

Quaderni di Comunità
Persone, Educazione e Welfare
nella società 5.0

Community Notebook
People, Education, and Welfare
in society 5.0

n. 1/2024

LA REPUTAZIONE NELL'ERA DIGITALE.
RAPPRESENTAZIONI E PRATICHE DEL SÉ
TRA CAPITALE SOCIALE E BENE RELAZIONALE

a cura di

Eleonora Sparano, Nicola Strizzolo, Martina Lippolis



Iscrizione presso il Registro Stampa del Tribunale di Roma
al n. 172/2021 del 20 ottobre 2021

© Copyright 2024 Eurilink
Eurilink University Press srl
Via Gregorio VII, 601 - 00165 Roma
www.eurilink.it - ufficiostampa@eurilink.it
ISBN: 979 12 80164 84 1
ISSN: 2785-7697 (Print)

Prima edizione, settembre 2024
Progetto grafico di Eurilink

È vietata la riproduzione di questo libro, anche parziale, effettuata
con qualsiasi mezzo, compresa la fotocopia.

INDICE

EDITORIALE	
<i>Eleonora Sparano, Nicola Strizzolo, Martina Lippolis</i>	13
RUBRICA EDUCATION	21
1. Il potere dello sguardo: teatro sociale, arte e digitale nella scuola dell'infanzia	
<i>Francesca Gentile</i>	23
2. Comunicazione digitale, <i>brand reputation</i> e formazione	
<i>Hermes A. J. Morales, Francesca Greco</i>	29
RUBRICA EMPOWERMENT	35
1. Costruzione dell'identità e rimodellamento del sé nella cultura della celebrità. I costi emozionali della reputazione e il <i>social sharing</i>	
<i>Laura Rando</i>	37
2. La ricerca sulla <i>web reputation</i> nell'era della restrizione dei dati online	
<i>Agnese Vardanega</i>	45
SAGGI	53
1. The place of older people in the 5.0 society – the rightful presence or cyberexclusion	
<i>Monika Adamczyk, Mirosław Karpiuk, Urszula Soler</i>	55

2. Representation in the digital age between online reputation and fake challenge <i>Carlotta Antonelli</i>	83
3. La reputazione prestazionale. Il soggetto all'incrocio tra senso e valore <i>Pablo Calzeroni</i>	113
4. Social Listening: Reputazione e fiducia delle “app sostenibili” nel settore food e moda <i>Federica Carbone</i>	141
5. Una teoria gravitazionale della reputazione. Per un approccio interdisciplinare <i>Joe Casini</i>	177
6. La reputazione dei giovani musulmani in Italia nella <i>platform society</i> . Verso il superamento degli stereotipi e un recupero dell'identità religiosa <i>Martina Crescenti, Martina Lippolis</i>	205
7. Punteggi reputazionali e dignità nella società digitale <i>Elena di Carpegna Brivio</i>	235
8. Come tu mi vuoi? L'impatto della comunicazione fotografica nella rappresentazione sociale degli animali <i>Francesca Guarino</i>	261
9. Lockdown e rappresentazione di sé: una lettura sulla dieta mediale di Instagram <i>Massimiliano Moschin, Giovanni Fasoli, Carlotta Costantini</i>	289

APPROFONDIMENTI	319
1. Oltre il post-moderno? Verso una nuova dimensione: la meta-modernità? <i>Enzo Riso</i>	321
RECENSIONI	327
«Il consumatore di sé»: la mappa “geografica” per disegnare nuovi percorsi di marketing e comunicazione <i>Fabio Pomaro</i>	329

7. PUNTEGGI REPUTAZIONALI E DIGNITÀ NELLA SOCIETÀ DIGITALE

di Elena di Carpegna Brivio*

Abstract: *Il paper analizza come i punteggi reputazionali di origine algoritmica possano influenzare la personalità umana. Essi consentono di stabilire, in modo quasi istantaneo, classifiche che conformano i comportamenti dei singoli, creando forme di soggezione, esclusione o privilegio. Tale deriva può essere contrastata dal concetto di dignità, presente in numerose Costituzioni e Carte dei diritti e capace di collegare il riconoscimento sociale al libero svolgimento della personalità di ciascuno.*

Abstract: *The paper analyzes how algorithmic reputational scores can influence human personality. They make it possible to instantly establish rankings that shape individuals' behavior, creating forms of subjection, exclusion, or privilege. The concept of dignity, present in numerous Constitutions and Charters of Rights, can counter this drift and link social recognition to the free unfolding of each person's personality.*

Parole chiave: reputazione, dignità, punteggi, profilazione, personalità sociale

Keywords: reputation, dignity, scoring, profiling, social personality

** Elena di Carpegna Brivio, Ricercatrice di diritto pubblico, Università degli Studi di Milano-Bicocca, elena.dicarpegna@unimib.it.

1. La reputazione digitale come processo di quantificazione della persona

La reputazione costituisce da sempre un elemento a cui si riconosce la capacità di identificare l'apprezzamento sociale e l'affidabilità di un soggetto (Busuic, Lodge, 2016). Come notava significativamente Erving Goffman, nel suo *La vita quotidiana come rappresentazione*, «ognuno sempre e dappertutto, più o meno consciamente, impersona una parte ed è in questi ruoli che ci conosciamo gli uni gli altri; è in questi ruoli che conosciamo noi stessi». La reputazione racchiude il complesso di rappresentazioni che l'individuo interpreta per ottenere e conservare una posizione sociale (Goffman, 1969). Le tecnologie digitali, però, hanno dato un nuovo significato alla reputazione sociale. Attraverso gli algoritmi la naturale complessità del mondo umano può essere facilmente segmentata e inserita in cornici computazionali che consentono di osservare i comportamenti e formulare su di essi valutazioni che, tuttavia, non si basano su un'autentica conoscenza del singolo soggetto, ma che sono estremamente efficaci nel «ristrutturare i palcoscenici sociali» sui quali i soggetti sono chiamati a interpretare i loro ruoli sociali (Meyrowitz, 1993). Negli ambienti digitali, infatti, il complesso delle relazioni sociali assume, in modo sempre più definito, contorni di carattere quantitativo. Gli algoritmi, infatti, sono, nella loro essenza, strumenti matematico-statistici che possono affrontare qualunque problema che può essere interpretato secondo uno schema statistico-quantitativo (Broussard, 2018). Nell'immenso mare dei dati gli algoritmi cercano percorsi, correlazioni ed elementi ricorrenti per individuare risultati statisticamente significativi e capaci di rispondere agli interrogativi posti dal programmatore (Gillespie, 2012). Di conseguenza, le rappresentazioni sociali prodotte in un ambiente digitale derivano da processi di inferenza statistica elaborati a partire

