

REPUTATION today

NEL TUO NOME
IL TUO VALORE

marzo
2024 40

**Sinfonia delle diversità
per il bene comune**

**Verso un futuro
digitalmente etico**

**Influencer, like
e consapevolezza
digitale**



2

EDITORIALE

Verso un futuro digitalmente etico

4

DAL MERCATO

6

L'INTERVISTA

Sinfonia delle diversità per il bene comune

Intervista a Paolo Cancelli
a cura di Giuseppe de Paoli

10

IL PARERE DELL'ESPERTO

Influencer, una storia (normativa) sbagliata?

Andrea Lisi

14

CULTURA E SOCIETÀ

Sequele, sequele, sequele

Marco Mozzoni

16

PROGRAMMA IL FUTURO

Insegnare l'informatica può aiutare l'autoefficacia
dei docenti?

Isabella Corradini

20

DALLE AZIENDE

Manager + Brand Reputation: attenti a quei due!

Mauro Matiddi

24

SALUTE E SICUREZZA

Lavoro su Piattaforme digitali
a cura di Reputation Agency

Giuseppe de Paoli
Direttore responsabile



Verso un futuro digitalmente etico

Notizia recente è l'approvazione dell'AI Act da parte del Parlamento Ue, che dopo un lungo lavoro preparatorio, ha fissato i "paletti" per un uso corretto dell'intelligenza artificiale, rappresentando, al momento, la prima legislazione completa in materia.

Sempre più l'Intelligenza Artificiale sta modificando le nostre abitudini, il nostro modo di lavorare, le nostre relazioni e la nostra stessa esistenza. È un sistema che ha già dimostrato di poter offrire grandi opportunità, per esempio nell'ambito sanitario, scolastico, nella logistica ma al contempo presenta notevoli rischi per la protezione dei nostri dati, contenuti, applicazioni e della nostra privacy e desta preoccupazione l'enorme potere accumulato dal ristretto numero di Big Tech che possiedono questi dati.

Il testo che dovrà essere tradotto nelle lingue dei paesi Ue affronterà un ulteriore voto del Parlamento, previsto per metà aprile. Entrerà quindi in vigore entro il 2026.

L'AI Act "si applicherà a tutti i soggetti, pubblici e privati, all'interno e all'esterno dell'Unione, che producono strumenti a intelligenza artificiale destinati al mercato europeo o il cui uso riguardi persone situate nell'Unione". Le nuove norme limitano l'uso di alcune applicazioni di Intelligenza artificiale che hanno suscitato parecchie preoccupazioni e perplessità di tipo etico: tra queste "i sistemi di categorizzazione biometrica basati su caratteristiche sensibili e l'estrapolazione indiscriminata di immagini facciali da internet o dalle registrazioni dei sistemi di telecamere a circuito chiuso per creare banche dati di riconoscimento facciale".

Saranno vietati “i sistemi di riconoscimento delle emozioni sul luogo di lavoro e nelle scuole, i sistemi di credito sociale, le pratiche di polizia predittiva (se basate esclusivamente sulla profilazione o sulla valutazione delle caratteristiche di una persona) e i sistemi che manipolano il comportamento umano o sfruttano le vulnerabilità delle persone”

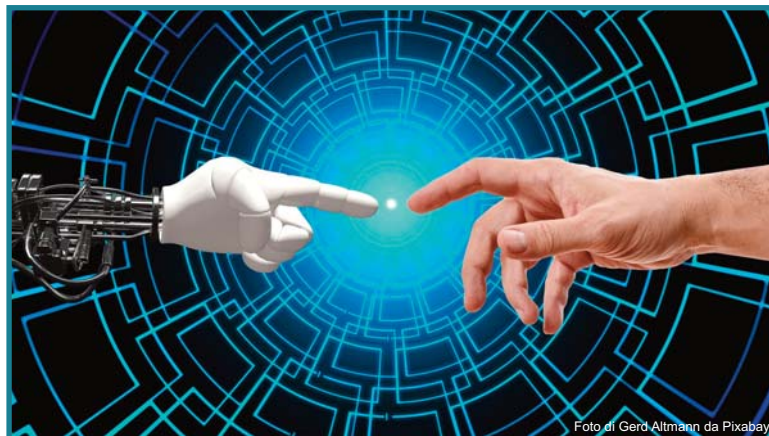


Foto di Gerd Altmann da Pixabay

Le nuove regole Ue introducono infine un meccanismo che mira a impedire alle grandi piattaforme online, come Facebook, X (l'ex Twitter), Instagram, di limitare o rimuovere in modo arbitrario contenuti di media indipendenti. Il correlatore del testo, Dracos Tudoraches, commenta: “Abbiamo collegato per sempre il concetto di intelligenza artificiale ai valori fondamentali che costituiscono la base delle nostre società. Ci aspetta molto lavoro che va oltre la legge sull'Intelligenza artificiale. Essa **ci spingerà a ripensare il contratto sociale che sta alla base delle nostre democrazie. Insieme ai nostri modelli educativi, ai nostri mercati del lavoro, al modo in cui conduciamo le guerre.** La legge sull'AI – ha concluso – non è la fine del viaggio, ma piuttosto il punto di partenza per un nuovo modello di governance basato sulla tecnologia”.

Di Tecnologia, etica, diritto si parla in questo numero di Reputation Today, ricco di tantissimi spunti chiave. Di complessità e “sinergia delle diversità” se ne discute nell'intervista con il prof. Paolo Cancelli, Direttore ufficio sviluppo della Pontificia Università Pontificia Antonianum, nonché Direttore dell'ufficio sviluppo e delle relazioni diplomatiche della Pontificia Accademia Mariana Internazionale.

Il parere autorevole dell'avvocato Andrea Lisi fa luce sulle nuove regole AGCOM dedicate al mondo degli influencer, che popolano sempre più la realtà digitale, mentre l'attivista e psicoterapeuta Marco Mozzoni discute del paradosso dell'intelligenza artificiale, di cui tanti parlano senza sapere bene cos'è. Uno spunto dal mondo della ricerca, con Isabella Corradini che analizza alcuni dati interessanti del monitoraggio del Progetto Programma il Futuro nel mondo della scuola, al fine di comprendere come le attività formative possano incidere sull'autoefficacia dei docenti, chiamati a sfide sempre più complesse anche in ambito digitale.

