Naisbitt, *Megatrends*, 1988.

⁷ Bridle, cit.

di correlazioni, ma **gli Small Data** riguardano la ricerca della causalità, il motivo” delle scelte quotidiane di milioni di imprese e di consumatori. “Se prendiamo le 100 principali innovazioni più importanti del nostro tempo, forse dal 60% al 65% circa si basano in realtà sugli Small Data.”

Gli esperti di marketing hanno evidenziato che per conoscere la realtà del mercato, i soli numeri – anche letti attraverso le potenti lenti dell’intelligenza artificiale – non bastano. Serve recuperare una lettura della socialità e della comunità attraverso cui mantenere vivo – anche attraverso cloud e device digitali – un rapporto umanizzante con i propri stakeholder.

La fiducia

Una seconda candela da accendere è quella della fiducia. Non tutti i dati sono uguali per affidabilità, aggiornamento, completezza (e quindi a capacità di generare informazioni utili a conoscere i fenomeni, sfuggendo alle manipolazioni). Il funzionamento di un sistema di mercato ce ne offre un esempio. **L’informazione è un asset indispensabile** per formulare scelte strategiche, creare alleanze, investire risorse, innovare. È sulle informazioni che si costruisce la fiducia, ingrediente essenziale a



Paolo Ghezzi

qualunque rapporto economico. Saper distinguere tra fonti affidabili e dubbie, tra dati certificati e dati di cui è difficile ricostruire l’origine, può fare la differenza tra un progetto imprenditoriale riuscito e un fallimento.

In un’economia data driven le istituzioni possono garantire questa fiducia perché portatrici di un interesse pubblico, distinto e distinguibile da quello prettamente commerciale degli attori privati. Ad esempio, enti come le Camere di commercio – che attraverso il Registro delle imprese certificano le informazioni di 6 milioni di imprese e 10 milioni di loro amministratori – sono un faro per assicurare la fiducia che serve a far funzionare un’economia di mercato.

La stessa fiducia dobbiamo poterla riporre nel modo in cui i dati vengono analizzati. In uno scenario in cui pochi player globali hanno in mano le conoscenze per governare queste tecnologie e le usano per imporre un predominio culturale – si pensi al 5G e al caso Usa-Cina

– è decisivo che lo sviluppo degli algoritmi veda **un ruolo centrale dei soggetti pubblici**, saldamente ancorati a un sistema di valori e a una cultura delle regole.

Conclusioni

La complessità delle relazioni economiche e finanziarie dovrebbe suggerire grande cautela nell’uso delle tecnologie legate all’IA.

I processi che stiamo utilizzando sono ancora troppo rozzi, sia perché facciamo fatica a scegliere i dati giusti, sia perché le nostre abilità nell’interrogarli si stanno ancora formando. Il rischio da evitare è che la razionalità (degli algoritmi) finisca per determinare una civiltà in cui ¹⁰“i nostri fini siano definiti dai mezzi disponibili” anziché guidarci nell’adattare i mezzi disponibili ai fini dell’umanità. Per questo è decisivo che al governo della transizione digitale non manchi un **supplemento di etica** da parte della politica e delle istituzioni, da un lato, e del mondo delle imprese e della società civile dall’altro.

*Direttore generale di InfoCamere 

⁸ Maxwell Wessel 2016 <https://hbr.org/2016/11/you-dont-need-big-data-you-need-the-right-data>

⁹ Martin Lindstrom, <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/small-data-new-big-data/>

¹⁰ Z. Bauman – David Lyon, *Sesto Potere. La sorveglianza nella modernità liquida*, 2013.