dall'osservazione di gruppi che sono stati creati in autonomia dall'algoritmo sulla base di soli parametri quantitativi (Mazzotti, 2015). Normalmente gli algoritmi attribuiscono casualmente una persona ad un gruppo per poi individuare gli elementi ricorrenti all'interno di quel gruppo e inferire, in modo probabilistico e con margine di errore, le caratteristiche di tutti gli individui classificati. In questo modo è possibile creare profili algoritmici che sono rappresentazioni digitali della persona ma che non si basano su un'autentica conoscenza del soggetto, dal momento che la scarsa *qualità* delle informazioni sul singolo viene compensata dalla *quantità* dei dati relativi ad altre persone che appaiono statisticamente simili (Hildebrandt, 2008). È chiaro allora che in un contesto digitale la reputazione non è più un elemento culturale o sociale di radicamento dell'identità, ma diventa il prodotto di un'aggregazione o disaggregazione quantitativa che tende a far scomparire la singolarità unica di ciascuna persona (Resnick *et al.*, 2000). Ciononostante, la reputazione ha una grandissima rilevanza negli ambienti digitali. Negli anni Ottanta il politologo statunitense Robert Axelrod aveva teorizzato come, nelle società umane, la cooperazione sia il prodotto della *shadow of the future*: è la possibilità di avere nuove interazioni con le stesse persone a spingere gli attori sociali verso un comportamento tendenzialmente corretto e a consolidare la fiducia reciproca (Axelrod, 1981). Negli ambienti virtuali, invece, l'assenza di elementi quali la territorialità e la prossimità, può facilmente rendere le interazioni del tutto opportunistiche e inaffidabili (Czitrom, 1982).

I sistemi reputazionali digitali si sono dimostrati essere lo strumento che poteva costruire un nuovo sistema della fiducia all'altezza degli ambienti digitali (Resnick, Zeckhauser, 2002). Alla fine degli anni Novanta alcune grandi piattaforme di servizi, quali innanzitutto E-bay, hanno cominciato a raccogliere, aggregare e pubblicare i *feedback* sui comportamenti passati degli utenti

producendo effetti che hanno consentito al commercio *online* di rivoluzionare interi settori dell'economia internazionale (Zacharia, Maes, 2000). La sorveglianza reciproca tra partecipanti, infatti, disincentivava automaticamente i comportamenti disonesti, valorizzava le interazioni con coloro che si dimostravano essere più affidabili e consentiva di ridurre drasticamente i costi di intermediazione, perché non era necessario offrire alcuna garanzia per il successo delle transazioni (Kollock, 1999). Da allora commenti e valutazioni degli utenti sono entrati a far parte stabilmente del modo in cui ciascuno di noi cerca beni e servizi attraverso la rete (Utz *et al.*, 2009). È però chiaro che la reputazione che si sviluppa in un ambiente digitale non ha i medesimi elementi oggettivi di una reputazione costruita in relazioni di prossimità, dal momento che è soltanto la *quantità* delle informazioni che può orientare i comportamenti degli utenti. Tutti siamo abituati a pensare che una sola recensione non sia sufficiente a influenzare le nostre azioni, così come siamo sempre più propensi ad affidarci a grandi piattaforme con una posizione dominante di mercato perché esse, processando maggiori volumi di informazioni, sono anche in grado di fornire valutazioni più affidabili (Sabater, Sierra, 2005). Ma il punto centrale è che l'elemento quantitativo prende il sopravvento quando la reputazione digitale non è più il prodotto dell'aggregazione di recensioni o passate esperienze, ma diviene una valutazione sintetica del carattere complessivo, un punteggio (*Reputation scoring*), che viene formulata attraverso l'azione di algoritmi di profilazione (Citron, Pasquale, 2014; Smorto, 2016). La profilazione è, infatti, la raccolta e l'analisi dei dati relativi a un soggetto volta a creare un profilo digitale incentrato su particolari caratteristiche o interessi. I profili algoritmici sono rappresentazioni digitali della persona che, però, come si accennava, vengono sviluppati attraverso inferenze statistiche su dati di varia provenienza. I processi attraverso cui gli algoritmi pervengono all'*output* indicato dal

programmatore, di conseguenza, non sono prevedibili e, proprio per questo, la loro applicazione a grandi processi sociali può determinare l'avvento di una *black box society* (Pasquale, 2015). Chiaramente le conseguenze sulla condizione esistenziale delle persone sono tanto più serie quanto più la reputazione basata sulla profilazione pretende di assumere un carattere complessivo, capace di coinvolgere l'insieme degli elementi che compongono la vita di un soggetto (Berger, Luckmann, 1966). Non si tratta più di ipotesi di scuola, ma di pratiche che caratterizzano aree importanti della nostra società. In particolare, è stato l'ambito dell'erogazione del credito a sperimentare su vasta scala la combinazione tra profilazione e reputazione. Nel settore creditizio vi è da sempre la difficoltà di reperire informazioni sull'affidabilità di un soggetto debitore (Mattassoglio, 2018). Sono stati soprattutto attori non convenzionali a pensare di utilizzare gli algoritmi di profilazione per riscrivere i meccanismi per la concessione di prestiti: il termine *fintech* indica piattaforme digitali che non erogano direttamente prestiti e svolgono invece un'attività di intermediazione che utilizza la tecnologia per ridurre le asimmetrie informative tra finanziatori e debitori. L'assegnazione di un punteggio algoritmico al merito creditizio del richiedente prestito è divenuta uno dei servizi normalmente offerti da queste piattaforme (Thomas *et al.*, 2017). Con gli algoritmi di profilazione è divenuto possibile osservare una serie molto vasta di dati che esulano dall'ambito strettamente bancario, ma che, ciononostante, possono contribuire a definire un profilo di affidabilità finanziaria. Attività *social*, pagamenti *online*, ricerche *web*, se collocate in gruppi statisticamente rilevanti, consentono di ricreare un'immagine di affidabilità sociale da cui si possono trarre valutazioni probabilistiche sulla capacità di un soggetto di rimborsare un prestito (Dixon, Gellman, 2014).