Infine, uno sguardo alla comunicazione delle aziende, affrontato anche nell'ottica della responsabilità sociale da Mauro Matiddi e le nuove prospettive in materia di salute e sicurezza legate al digitale, che rappresentano il focus della Campagna EU-OSHA 2023-2025, di cui Reputation Today è media partner.

Buona lettura! ■



IL TEMA DEL LAVORO TRA ETICA E SICUREZZA NELL'ERA DELL'IA

Dal 16 al 18 maggio la città di Firenze ospiterà la 15esima edizione del Festival del Lavoro, presso la Fortezza da Basso. Questa edizione sarà dedicata alle nuove sfide del mercato del lavoro, come preannuncia anche il titolo del tema 2024: "Etica e sicurezza del lavoro nell'era dell'intelligenza artificiale".

L'obiettivo del programma è analizzare da diverse angolazioni tutte le implicazioni che la digitalizzazione porta nel mercato del lavoro, affrontando i suoi impatti sia dal lato organizzativo che da quello delle persone. Per farlo, sono previsti interventi da esperti di diritto, dinamiche organizzative, consulenti del lavoro, referenti istituzionali e del mondo delle imprese.

<https://www.festivaldelavoro.it/>

FESTIVAL DELL'ECONOMIA

Dal 23 al 26 maggio a Trento si terrà il Festival dell'Economia, giunto alla sua 19esima edizione.

Il tema scelto per il 2024 è "Quo vadis?" con un sottotitolo che specifica maggiormente il focus, ovvero "I dilemmi del nostro tempo".

I principali filoni individuati per questa edizione sono la crisi climatica, lo sviluppo economico, la transizione energetica, il debito pubblico, l'impatto delle guerre, il rapporto tra ideologie e politiche, l'intelligenza artificiale. Prossimamente sarà disponibile il programma degli interventi.

<https://www.festivaleconomia.it/it/evento/il-valore-del-lavoro>



OBIETTIVO: SVILUPPO SOSTENIBILE

L'ottava edizione del Festival dello Sviluppo Sostenibile organizzata da ASviS si svolgerà con un fitto calendario per tutto il mese di maggio. In particolare, dal 7 al 23 maggio, verranno organizzati incontri ed eventi in tutta Italia sui 17 obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni unite.

Aderiranno più di 300 partner, tra cui scuole, università, enti locali, imprese, associazioni per sensibilizzare cittadinanza e istituzioni sulle diverse tematiche legate alla sostenibilità.

Tra poco verrà aperta la possibilità di partecipazione per cittadini e organizzazioni, a partire da questo link:

<https://asvis.it/goal8/notizie/1299-17870/il-festival-dello-sviluppo-sostenibile-torna-dal-7-al-23-maggio-2024-mettilo-in-agenda>



CULTURA ED EVENTI: UN FESTIVAL OLTRE LE CATEGORIE



Si svolgerà a Torino **dal 20 al 30 aprile** il Torino Jazz Festival 2024, un progetto della Città di Torino realizzato dalla Fondazione per la Cultura Torino con il sostegno del Ministero della Cultura e di Fondazione CRT, Main Partner Intesa Sanpaolo e Iren, con il contributo di ANCoS e Confartigianato Imprese Torino e in collaborazione con Turismo Torino e Provincia.

Sotto la direzione artistica di Stefano Zenni, l'evento giunge alla sua dodicesima edizione, e negli 11 giorni di programmazione si presenta come una delle più ricche di sempre, con una carrellata di eventi in cui si susseguono grandi concerti sui palchi e nei club, conferenze, presentazioni di libri, proiezioni cinematografiche, marching band e molto altro ancora.

<http://www.torinojazzfestival.it/>

A CHE PUNTO SIAMO CON LA SOSTENIBILITÀ DIGITALE?

Durante la seconda edizione degli Stati Generali per la sostenibilità digitale è stato presentato il Digital sustainability index (o DISI Corporate), ovvero il nuovo Indice per la sostenibilità digitale corporate. L'indice è stato sviluppato dalla Fondazione per la Sostenibilità digitale e ha l'obiettivo di valutare il grado di sostenibilità del settore dell'informatica, nel rispetto dei **17 obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite**.

Le organizzazioni sono coinvolte in un'autovalutazione basata su 58 indicatori di performance in cui è presente una correlazione tra il digitale e la sostenibilità sociale, ambientale ed economica. L'output generato dall'indice è in grado di dare un valore per ogni obiettivo sostenibile considerato e fornire una visione multidimensionale dell'impatto della trasformazione digitale sulla sostenibilità a 360 gradi.

<https://sostenibilitadigitale.it/disi-corporate/>



FONDAZIONE
PER LA SOSTENIBILITÀ
DIGITALE

Digital
Transformation
Institute

A cura di

Giuseppe de Paoli
Direttore responsabile Reputation Today

Sinfonia delle diversità per il bene comune

Intervista a Paolo Cancelli
Pontificia Università Antonianum,
Pontificia Accademia Mariana Internazionale

“ Per ogni cosa c'è il suo momento, il suo tempo per ogni faccenda sotto il cielo. C'è un tempo per nascere e un tempo per morire, un tempo per piantare e un tempo per sradicare le piante

Che tempo è quello che stiamo vivendo? Quali sono oggi le priorità per affrontare questa difficile fase? Ne parliamo con il **prof. avv. Paolo Cancelli**, docente universitario, accademico pontificio, avvocato, Direttore ufficio sviluppo della Pontificia Università Antonianum, Direttore ufficio sviluppo e relazioni diplomatiche della Pontificia Accademia Mariana Internazionale.

Cominciamo dalla sua attenzione al tema della diplomazia delle culture. Il digitale crea connessioni tra le diverse culture. Può spiegarci cosa si intende per diplomazia digitale, quale obiettivo si pone e il connubio possibile tra diplomazia culturale e digitale?