Da simili esperienze, allora, ha cominciato ad essere elaborata un'idea di reputazione digitale che, potenzialmente, può

coprire ogni aspetto della vita di un soggetto, ma che, essendo sintetizzata in un punteggio basato su inferenze statistiche, proietta all'esterno un'immagine di prestigio o di stigma che è il prodotto della classificazione delle persone in gruppi e categorie (Hutchby, 2001). Se, infatti, è ipotizzabile che la profilazione possa seguire minutamente l'esistenza della persona, catturarne ogni istante e tracciarne ogni genere di sviluppo, essa, però, opera attraverso un riduzionismo quantitativo che tende a cogliere più le normalità che gli scostamenti, più l'adeguamento ai modelli che il loro sovvertimento (Haggerty, Ericson, 2000). Identificando in modo sempre più stringente la persona con il suo punteggio reputazionale, allora, diviene molto più difficile per il soggetto scegliere percorsi alternativi, mentre si privilegia l'adeguamento alla normalità statistica che è l'unica realtà che può essere intercettata dagli algoritmi (Busso, 2015). Gli studi sui punteggi reputazionali, infatti, hanno dimostrato come essi siano uno degli strumenti più potenti attraverso cui le tecnologie digitali possono trasformare il mondo reale (Masum, Tovey, 2011). Se si identifica una persona con un numero e la si colloca in un *ranking*, situazioni di fatto che sono diverse in tutto divengono improvvisamente confrontabili ed è possibile istituire ordini di merito che, idealizzando i ranghi più elevati e incentivando l'aspirazione ad ascendere di coloro che sono nei livelli più bassi, possono realizzare estesi progetti di ingegneria sociale (Pasquale, 2015). Emerge allora come il mondo digitale non è affatto un facilitatore neutrale di relazioni spontanee e sia, invece, un intreccio di percorsi algoritmici che sono manipolativi e selettivi in sé (Urquhart, Rodden, 2017). Chiaramente simili potenzialità hanno reso evidente come, nella società digitale, occorranno strumenti giuridici particolarmente solidi e innovativi. Il paragrafo secondo analizza il dibattito giuridico attorno alla limitazione al trattamento automatizzato dei dati e dell'intelligenza artificiale per far emergere come la difficile ricerca di un elemento strutturale di

protezione della persona abbia trovato nel principio di dignità l'elemento che può consentire di riscrivere in senso realmente antropocentrico l'evoluzione tecnologica. Il paragrafo terzo, allora, considera le difficoltà interpretative che si sono accompagnate al riconoscimento del principio di dignità nelle Costituzioni e nelle Carte dei diritti, per evidenziare come nella particolare accezione della «pari dignità sociale» stabilita dalla Costituzione italiana emergano degli elementi di azione giuridica che possono ricongiungere la società digitale con il portato garantistico tipico del costituzionalismo.

2. La limitazione giuridica dei punteggi reputazionali. Lavori in corso

Una vera e propria *wake up call* sulla pericolosità dei punteggi reputazionali è arrivata a livello internazionale nel 2014, quando il Governo cinese ha annunciato la *Pianificazione di un sistema dei crediti sociali*. La dichiarazione ufficiale di voler instaurare una «cultura della sincerità» e sperimentazioni locali in cui un sistema di benefici e sanzioni era associato alla valutazione dei comportamenti profilati, ha rapidamente dimostrato come le quantificazioni reputazionali possano tramutarsi in strategie di controllo totalitario (Creemers, 2018). Se la presa di coscienza è stata immediata, però, la strategia giuridica da adottare è stata di ben più difficile individuazione. Da sempre, il dibattito che riguarda la limitazione dell'evoluzione tecnologica vede confrontarsi posizioni molto diverse che vanno dalla totale assenza di regolazione, al considerare gli sviluppatori di tecnologie come responsabili della definizione di regole etiche fino a forme di divieto rigido che si traducono in un rigetto del progresso tecnologico (Mobilio, 2021). In un contesto così incerto, tuttavia, l'Unione Europea è riuscita a

ritagliarsi un ruolo di primo piano sfruttando la posizione di avanguardia guadagnata con il Regolamento 2016/679/UE, sulla General Data Protection Regulation (GDPR). L'ambito di applicazione del regolamento, infatti, ricomprende ogni genere di trattamento che implica dati personali (art. 2), circostanza che ha sottoposto alla disciplina europea la grande maggioranza dei processi algoritmici. Ciò detto, occorre però essere consapevoli che l'UE ha voluto perseguire con il GDPR un duplice obiettivo: se da un lato troviamo la volontà di proteggere la persona e di garantire ad essa nuovi diritti negli ambienti digitali, dall'altro vi è anche un preciso intento di legittimare e consolidare gli interessi economici collegati al trattamento di dati personali. Ne deriva un esercizio di bilanciamento e normalizzazione che non si basa su una chiara supremazia della protezione della persona (Messinetti, 2019). Il dato è evidente fin dal *Considerando 7* che stabilisce che soltanto un'economia digitale in cui le persone partecipano con consapevolezza e con garanzia dei loro diritti può diventare un'economia sana e compatibile con un'idea di miglioramento sociale. In ogni caso, il GDPR dedica specifiche disposizioni alla profilazione e dimostra di essere del tutto consapevole di come, in essa, siano insiti rischi di controllo e di manipolazione della personalità. L'art. 4, comma quarto, definisce la profilazione «qualsiasi forma di trattamento automatizzato di dati personali consistente nell'utilizzo di tali dati personali per valutare determinati aspetti personali relativi a una persona fisica, in particolare per analizzare o prevedere aspetti riguardanti il rendimento professionale, la situazione economica, la salute, le preferenze personali, gli interessi, l'affidabilità, il comportamento, l'ubicazione o gli spostamenti di detta persona fisica».