In un mondo sempre più minacciato da conflitti, da crisi sociali, climatiche e ambientali, la diplomazia culturale è fondamentale per promuovere la pace, la stabilità e la cooperazione.

Il dialogo, la comprensione, la diffusione della capacità di ascolto, di empatia, la conoscenza delle tradizioni e culture popolari si inseriscono nel sentiero di promuovere una specifica competenza: **la lettura ragionata della complessità.**

Tutto ciò necessita di una **nuova capacità predittiva di *intus legere***, un modello di intelligenza collettiva cooperante come strumento di servizio al pensiero, modello vivente di diplomazia della cultura, elemento essenziale per il policy maker globale. Anche nel Messaggio del Pontefice per la Giornata della pace 2024 è messo in evidenza che “I progressi dell'informatica e lo sviluppo delle tecnologie digitali negli ultimi decenni hanno già iniziato a produrre profonde trasformazioni nella società globale e nelle sue dinamiche. I nuovi strumenti digitali stanno cambiando il volto delle comunicazioni, della pubblica amministrazione, dell'istruzione, dei consumi, delle interazioni personali” e della diplomazia. Un cammino vivente di cambiamento che impatta sulle dinamiche della cooperazione.

In tale direzione nel magistero viene posto in risalto che “la globalizzazione favorisce gli scambi culturali spontanei, una maggiore conoscenza re-

ciproca e modalità di integrazione dei popoli che porteranno a un multilateralismo "dal basso". Il mondo sta diventando così multipolare e complesso che è necessario un quadro diverso per una cooperazione efficace. Non basta pensare agli equilibri di potere, ma anche alla necessità di rispondere alle nuove sfide e di reagire con meccanismi globali a quelle ambientali, sanitarie, culturali e sociali, soprattutto per consolidare il rispetto dei diritti umani più elementari, dei diritti sociali e della cura della casa comune. Si tratta di stabilire regole universali ed efficienti per garantire questa protezione mondiale."

Lo sguardo della complessità, la visione del noi, consente di recuperare la nozione di interdipendenza per ricostruire il multilateralismo intorno agli ideali di giustizia sociale e responsabilità reciproca tra le nazioni e all'interno di esse. Nell'analisi dei futuri scenari di cooperazione istituzionale, **la diplomazia delle culture è la chiave più avanzata per innescare un nuovo processo di relazione integrale**. Al suo interno si colloca la **Diplomazia digitale che possiamo definire come il modello sofisticato e raffinato di incontro armonico, capacità strategica per lo sviluppo di soluzioni tecnologiche e quadri normativi fondati sulla dignità universale**. La diplomazia digitale si alimenta in un approccio alle tecnologie fondato sul paradigma dell'**ecologia integrale** nei perti-



nenti consessi multilaterali, favorendo partenariati e coalizioni con i soggetti internazionali chiamati alla co-costruzione del futuro dell'umanità.

È una competenza delicata, necessaria per valorizzare l'interoperabilità dei dati e dei talenti, perché fondata sulla triplice analisi dell'io, del noi, dell'ambiente "glocale", globale e locale, al servizio dell'uomo nello stato di natura cogente: l'interdipendenza.

Il Consiglio europeo, nel dare le linee strategiche sulla diplomazia digitale, ha evidenziato la necessità per i vari paesi di rafforzare il ruolo della leadership. Secondo lei, di che leadership abbiamo bisogno?

Leggendo l'Enciclica Laudato Si' possiamo avere una chiara indicazione "c'è bisogno di costruire leadership che indichino strade, cercando di rispondere alle necessità delle generazioni attuali includendo tutti, senza compromettere le generazioni future". È necessario accompagnare e promuovere nei vari continenti del mondo, donne e uomini capaci di saper interagire con gli altri grazie alle tecnologie più sofisticate e innovative, valorizzando le migliori competenze tecniche con le più alte vocazioni per la cura del futuro, talenti generativi nel pensiero e nell'azione.

Un nuovo leader credo che debba vedere il "Potere come Servizio" al bene comune.

Come diceva James Freeman Clarke *"A politician thinks of the next election; a statesman of the next generation. A politician looks for the success of his party; a statesman for that of the country"*.

In questa delicatissima congiuntura storica dove è possibile la terza guerra mondiale, abbiamo bisogno di veri statisti per costruire un nuovo equilibrio geopolitico internazionale fondato sulla dignità universale, sull'uguaglianza formale e sostanziale, sulla solidarietà e sullo sguardo teso al futuro sostenibile del pianeta.

Sono certamente necessari nuovi leader capaci di promuovere un ordinamento giuridico vivente

fondato sulla sinfonia delle diversità, un processo di valore costituente che veda la loro autorevolezza come servizio nella costante ricerca di una feconda "interazione dei sistemi naturali con i sistemi sociali" per innescare una nuova dinamica di lavoro, leva della qualità generale dell'azione politica, manageriale e amministrativa, interpolando le migliori aspettative della sfera pubblica e privata, interna e internazionale. Una forma di interpolazione che permette di mettere a sistema le più alte qualità del rapporto tra la terra, l'impresa e la polis come elementi fondamentali per il benessere integrale della nostra casa comune.

I nuovi leader a cui mi riferisco devono essere abili costruttori di ponti, promotori di processi di autentica cura, strumenti di pace attiva e di decantazione delle tensioni, capaci di prestare attenzione alle differenze religiose, culturali e storiche che sono la vera ricchezza per il futuro del pianeta. Abili tessitori di sinergie tra le personalità, le culture e le civiltà.

Lei ha citato la "sinfonia delle diversità" che può mettere insieme i talenti, le eccellenze, le passioni, le più alte tecnologie e le intelligenze naturali e artificiali per il bene comune. È così?