Il *Considerando 24*, poi, fornisce alcune indicazioni per identificare le condizioni che rendono un'attività di profilazione assimilabile a un'attività di controllo potenzialmente pericolosa per

la persona: il tracciamento di persone fisiche su internet, così come l'uso successivo di tecniche volte ad adottare decisioni che riguardano la persona o analizzano e prevedono le sue preferenze, i suoi comportamenti e le sue posizioni personali, sono stati descritti come elementi potenzialmente offensivi. A contenimento di simili rischi il GDPR, però, pone come elemento centrale soprattutto il consenso dell'interessato (artt. 6 e7). Il conflitto tra protezione della persona e interesse al trattamento dei dati, infatti, viene affrontato dal regolamento soprattutto alzando la soglia di attenzione del soggetto nel momento in cui egli consegna i propri dati personali ad un mondo digitale che potrebbe raccogliarli, conservarli e riutilizzarli. Sono però poi previsti specifici diritti che consentono all'interessato di accedere in qualunque momento alle informazioni che lo riguardano (art. 15); di opporsi in qualunque momento a trattamenti che abbiano finalità di marketing diretto sviluppate a partire da un profilo incentrato su interessi e propensioni al consumo (art. 21); di non essere sottoposto a decisioni basate unicamente sul trattamento automatizzato qualora il trattamento possa incidere significativamente sulla sua persona (art. 22). Si tratta di progressi molto importanti nella direzione di una protezione della persona negli ambienti digitali che, tuttavia, non sono stati concepiti come diritti soggettivi di tipo assoluto, ma che operano solo a parziale correzione di un consenso che, di per sé, legittima le attività economiche di trattamento dei dati (Bravo, 2018). Questa centralità del principio del consenso non tiene conto di quanto l'interessato, spinto dalla volontà di ottenere beni, servizi o informazioni, possa essere poco consapevole degli effetti, anche di medio e lungo termine, che sono associati alla profilazione (Molaschi, 2021). Nonostante questi limiti il GDPR si è dimostrato essere una solida base per lo sviluppo di una più stringente limitazione del potere computazionale. A livello europeo, infatti, un nuovo processo di riflessione è stato avviato con la discussione del

nuovo regolamento sull'intelligenza artificiale, il c.d. *AI Act*. Il testo del regolamento è stato presentato inizialmente dalla Commissione europea nell'aprile del 2021 come parte della strategia digitale dell'Unione. Anche in questo caso l'obiettivo era duplice e mirava ad aumentare una protezione della persona insieme a un consolidamento degli interessi economici collegati allo sviluppo dell'intelligenza artificiale. La struttura regolatoria della Commissione prevedeva un approccio basato sul rischio: il legislatore individuava diverse soglie di rischio cui corrispondevano diversi scenari di regolazione. In particolare, venivano individuate delle tecnologie a rischio inaccettabile che erano considerate come incompatibili con i valori e la tutela dei diritti fondamentali dell'Unione e, pertanto, bandite dal mercato europeo, mentre per tutte le altre (a rischio medio-alto, o basso) veniva tentata un'operazione di normalizzazione che avrebbe dovuto agevolare il radicamento sociale (Golpayegani, Pandit, Lewis, 2023). A seguito della presentazione della proposta, però, le AI di tipo generativo, come GPTChat, che peraltro erano state classificate come a rischio basso, hanno compiuto un tale salto evolutivo da rendere evidenti anche ai non addetti ai lavori quanto l'intelligenza artificiale possa completamente alterare la percezione umana (Floridi, Chiriatti 2020). Nei passaggi emendativi che hanno successivamente interessato il testo, è emersa una precisa volontà di superare l'equivalenza tra persona e mercato per introdurre alcuni elementi generali che devono porre un argine più sicuro ai rischi di conformazione della personalità umana che si accompagnano all'uso dell'intelligenza artificiale. All'art. 1 è stato aggiunto un nuovo obiettivo generale che consiste nella necessità di favorire lo sviluppo di «un'intelligenza artificiale antropocentrica e affidabile e garantire un livello elevato di protezione della salute, della sicurezza, dei diritti fondamentali, della democrazia e dello Stato di diritto e dell'ambiente». È stato, poi, introdotto un nuovo art. 4-bis in cui il

legislatore europeo ha dettato alcuni principi generali che si applicano a tutte le tipologie di AI indipendentemente dai livelli di rischio. La disposizione individua sei principi che devono essere rispettati da tutti gli operatori e che vengono ritenuti necessari per costruire un quadro regolatorio di alto livello idoneo a costruire un approccio europeo antropocentrico, in cui l'intelligenza artificiale assume, *by design*, caratteri di eticità, affidabilità e pieno rispetto della carta dei valori fondamentali dell'Unione.

Questi principi sono:

- 1) l'intervento e la sorveglianza umani. Ai sensi del regolamento i sistemi di IA devono essere sviluppati e utilizzati come strumenti al servizio delle persone e, come tali devono essere rispettosi della dignità umana e dell'autonomia personale, funzionando in modo da poter essere adeguatamente controllati e sorvegliati dagli esseri umani lungo tutta la loro vita utile;
- 2) la robustezza tecnica e la sicurezza. I sistemi di AI devono essere progettati in modo da ridurre al minimo i danni involontari e inaspettati, nonché essere capaci di resistere a tentativi di alterazione da parte di terzi che intendano utilizzarli per finalità illegali;
- 3) il rispetto della privacy e la governance dei dati. Nell'Unione è necessario sviluppare e utilizzare sistemi di AI rispettosi delle norme vigenti in materia di privacy e protezione dei dati, elaborando al contempo dati che seguano elevati livelli in termini di qualità e integrità;
- 4) la trasparenza. L'AI deve essere sviluppata e utilizzata in modo che sia sempre possibile tracciare e spiegare il suo funzionamento; è inoltre necessario informare gli utenti che si sta interagendo con un'intelligenza artificiale e che vi sono specifici diritti dell'utente in relazione all'AI;

- 5) il rispetto della diversità, la non discriminazione e l'equità. I sistemi di AI devono essere concepiti in modo da includere soggetti diversi e promuovere la parità di accesso, l'uguaglianza di genere e la diversità culturale, evitando effetti discriminatori e pregiudizi ingiusti vietati dal diritto dell'Unione o degli Stati membri;
- 6) il benessere sociale e ambientale. L'intelligenza artificiale deve essere sviluppata e utilizzata in modo sostenibile e rispettoso dell'ambiente e deve apportare benefici al genere umano, monitorando e valutando gli impatti a lungo termine sull'individuo, la società e la democrazia.