La nuova grammatica del multilateralismo per la costruzione del futuro del pianeta si fonda sulla seguente visione: "la cultura del dialogo come via; la collaborazione comune come condotta; la conoscenza reciproca come metodo e criterio". In tale piattaforma valoriale è possibile sviluppare un'efficace interope-

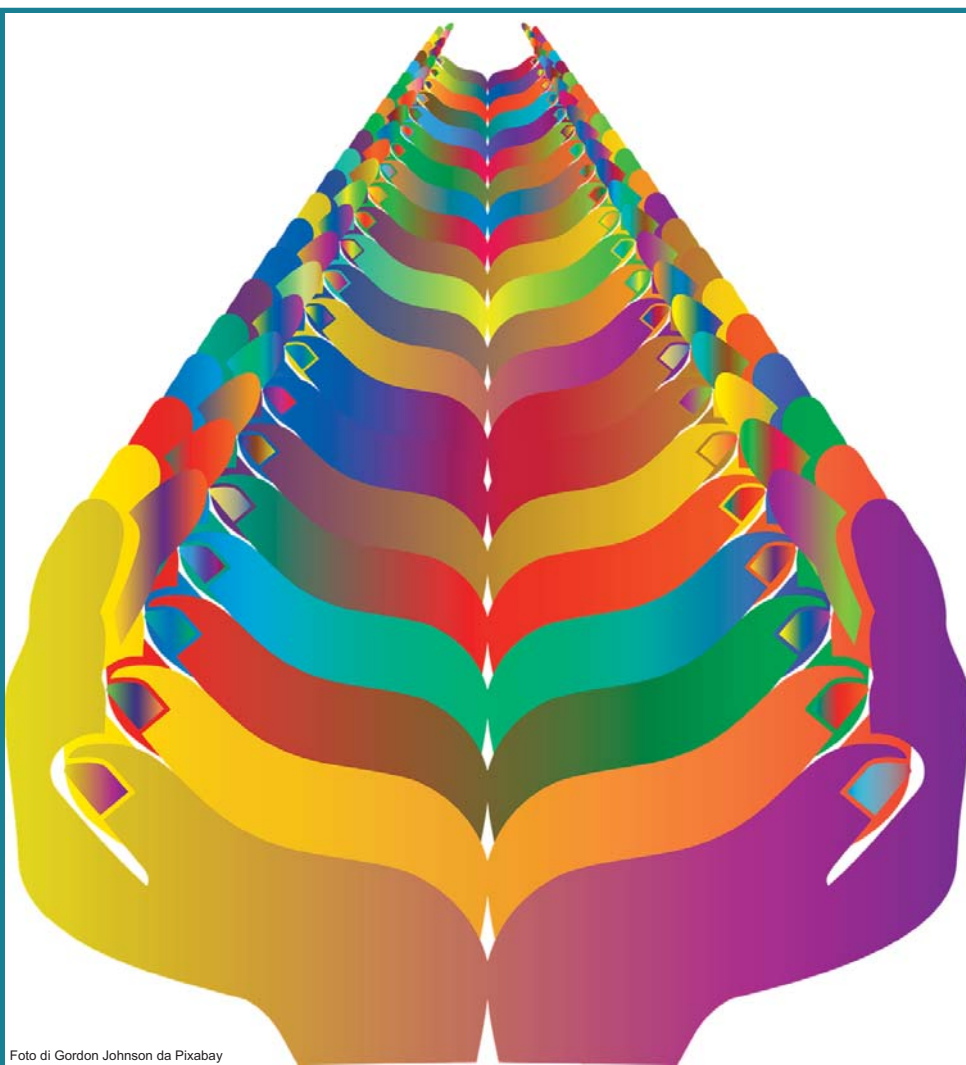


Foto di Gordon Johnson da Pixabay

rabilità dei valori nei vari ambiti cyber. Una sinfonia delle diversità che può mettere insieme i talenti, le eccellenze, le passioni, le più alte tecnologie e le intelligenze naturali e artificiali per il bene comune. Uno sguardo culturale che convoca un approccio sistemico e transdisciplinare per alimentare una armonia delle competenze e delle vocazioni istituzionali tese a valorizzare le esperienze degli esperti per la *digital transformation* e dell'intelligenza artificiale. Una lettura sapiente della complessità dove diventa cruciale sia l'*intus-legere*, che significa "leggere dentro", dunque capacità analitica e di approfondimento, sia *inter-legere*, "leggere attraverso", ovvero capacità associativa e di connessione. Una nuova intelligenza multipla, connettiva e cooperante che persegue la metrica di una feconda collaborazione tra istituzioni educative, artistiche, accademiche, economiche, diplomatiche e religiose a livello planetario. In tal modo si consolida la consapevolezza che, per far fronte alle sfide future della complessità del mondo globalizzato e interconnesso, è necessario adottare un approccio che ponga l'accento sulle relazioni umane inclusive, sulle connessioni transdisciplinari come principio di convivenza umana.

La Pontificia Università Antonianum ha dato vita ad un innovativo diploma biennale dedicato al tema dell'intelligenza artificiale. Ci può dire qualcosa su questo corso?

Il Diploma di Alta Specializzazione in Artificial Intelligence patrocinato dal Consiglio Nazionale Forense è promosso dalla Facoltà di Filosofia della Pontificia Università Antonianum e rappresenta una tappa scientifica fondamentale all'interno di un processo più ampio di innovazione tecnologica e trasformazione digitale in ambito forense, secondo la prospettiva di un nuovo paradigma ecologico-integrale.

In questa prima edizione il Diploma è rivolto so-

prattutto alle figure dei giuristi, con un'attenzione particolare all'avvocatura, in linea con gli orientamenti impartiti nei Congressi Nazionali Forensi sui temi connessi all'A.I. Il giurista è artista della ragione per dirla con le parole di Pierre Legendre dove l'arte della diplomazia delle culture e la lettura della "g-località" si offrono quali orientamenti di fondo di un diritto vivente e di un algoritmo ancorata alle sfide della complessità.