Utilizzando un simile approccio multiprincipio l'Europa ha cercato di affermare chiaramente la preminenza del valore della persona umana anche negli ambienti digitali. Un particolare sviluppo di questo nuovo approccio riguarda proprio l'ambito dei punteggi reputazionali, identificati in alcuni casi, come una tecnologia che comporta un rischio inaccettabile per i diritti fondamentali garantiti dall'Unione. Fin dalla proposta iniziale del regolamento l'art. 5 elencava le tecnologie a rischio inaccettabile e includeva, alla lettera c), forme di *scoring* reputazionale. Il testo proposto dalla Commissione vietava l'immissione sul mercato, la messa in servizio o l'uso di sistemi di IA che da parte di autorità pubbliche, o per loro conto, valutassero o classificassero l'affidabilità delle persone fisiche sulla base del loro comportamento sociale, di caratteristiche personali note o previste. Era, inoltre, previsto che i punteggi così ottenuti, per essere considerati vietati, dovessero determinare specifiche conseguenze: produrre, per la persona profilata, un trattamento pregiudizievole in contesti sociali non collegati all'ambito in cui i dati erano stati raccolti; oppure determinare un trattamento pregiudizievole che fosse ingiustificato o sproporzionato rispetto al comportamento sociale che era stato profilato e alla sua gravità (Zanchelli, 2020). In questo modo la

Commissione precludeva la diffusione di forme di *scoring* soltanto laddove esse fossero utilizzate per dare progressivamente vita a uno Stato di sorveglianza, in cui i punteggi reputazionali vengono utilizzati da un'autorità pubblica come veicolo di un controllo nei confronti dei cittadini. Il *Considerando 17* chiariva infatti che i sistemi di AI che attribuiscono punteggi sociali per conto di autorità pubbliche possono portare a risultati discriminatori e veniva anche significativamente stabilito come essi potessero ledere il diritto alla dignità delle persone (di Carpegna Brivio, 2022). Gli emendamenti intercorsi *in itinere* hanno modificato significativamente l'approccio dell'UE. Il nuovo testo non fa più riferimento solo ai punteggi promossi da autorità pubbliche e vieta invece «l'immissione sul mercato, la messa in servizio o l'uso di sistemi di AI ai fini della valutazione o della classificazione del punteggio sociale di persone fisiche o di un gruppo di persone fisiche per un determinato periodo di tempo sulla base del loro comportamento sociale o di caratteristiche personali o della personalità note, dedotte o previste». Il *Considerando 17* ha poi rimosso ogni approccio dubitativo alla contraddizione tra punteggi reputazionali e dignità umana. Mentre il testo della Commissione stabiliva che i punteggi «*possono* ledere il diritto alla dignità e alla non discriminazione e i valori di uguaglianza e giustizia», ora si afferma che essi «*ledono* il diritto alla dignità e alla non discriminazione e i valori di uguaglianza e giustizia». Sono rimaste invece inalterate le due condizioni che erano state previste dalla Commissione: soltanto punteggi che producono effetti negativi che o sono sproporzionati oppure si realizzano in contesti diversi rispetto all'ambito della profilazione, sono considerati come vietati. Complessivamente è possibile cogliere come il regolamento abbia l'indiscutibile pregio di identificare il principio della dignità della persona come l'elemento che viene compromesso dall'uso di punteggi reputazionali. Non convince però la scelta di limitare le ipotesi di rischio inaccettabile ai soli casi di conseguenze negative

per la persona. Ciò che rende possibile la degradazione delle identità non è soltanto lo stigma, ma è anche l'esaltazione artificiale dell'eccellenza, è la creazione di una società proiettata in verticale (Trottier, 2015). Uno degli insegnamenti che è possibile trarre dall'analisi dei crediti sociali cinesi è proprio la pericolosità delle liste di cittadini "virtuosi" e il potere di disgregazione sociale che si può realizzare anche solo promettendo benefici discrezionali e vaghi (Bach, 2020). Appare allora utile ragionare in modo più analitico sul concetto giuridico di dignità per capire come esso possa autenticamente guidare lo sviluppo della società attuale precludendo le distorsioni della personalità umana che il mondo digitale comporta.

3. L'emersione della dignità come limite costituzionale alla quantificazione del valore della persona

Come si è avuto modo di vedere nel paragrafo precedente il principio di dignità è stato identificato dall'*AI Act* come l'elemento che viene compromesso da punteggi reputazionali di origine algoritmica. Occorre allora ragionare in modo più approfondito sul significato giuridico della parola dignità, perché anche se essa figura in numerose Costituzioni e nella Carta dei diritti fondamentali dell'Unione Europea, il suo funzionamento giuridico è tutt'altro che scontato. Nonostante l'idea di dignità abbia attraversato lo sviluppo del pensiero filosofico occidentale, dai Padri della Chiesa fino a Kant, passando dall'umanesimo di Pico della Mirandola e dal razionalismo Pufendorf, la sua codificazione giuridica è in realtà piuttosto recente (Ridola, 2010). È dalla fine della Seconda guerra mondiale che la parola dignità ha cominciato a comparire all'interno di testi giuridici. L'annichilimento di ogni valore della persona umana prodotto dalle ideologie totalitarie ha spinto il costituzionalismo del secondo dopoguerra a codificare il valore della dignità per stabilire, attraverso

di essa, un nucleo stabile e intangibile di protezione della persona umana (Dupré, 2015). Riferimenti alla dignità sono presenti nel preambolo della Carta delle Nazioni Unite (1945) e nella Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo (1948). Ma sono state soprattutto la Costituzione italiana e la Costituzione tedesca a dare a essa grande risalto. Nella Grundgesetz tedesca la dignità ha un ruolo fondativo di tutto il sistema costituzionale, dal momento che l'art. 1, primo comma, stabilisce che «la dignità dell'uomo è intangibile. È dovere di ogni potere statale rispettarla e proteggerla». È chiaro che nella disposizione vi è innanzitutto un intento storico di chiusura definitiva dell'esperienza nazista. L'interpretazione giuridica che la norma ha ricevuto, però, non è solo nel segno della differenza storica tra regimi, ma risponde anche all'idea di ancorare il sistema dei diritti soggettivi a un principio oggettivo che, come tale, viene sottratto alla tecnica del bilanciamento e quindi non può ricadere in una discrezionalità interpretativa (Becchi, 2012). In particolare, la Corte costituzionale tedesca, nella sua famosa sentenza sul minimo esistenziale del 2010 ha sottolineato come nella nozione costituzionale di dignità non vi sia soltanto la garanzia degli elementi che consentono la sopravvivenza del soggetto (cibo, abbigliamento, abitazione, riscaldamento, igiene, salute), ma anche la possibilità di sviluppare e mantenere rapporti interpersonali di qualità e una partecipazione alla vita sociale, culturale e politica della comunità. Un'idea di «vita dignitosa» che quindi porta ad avvicinare l'enunciazione tedesca a quella presente nella Costituzione repubblicana italiana, in cui la nozione di dignità assume significativamente la caratterizzazione di «dignità sociale» e in cui è chiaramente visibile l'intento dei costituenti di creare, attraverso di essa, un valore relazionale che radica nel contesto comunitario la protezione della persona umana. Le tre disposizioni costituzionali italiane che menzionano espressamente la dignità (art. 3, 36 e 41 Cost.), infatti, contengono riferimenti anche al lavoro e