Le conquiste raggiunte dalle nuove tecnologie basate sull'A.I., come il *machine learning* e il *natural language processing*, rappresentano le soluzioni necessarie al perseguimento degli obiettivi posti e accendono sguardi per comprendere la nuova antropologia. L'indagine filosofica si offre come opportunità per interrogare il senso degli sviluppi indotti dall'A.I., nella consapevolezza che le nuove tecnologie contribuiscono all'innovazione e allo sviluppo solo se supportate da una riflessione antropologica ed etica. Compito delle discipline etico-giuridiche è di delineare un quadro etico-normativo che regolamenti e unifichi gli standard nazionali sull'A.I. attraverso protocolli di intesa tra gli Stati membri dell'Unione Europea e il resto del mondo. Professioni saldamente ancorate ad una tradizione plurisecolare, come l'avvocato, e figure emergenti con lo sguardo costantemente rivolto verso il futuro, come il *project manager* legale, non sarebbero in grado di produrre innovazione se ridotti a specialisti di settore in nome di una tecnocrazia fine a sé stessa. Un paradigma dell'ecologia integrale apre verso nuove economie e predispone ad una visione poliedrica della realtà ove le sue parti, solo apparentemente distanti, si offrono al mondo in connessione perpetua. Diritto, economia, antropologia, etica, morale, ingegneria espletano realmente le loro funzioni solo quando partecipano di un unico ecosistema. Sviluppare uno sguardo d'insieme, che innalzi a mezz'aria, permette di osservare dall'alto così da scrutare l'umano nella sua complessità. ■



Influencer, una storia (normativa) sbagliata?

Nascono sempre più influencer, reali o direttamente digitali. Del resto, se c'è una (più o meno intelligente) IA a sviluppare identità associabili alla nostra, perché dobbiamo preoccuparci del corpo fisico che ci lega a questa Terra?

Facciamo un esempio. Aitana Lopez non esiste nella nostra realtà fisica. I suoi piedi non poggiano più o meno delicatamente sul suolo terrestre. Ma lei (o essa?) esiste sui social. Esiste digitalmente con effetti diretti sul mondo reale, quanto meno dal punto di vista economico, ma effettivamente anche emotivo, sociologico (e quindi giuridico). Aitana è una delle tante **influencer generate dall'IA che spuntano come funghi** sottraendo follower a influencer un po' più reali, perché (più o meno) speculari al mondo analogico.

Occupandoci di influencer non possiamo non ricordare di quanto riferito tempo fa da Umberto Eco: «i social media danno diritto di parola a legioni di imbecilli che prima parlavano solo al bar dopo un bicchiere di vino, senza danneggiare la collettività. Venivano subito messi a tacere, mentre ora hanno lo stesso diritto di parola di un Premio Nobel. È l'invasione degli imbecilli». L'era degli influencer, dell'informazione "usa e getta",

senza attenta verifica delle fonti, protesa in ogni (brevissima) frase a stupire, a dividere (divide et impera) e a proferire assiomi, ci sta facendo probabilmente **involgere culturalmente e forse anche giuridicamente**.

La complessità (anche nell'uso della lingua) è servita in passato a fare germogliare le nostre menti, a fare sviluppare i nostri cervelli (naturali). **Oggi tutto invece viene plasmato di semplicismo nella foga di ricevere un like in più.**

Leggere con calma. Aspirare alla lentezza di un'interpretazione meditata. Tornare a uno "slow food culturale" spero che inizi prima o poi a tornare a essere una necessità diffusa (e insegnata). Un po' come il ritorno del vinile, **spero che si ritorni al senso della riflessione profonda**, che si arrivi anche mesi dopo su una notizia, per comprenderla profondamente. E questo elogio della lentezza forse dovrebbe caratterizzare le azioni del legislatore e delle Autorità preposte a regolamentare alcuni settori specifici nel nostro Paese.

Fatte queste doverose premesse, che possono riferirsi sia agli influencer reali sia a quelli digitali sviluppati attraverso le app di IA, proviamo a riflettere appunto sulle ultime novità normative che riguardano questo tema.

Fermo restando che **esistono anche attenti studiosi o riconosciuti artisti che influenzano semplicemente grazie alla cultura che esprimono in post, podcast o video sviluppati professionalmente**, la mia reale preoccupazione è che essi possano finire per rivelarsi a lungo andare come una specie in via di estinzione, considerato l'attuale proliferare di casi come il "pandorogate" che un paio di mesi fa ha appassionato mezza Italia (e l'altra metà - spero - un po' meno) e tale inchiesta ha comportato sia notevoli problemi a Chiara Ferragni (anche dal punto di vista sentimentale a quanto pare) e sia (ed è quello che più interessa ai nostri fini) ha determinato novità immediate dal punto di vista normativo.

Come giurista non posso non avvertire un certo malessere quando casi del genere sembrano incidere sulle priorità del legislatore nazionale portandolo a decidere di intervenire in fretta e furia su "pericolosissime" problematiche come quella degli "influencer che influenzano" un po' troppo l'inebetito popolo del web e del social web. In pochi giorni, infatti, si è deciso di intervenire sia con la legge 27 dicembre 2023, n. 206 (che contiene disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del made in Italy, ma anche una definizione specifica per i "creator digitali" e l'istituzione di un repertorio dei loro con-

tenuti nel registro pubblico generale delle opere protette) e sia con le Linee Guida di AGCOM proprio sugli influencer.

Lo scorso 10 gennaio 2024, in particolare, il Consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM), ha approvato all'unanimità il testo delle "Linee-guida volte a garantire il rispetto delle disposizioni del Testo unico da parte degli influencer e istituzione di un apposito Tavolo tecnico", volte proprio a garantire il rispetto da parte degli influencer delle disposizioni del Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 208 e, cioè, del Testo unico sui servizi di media audiovisivi, prevedendo anche per loro precise responsabilità editoriali sui contenuti condivisi sulle piattaforme (analoghe a quelle dei fornitori di servizi di media audiovisivi).

Giusto per evitare fraintendimenti su ciò che sto cercando di sottolineare, premetto che so bene che - a guardare con attenzione i tempi e le modalità di promulgazione delle Linee Guida di AGCOM - esse **non sono nate effettivamente come diretta conseguenza del "pandorogate"**: le consultazioni pubbliche relative a tale regolamentazione erano state aperte già svariati mesi prima, ma - possiamo dircelo con franchezza - senz'altro alcuni episodi di cronaca, soprattutto se riferiti al "misterioso" mondo del digitale, sembrano essere in grado di sbloccare

sistematicamente alcuni iter burocratici che riguardano atti di rilievo giuridico.