delineano un sistema di doveri e di vincoli che si realizza nella dimensione concretissima della vita economico-sociale e che rende la realizzazione della dignità un elemento che avvince tutti i soggetti dell'ordinamento, siano essi soggetti pubblici o privati, e coniuga costantemente diritti e doveri, libertà e solidarietà (Camerlengo, 2013).

Complessivamente, attraverso la codificazione in queste due rilevanti Costituzioni, la dignità ha assunto la capacità di essere il principio che esprime non solo il valore universale dei diritti riconosciuti a ciascun essere umano, ma diviene anche un elemento per indirizzare i rapporti sociali al rispetto di un'idea di persona umana come essere unico, infungibile, non replicabile (Civitarese Matteucci, 2022). È un processo di definizione giuridica della dignità di cui è diventata partecipe a pieno titolo anche l'Unione Europea che, con la Carta dei diritti fondamentali dell'Unione (2002), ha dato un valore centrale alla dignità. Il Preambolo della Carta, infatti, afferma che «l'Unione si fonda sui valori indivisibili e universali di dignità umana, di libertà, di uguaglianza e di solidarietà». Il Capo I, poi, dettaglia il significato della dignità umana per l'Unione attraverso una dichiarazione di inviolabilità (art. 1) che viene poi ulteriormente articolata con il riconoscimento del diritto alla vita (art. 2), del diritto all'integrità della persona (art. 3), la proibizione della tortura e delle pene o trattamenti inumani o degradanti (art. 4) e la proibizione della schiavitù e del lavoro forzato (art. 5).

L'azione congiunta delle Costituzioni degli Stati membri e della Carta dell'Unione Europea delineano un concetto di dignità che costruisce un vincolo giuridico di natura costituzionale (Dupré, 2015) capace di portare a considerare illegittime non solo tutte le condotte che riducono l'essere umano ad un oggetto, ma anche quelle condotte che, pur non determinando una reificazione, recano con sé una mancata comprensione della reale condizione della persona che può tradursi in strumentalizzazioni (Belvisi, 2012).

Emerge, allora, come la nozione giuridica di dignità può dimostrare tutta la sua forza normativa proprio nella società digitale e a contatto con le trasformazioni della personalità umana che essa è in grado di produrre. La dignità è nelle Costituzioni per introdurre un elemento indecidibile, un'idea nucleare che impedisce di sfidare quei principi, diritti e libertà che delineano «la trama antropologica degli ordinamenti costituzionali e democratici» (Messinetti, 2019). La dignità è esattamente l'elemento che può consentire di ricomporre le molteplici valenze che la persona umana assume nella mutevolezza della società, è l'elemento che segna una continuità tra le dimensioni fisica, psichica, relazionale ed anche elettronica (Wagner, 2019). Perché però il richiamo alla dignità non sia una formula dal generico potere evocativo, occorre riuscire a radicare la limitazione del potere computazionale nel funzionamento stesso della società e, per fare questo, appare utile valorizzare proprio quell'accezione della «pari dignità sociale» che è propria della Costituzione repubblicana italiana. Ciò che riesce a esprimere questa formula è un rovesciamento dell'impostazione che sembra comparire in altre enunciazioni: la dignità costituisce un limite al potere non perché sia un elemento innato, un presupposto, ma perché deve essere il risultato egualitario e giuridicamente obbligatorio di un processo di relazioni sociali in cui il diritto e l'azione pubblica agiscono come fattore di riequilibrio (Camerlengo, 2020).

Il costituzionalismo del secondo dopoguerra è riuscito a compiere davvero una rivoluzione laddove ha saputo utilizzare la capacità ordinante del diritto per fare in modo che esso non fosse più un puro strumento di creazione di finzioni giuridiche, quanto piuttosto un fattore di radicamento dell'esistenza dignitosa all'interno delle condizioni materiali in cui la personalità umana si sviluppa. La dignità dimostra la capacità giuridica di riuscire contemporaneamente a limitare e indirizzare la struttura sociale e, come tale, può essere il parametro giuridico primario per proteggere

la persona anche nella realtà liquida della società digitale (Rodotà, 2012). Considerare oggi la società come il luogo di realizzazione della pari dignità sociale, allora, implica che il diritto e l'azione pubblica devono attivarsi costantemente perché non vengano a crearsi artificiali gerarchie attribuendo ad alcuni immagini di prestigio sociale e sanzionando altri con lo stigma (Sandel, 2021). È allora attraverso la dignità come obbligazione sociale che diviene possibile dare una lettura costituzionale alla società digitale: se la globalizzazione si è affermata promettendo la rimozione delle barriere e, così facendo, ha costruito in realtà nuovi legami e interdipendenze, non è però affatto detto che la condizione umana debba uscirne trasfigurata secondo le caratteristiche proprie del potere computazionale (Durante, 2019). Anzi, per quanto il diritto possa essere indietro rispetto a una società che vive la stagione del cambiamento esponenziale (Schwab, 2016), i principi che possono proteggere la persona nella società digitale sono stati chiaramente individuati. Dignità, protezione dei diritti individuali, divieto di discriminazione sono elementi che ricorrono sia nel dibattito dottrinale sia negli strumenti normativi che regolano le tecnologie digitali (B.D. Mittlestadt *et al.*, 2016). Anche la giurisprudenza e le autorità indipendenti stanno ormai elaborando un percorso complessivamente coerente di radicamento presso questi principi del funzionamento della società digitale. Il passo decisivo che forse ancora manca è dedurre chiaramente da quei principi tutte le conseguenze che consentono ad essi di essere del tutto applicati. Nella società digitale, infatti, il senso di questi principi non è più quello di conformare il rapporto tra Stato e individuo, ma è quello di indirizzare ogni possibile relazione di potere, sia esso pubblico o privato, materiale o digitale. Per raggiungere questo risultato occorrono certo divieti ed enunciazioni normative, ma occorre soprattutto mantenere viva e potente la capacità delle istituzioni di calarsi nel contesto sociale e di valutare gli effetti concreti delle