Inoltre, sempre per evitare *misunderstanding* su ciò che sostengo, credo che sia corretto rimarcare che **coloro che chiamiamo influencer (e a cui si riferiscono le Linee Guida di AGCOM) non coincidono perfettamente con i creatori digitali**



previsti invece dalla legge 206/23. I rispettivi testi hanno finalità di azione ben diverse, ma – allo stesso modo - non si può non riferire che il “creator digitale” può essere a sua volta influencer, se rientra nei parametri individuati dalle Linee Guida di AGCOM. E né voglio evidenziare che il mondo degli influencer debba essere ignorato dal legislatore nazionale o europeo...il problema è che **non credo assolutamente che il diritto debba inseguire ex lege ogni novità**, sull’onda degli stimoli della cronaca.

Io sinceramente sarei intervenuto prima di tutto culturalmente sia sui fruitori di tali contenuti “creativi” e sia sui fornitori degli stessi. Perché c’è profonda necessità di investimenti educativi, piuttosto che di nuove norme, soprattutto nei nebulosi ambiti della digitalità.

Ma abbiamo deciso di intervenire prontamente con Linee Guida che spartissero nettamente i confini tra chi possa definirsi influencer in Italia (per numero di follower) e chi no, con regole di trasparenza, codici di condotta ed ennesimi tavoli tecnici...infatti, inevitabilmente, al fine di regolare al meglio l’attività degli influencer, l’Autorità ha deciso di istituire **un apposito Tavolo tecnico**, il quale dovrà provvedere a redigere la regolamentazione di uno o più codici di condotta con ulteriori misure e modalità mediante le quali gli influencer dovranno adeguare la propria attività al fine di garantire il rispetto delle disposizioni applicabili del Testo Unico.

Un ennesimo rebus normativo che aggiunge confusione a un sistema di regolamentazione che ben si ritrova ancora oggi nelle profetiche parole di Ta-

cito: “corruptissima re publica plurimae legis”. La legge 206/2023, invece e come anticipato, nell’art. 27 ci ha regalato la definizione di “creator digitale” che è un “artista” che sviluppa opere originali ad alto contenuto digitale. Un menestrello, un poeta, un pittore, quindi, che per il secondo comma di questo articolo può decidere di depositare i suoi “preziosi” contenuti creativi in un repertorio, cioè un registro pubblico di opere protette. Quindi, nel mondo dei registri distribuiti, dei sistemi di conservazione dei documenti informatici, di marche temporali e servizi di recapito certificato, ci rivolgiamo a **un repertorio per tutelare con data certa questi flussi informativi costanti che piovono nel mondo dei social**.

Tutto appare piuttosto surreale sinceramente. E intanto noi giuristi rimaniamo con i nostri dubbi amletici da decifrare:

Chi è Aitana Lopez?

L’artista o l’opera da tutelare?

Chi è il “creator digitale”, in questo caso?

La società che ha deciso di crearla o l’intelligenza artificiale che l’ha prodotta?

Cosa e chi infiliamo in questo fantomatico registro da costruire a tutela del “made in Italy”?


Stiamo affrontando tali delicate tematiche come goffi elefanti che si aggirano in un negozio di cristalli. Forse, **dovremmo osservare di più e legiferare un po’ di meno** per evitare altri danni al nostro cervello naturale.

Auguriamoci insomma di continuare a usarlo il nostro cervello naturale per i prossimi anni, anche in punto di diritto. ■

Andrea Lisi

Avvocato esperto in diritto applicato all’informatica e protezione dei dati, Titolare di Studio Legale Lisi e coordinatore di Digitalaw e D&L NET. Presidente di ANORC Professioni, Direttore responsabile della Rivista di divulgazione scientifica DIGEAT. Componente del Comitato di Esperti di comprovata esperienza e qualificazione in materia di innovazione tecnologica e transizione digitale della PA presso il Sottosegretariato alla Presidenza del Consiglio con delega all’innovazione tecnologica.

SICUREZZA CAMBIAMENTO

A energia disponibile o energia alternativa,
in Eni preferiamo
energia disponibile  alternativa.

**Per sostenere il presente e il domani
di tutto il Paese. Scopri di più su eni.com**



L'ENERGIA DI SEMPRE  L'ENERGIA NUOVA



Sequele, sequele, sequele

*Le vele le vele le vele
Che schioccano e frustano al vento
Che gonfia di vane sequele
Le vele le vele le vele*
(Dino Campana, da "Barche amorrante", 1914)

Va bene, è l'argomento del momento. Ma che tutti quanti, anche chi ne sa poco o nulla, si sentano in dovere di dire qualcosa... Qualche settimana fa pensavo: "secondo me non siamo più capaci di usare le parole, forse anche di parlare". Paradosso dei paradossi in un mondo che ormai si ritiene espertissimo nella "comunicazione". Un esempio dei più facili, per capirci: sintonizzata sulle frequenze del consenso, la politica banalmente è diventata un semplice andar dietro l'onda. E va bene la "influencer" che a colpi di surf macina lautissimi compensi. Ma che a ogni giro di giostra si rischi sempre di trovarsi spiazzati da riassetti alla meno peggio dei contesti di riferimento quali economia, finanza, sanità, formazione, sicurezza nazionale... Non meriterebbero forse riflessioni più profonde, visioni di più ampio respiro, valori coerenti su cui tutti noi poter fare programmi su investimenti aziendali, percorsi di studio, progetti di vita?

Ora l'intelligenza artificiale è sulla bocca di tutti. Non è una novità. La si studia, sviluppa e usa da

decenni, specialmente nella ricerca. È un software potenziato e con interessanti capacità, ma resta tale. A meno che... Un momento, facciamo un salto, un salto quantistico. Chi si ricorda (appunto) lo sproloquio a cui abbiamo assistito proprio l'altro ieri sull'approccio "quantistico" a ogni cosa? Gran parte degli entusiasti ai quali chiedevo spiegazioni con un gesso alla lavagna, prontamente toglievano il disturbo. Proviamo a fare lo stesso oggi con chi discute di intelligenza artificiale. Eh, ma la casalinga di Voghera – famosa suo malgrado – non capirebbe una spiegazione troppo tecnica! E via di banalità, di battibecchi, dove tutti hanno diritto di parola, quei 15 minuti di celebrità, che però non bastano a mantenersi a galla in qualche modo per un po'. In questo frangente allora un'onda vale l'altra. Così gli esperti di niente diventano esperti di tutto. Per restare in metafora, a un vero esperto basterebbe la sua di onda; anzi di gran lunga preferirebbe scandagliare il fondale per comprendere realmente le dinamiche del fenomeno.