tecnologie sulle persone (O'Neil, 2016). In particolare, occorre fare in modo che l'uso degli strumenti computazionali non determini immagini di stigma o di prestigio sociale e consenta piuttosto alle persone di realizzare ciò che sono in grado di fare e di essere, a prescindere da un «merito sociale» artificialmente costruito (Verbeek, 2011).

Come si è avuto modo di illustrare nel corso di questa trattazione la capacità specifica dei punteggi reputazionali è proprio quella di creare rappresentazioni sociali che riescono ad alterare l'identità del soggetto e, così facendo, alterano anche la sua possibilità di creare quel senso di vita piena e umanamente dignitosa che la Costituzione ha posto a obiettivo di tutto il sistema giuridico repubblicano (Turkle, 1997). È un elemento che l'*AI Act* ha colto perfettamente laddove ha affermato che gli *scoring* reputazionali sono una tecnologia che contraddice la dignità e comporta un rischio inaccettabile per i diritti della persona. Solo che non basta precludere le forme di punteggio che comportano conseguenze negative. È separando i “buoni” e i “cattivi” che diviene possibile disgregare la struttura sociale per sostituire ad essa un mondo di rappresentazioni artificiali completamente costruite *ad hoc* (Smuha *et al.*, 2021). I sistemi giuridici, pertanto, non possono limitarsi a vietare punteggi che recano un pregiudizio alla persona, ma devono porsi nelle condizioni di valutare sempre, concretamente e in base al contesto, gli effetti che il potere computazionale può avere sulla persona e sulla sua dignità. Quando l'eguaglianza è chiamata ad avere nella società il proprio campo necessitato si esclude dall'orizzonte costituzionale la legittimità di azioni che si basano sull'astrazione dal contesto, sull'aggregazione e classificazione di tipo quantitativo. Il modo per ricongiungere la persona ai suoi diritti è invece consacrare la molteplicità, la diversità e la complessità come fattori di ricchezza giuridica e sociale e respingere ogni semplificazione quantitativa (Rodotà, 1997).

Bibliografia

Axelrod, R. (1981), «The evolution of co-operation», Penguin Books, London.

Bach, J., (2020) «The red and the black: China's social credit experiment as a total test environment», in *British Journal of Sociology*, 70, pp. 489 ss.

Becchi, P., (2012) «La dignità umana nel Grundgesetz e nella Costituzione italiana», in *Ragion pratica*, 1, pp. 25 ss.

Belvisi, F., (2012) «Dignità umana: una ridefinizione in senso giuridico», in *Ragion pratica*, 1, p. 163.

Berger, P. L., Luckmann, T. (1966), «The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge», Penguin Books, London.

Bravo, F., (2018) «Il “diritto” a trattare dati personali nello svolgimento dell'attività economica», Wolters Kluwer, Milano.

Broussard, M., (2018) «Artificial Unintelligence. How computers misunderstand the world», Cambridge (Mass.), The MIT Press.

Busso, S., (2015) «What works. Efficacia e quantificazione nelle politiche sociali in trasformazione», in *Rassegna italiana di sociologia*, 2-3, pp. 479 ss.

Busuic, E.M., Lodge, M., (2016) «The reputational basis of public accountability», in *Governance*, 2, pp. 247 ss.

Camerlengo, Q., (2013) «Costituzione e promozione sociale», Bologna, Il Mulino.

Camerlengo, Q., (2020) «Per una interpretazione costituzionalmente sostenibile del merito», in *Federalismi.it*, 13.

Citron, D. K., Pasquale, F. (2014), «The scored society: due process for automated predictions», in *Washington Law Review*, 1, pp. 1 ss.
Czitrom, D.J. (1982) «Media and the American Mind from Morse to McLuhan», Chapel hill.

Creemers, R., (2018) «China's Social Credit System: An Evolving Practice of Control» <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3175792>.

Destri, I., Lotto, A.M., (2018) «La profilazione», in Cassano, G., Colarocco, V., Gallus, G.B., Micozzi, F.P., (a cura di) *Il processo di adeguamento al GDPR*, Giuffrè, Milano, pp. 133 ss.

Di Carpegna Brivio, E., (2022) «Il Reputation scoring e la quantificazione del valore sociale», in *Federalismi.it*, 18.

Dixon, P., Gellman, R., (2014) «The scoring of America: how secret consumer scores threaten your privacy and your future», *World Privacy Forum*, 4 aprile.

Dupré C., (2015) «The Age of Dignity: Human Rights and Constitutionalism in Europe», Hart Publishing, London.

Durante, M., (2019) «Potere computazionale. L'impatto dell'ICT su diritto, società, sapere», Milano.

Gillespie, T., (2012) «The relevance of algorithms», in T. Gillespie *et al.* (a cura di), *Media Technologies*, The MIT Press, Cambridge-London, pp. 167 ss.

Goffman, E., (1969) *The Presentation of Self in Everyday Life*, (trad. it. *La vita quotidiana come rappresentazione*, Bologna, Il Mulino, 1959).

Golpayegani, D., Pandit, H. J., Lewis, D., (2023) «To Be High-Risk, or Not To Be – Semantic Specifications and Implications of the AI Act’s AI High-Risk AI Applications and Harmonised Standards», in *FACCT ‘23: Proceedings of the 2023 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*, giugno, pp. 905 ss.

Haggerty, K. Ericson, R.V., (2000) «The surveillant assemblage», in *British Journal of Sociology*, 4, pp. 605 ss.

Hildebrandt, M., (2008) «Defining Profiling: A New Type of Knowledge?», in Hildebrandt, M., Gutwirth, S. (a cura di), *Profiling the European Citizen. Cross-Disciplinary Perspectives*, Springer, Dordrecht, 17 ss.