Un attore è preparato a rivestire ruoli diversi, calandosi nel personaggio a tal punto da scomparire

temporaneamente come soggetto: in ciò sta la sua bravura, a dare vita ad altri da sé restando se stesso. Ora invece ad alcuni (molti, anzi troppi in verità) capita di non esistere come soggetti e di non essere addestrati a mascherarsi da sé con "persone" altre; senza fondamento non si può sostenere un edificio. La non esistenza è un vuoto cosmico. Al posto di cercare / costruire il proprio fondamento, viene più facile lasciare agli altri il compito di attribuirci un'esistenza, una qualsiasi purché apprezzata dal maggior numero. Utile scappatoia che porta a mostrarsi, ad agire, a vivere per come gli altri, gli altri che "votano" (con o senza un click), ci immaginano, ci desiderano. Chi "influenza" il mercato può continuare a vivere come tale solo se accetta di essere influenzato – a monte – dal suo "popolo", in un gioco di reciproci riconoscimenti / inganni. Il vuoto non lo si colma, lo si impacchetta proprio come si fa con un pallone gonfiato.

Ora se trasferiamo il ragionamento sul tema in parola, ci rendiamo conto di essere in situazione analoga. Uno: è l'argomento del momento. Due: molti (ovvio, non tutti) di quanti ne parlano lo fanno per mantenersi sull'onda (che maschera il vuoto), per stare vivi (professionalmente appetibili in quanto esperti sul dibattersi del giorno) in un mercato che trascina nel vortice i soggetti invece di essere da loro pensato, programmato, armonizzato, gestito in funzione dei reali bisogni degli stessi e degli obiettivi di medio lungo periodo che tutti insieme (idealmente) dovremmo porci. Tre: così facendo, tutto il parlarne ne vanifica la sostanza e la portata realistica delle possibili applicazioni.

Purtroppo con un approccio siffatto anche l'IA rischia di entrare (se già non lo è) nel flusso della banalizzazione; e noi (umani che siamo) di commettere ancora una volta grossolani errori. ■



Foto di Artem Verbo su Unsplash



Insegnare l'informatica può aiutare l'autoefficacia dei docenti?

*Dati di monitoraggio del progetto
Programma il Futuro*

Nell'ambito del progetto Programma il Futuro, iniziativa promossa dal Ministero dell'Istruzione e del Merito e realizzato dal Laboratorio "Informatica e Scuola" del CINI (Consorzio Interuniversitario Nazionale per l'Informatica) fin dal 2014, è stata realizzata un'indagine volta a valutare come le attività proposte e svolte dai docenti abbiano influito sul loro senso di autoefficacia.

L'indagine è parte del monitoraggio del progetto curato dal Centro Ricerche Themis, che ne analizza l'andamento annuale ai fini della qualità. I dati elaborati sono oggetto di pubblicazioni di articoli di ricerca per convegni e riviste in ambito nazionale e internazionale.

Il concetto di "autoefficacia percepita", molto noto in psicologia sociale (Bandura, 1986), si inserisce nell'ambito della teoria dell'apprendimento sociale. Con tale concetto si vuole indicare la consa-

pevolezza di essere capace di dominare specifiche attività o aspetti del proprio funzionamento psicologico o sociale, riuscendo così a gestire situazioni complicate e a raggiungere gli obiettivi prefissati. In poche parole, l'autoefficacia fa riferimento alla percezione dell'individuo rispetto al sentirsi efficace nello svolgimento di un determinato compito. L'esperienza e l'apprendimento sociale sono elementi determinanti per lo sviluppo dell'autoefficacia, come ad esempio l'esperienza vissuta in prima persona nell'aver affrontato con successo una certa attività – nella ricerca in oggetto l'insegnamento dell'informatica – o vedere che anche altri colleghi che si sono cimentati nella stessa attività hanno ottenuto risultati positivi.

In questa sede si riportano i principali risultati dell'indagine, rimandando ad una successiva pubblicazione la descrizione approfondita del costruito di "autoefficacia percepita" in letteratura e l'analisi dei dati.

Gli esiti presentati sono il risultato dell'analisi di **1.554 questionari** compilati per la maggior parte da insegnanti della scuola primaria (58%), seguiti dalla scuola media (25%) e quella secondaria (12%). La maggioranza del campione (83%) è femminile, in linea con la distribuzione nazionale.

Facendo una valutazione complessiva, emerge che le attività del progetto hanno avuto un impatto fortemente positivo nella percezione di autoefficacia degli insegnanti, dal momento che sommando le risposte con valore positivo (opzioni di risposta "abbastanza", "molto" e "moltissimo") si raggiungono livelli vicini o superiori al 90% per molte delle domande poste.