Hutchby, I. (2001), «Technologies, Texts and Affordances», in *Sociology*, 2, pp. 444 ss.

Kollock, P., (1999) «The Production of Trust in on-line Markets», in Lawler, E. J., Macy, M., Thyne, S., Walker, H. A. (a cura di), *Advances in group processing*, JAI Press.

Masum, H., Tovey, M. (2011) «The Reputation Society: How Online Opinions Are Reshaping the Offline World», Cambridge Mass., The MIT Press.

Mattassoglio, F., (2018) «Innovazione tecnologica e valutazione del merito creditizio dei consumatori. Verso un Social Credit System?», Educatt, Milano.

Mattassoglio, F., (2020) «La valutazione “innovativa” del merito creditizio del consumatore e le sfide per il regolatore», in *Diritto della banca e del mercato finanziario*, 2, pp. 187 ss.

Mazzotti, M., (2015) «Per una sociologia degli algoritmi», in *Rassegna italiana di sociologia*, 3-4, pp. 465 ss.

Messinetti, R., (2019) «Trattamento dei dati per finalità di profilazione e decisioni automatizzate», in N. Zorzi Galgano (a cura di), *Persona e mercato dei dati. Riflessioni sul GDPR*, Milano, Wolters Kluwer, pp. 167 ss.

Messinetti, R., (2019) «La tutela della persona umana versus l'Intelligenza Artificiale. Potere decisionale dell'apparato tecnologico e diritto alla spiegazione della decisione automatizzata», in *Contratto e Impresa*, 2, pp. 885 ss.

Meyrowitz, J., (1993), «Oltre il senso del luogo: come i media elettronici influenzano il comportamento sociale», trad. it Barkerville, Bologna.

Mittlestadt, B.D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S., Floridi, L. (2016), «The ethics of algorithms: mapping the Debate», in *Big Data Society*, 3, pp. 1 ss.

Mobilio, G., (2021) «Tecnologie di riconoscimento facciale», Editoriale Scientifica, Napoli.

Molaschi, V., (2021) «Algoritmi e nuove schiavitù», in *Federalismi.it*, 18.

O'Neil, C. (2016), «Weapons of math destruction: how big data increases inequality and threatens democracy», London, Crown Pub.

Pasquale, F., (2015) «The Black Box Society: The Secret Algorithms that Control Money and Information», Harvard University Press, Boston.

Pinelli, C. Ruffolo, U., (2023) «I diritti nelle piattaforme», Giappichelli, Torino.

Resnick, P., Zeckhauser, R., (2022) «Trust among strangers in internet transactions: empirical analysis of Ebay's reputation system», in *The Economics of the Internet and E-commerce*, 2, pp. 23 ss.

Resnick, P., Zeckhauser, R., Friedman, E., Kuwabara, K., (2000) «Reputations systems: facilitating trust in internet interactions», <https://presnick.people.si.umich.edu/papers/cacm00/reputations.pdf>, gennaio.

Ridola, P., (2010) «*La dignità dell'uomo e il "principio libertà" nella cultura costituzionale europea*», in *Diritto comparato e diritto costituzionale europeo*, Giappichelli, Torino, pp. 84 ss.

Rodotà, S., (2018) «Antropologia dell'homo dignus», in *Storia e memoria*, 2, pp. 107 ss.

Rodotà, S., (2012) «Il diritto di avere diritti», Laterza, Roma-Bari.

Rodotà, S., (1997) «Tecnopolitica. La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione», Bari-Roma, Laterza.

Sandel, M.J. (2021), «The Tyranny of Merit. What's Become of the Common Good?», trad. it. in *La tirannia del merito. Perché viviamo in una società di vincitori e perdenti*, Milano, Feltrinelli.

Schwab, K., (2016) «La quarta rivoluzione industriale», trad. it. Franco Angeli, Milano.

Smorto, G., (2016) «Reputazione, fiducia e mercati», in *Europa e Diritto privato*, 1, pp. 199 ss.

Smuha, N.A., Ahmed-Rengers, E., Harkens, A., Li, W., MacLaren, J., Piselli, R., Yeung, K., (2021) «How the EU can achieve legally trustworthy AI: a response to the European Commission's Proposal for an Artificial Intelligence Act». SSRN Electron. J., 5 agosto, disponibile a https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3899991.

Swan, M. (2013), «The Quantified Self. Fundamental Disruption in Big Data Science and Biological Discovery», in *Big Data*, 2, pp. 85 ss.

Thomas, L., Crook, J., Edelman, D. (2017) «Credit scoring and its applications», Philadelphia.

Trottier, D. (2015), «Vigilantism and Power Users. Police and User-Led Investigations on social media», in *SocialMedia, Politics and the State: Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policies in the Age of Facebook, Twitter and Youtube*, Routledge, New York.

Turkle, S. (1997) *La vita sullo schermo*, trad. it. Apogeo, Milano.

Urquhart, L., Rodden, T., (2017) «New directions in information technology law: learning from human-computers interaction», in *International Review of Law, Computers & Technology*, 2, pp. 150 ss.

Utz, S., Matzat, U., Snijders, C., (2009) «On-line reputation systems: the effects of feedback comments and reactions on building and rebuilding trust in on-line auctions», in *International journal of electronic commerce*, 3, pp. 95 ss.

Verbeek, P.P. (2011) «Subject to technology», in A. Rouvroy, M. Hildebrandt (a cura di), *Law, Human Agency, and Autonomic Computing. The Philosophy of Law meets the Philosophy of Technology*, London, Routledge, pp. 27 ss.

Wagner, B., (2019) «Liable but Not in Control? Ensuring Meaningful Human Agency in Automated Decision-Making Systems», in *Policy & Internet*, 1, pp. 104 ss.

Zacharia, G., Maes, P., (2000) «Trust management through reputation mechanisms», in *Applied Artificial Intelligence*, 2, pp. 881 ss.

Zanchelli, M., (2020) «Ecosistemi, opacità, autonomia: le sfide dell'intelligenza artificiale in alcune proposte recenti della Commissione europea», in A. D'Aloia (a cura di), «Intelligenza artificiale e diritto. Come regolare un mondo nuovo», Milano, Giuffrè, pp. 67 ss.