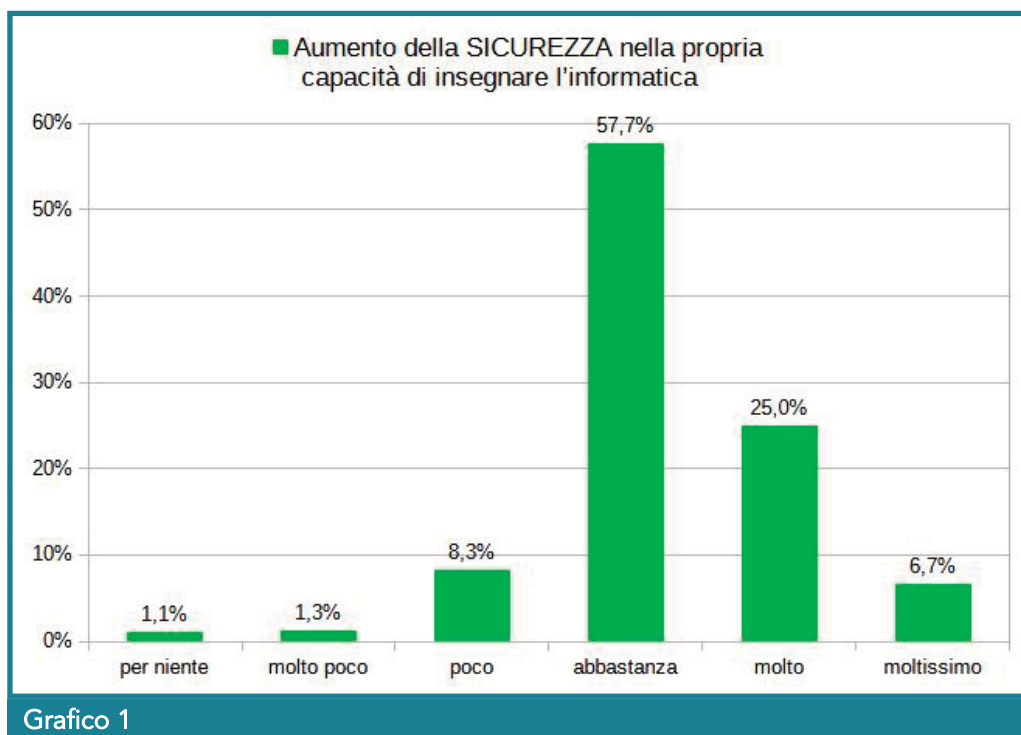
Nello specifico, si evidenzia che quasi il 90% ha incrementato la propria **sicurezza nell'insegnare informatica** (Grafico 1).

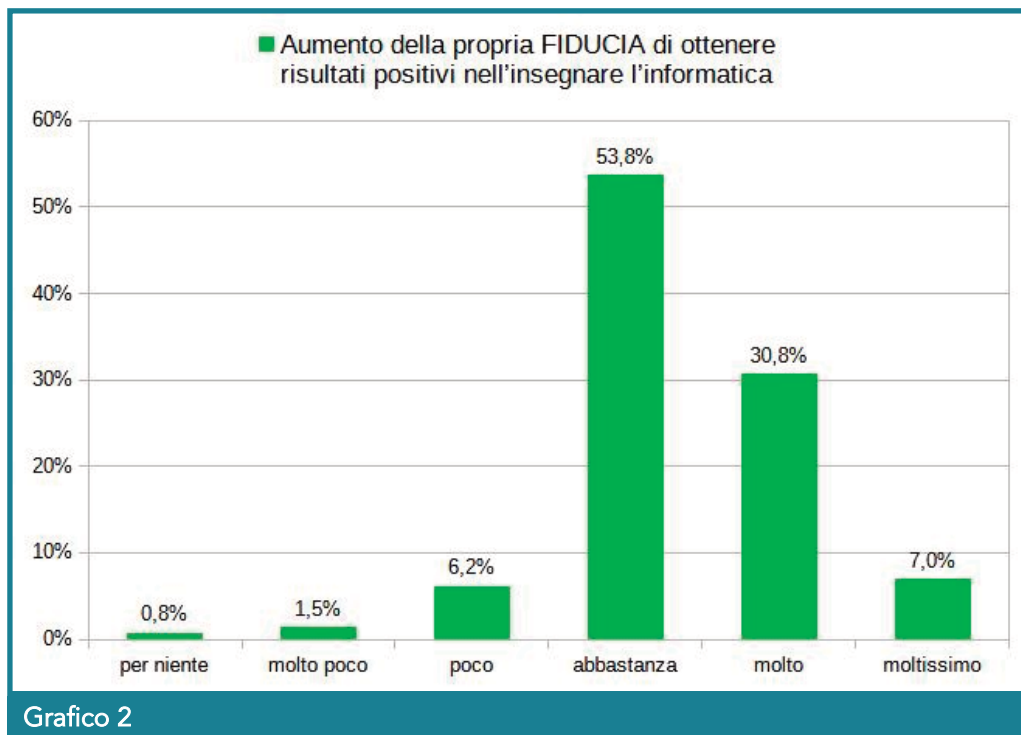
Nella lettura del dato va considerato che non tutti gli insegnanti che hanno risposto all'indagine hanno l'informatica come materia di insegnamento o co-

munque non hanno un background di tipo tecnico. L'aspetto dell'autoefficacia è confermato anche dal fatto che più del 92% si sente maggiormente **fiducioso nell'ottenere risultati positivi nell'insegnare informatica** (Grafico 2)

Tali risultati appaiono rafforzati per coloro che partecipano da più anni a Programma il Futuro: nell'analizzare le differenze in termini di anni di partecipazione, per chi svolge da più anni le attività del progetto emerge una maggiore autoefficacia percepita, probabilmente anche per il fatto che ha avuto la possibilità di sperimentare più a lungo i materiali fruibili sulla cittadinanza digitale, in particolare le guide formative, che appunto "guidano" il docente nelle varie fasi della lezione (<https://programmailfuturo.it/come/cittadinanza-digitale>).

Altro dato che conferma il risultato positivo in termini di autoefficacia è la consapevolezza da parte dei docenti che il fatto che i propri colleghi ottengano risultati positivi nello stesso ambito **rafforza**





la **motivazione** a continuare nell'insegnamento dell'informatica (92%).

L'aspetto motivazionale è fondamentale, se si pensa che anche in situazioni di fatica e stress, così come a fronte di difficoltà organizzative, i docenti non sembrano tirarsi indietro, anzi dichiarano di sentirsi in grado di insegnare informatica (80%).

Ma è possibile incrementare l'autoefficacia percepita?

Tra le varie opzioni di risposta a disposizione, la scelta cade (andando a vedere le prime quattro posizioni in termini percentuali) principalmente nell'incrementare la **disponibilità di strumenti tecnologici**, come pc e tablet (52%), nel poter disporre di un **maggior numero di ore di lezione** (45%) e favorire **opportunità di discussione** con esperti (39%), oltre che poter usufruire di ulteriore **materiale didattico**, come guide, corsi, video (38%).

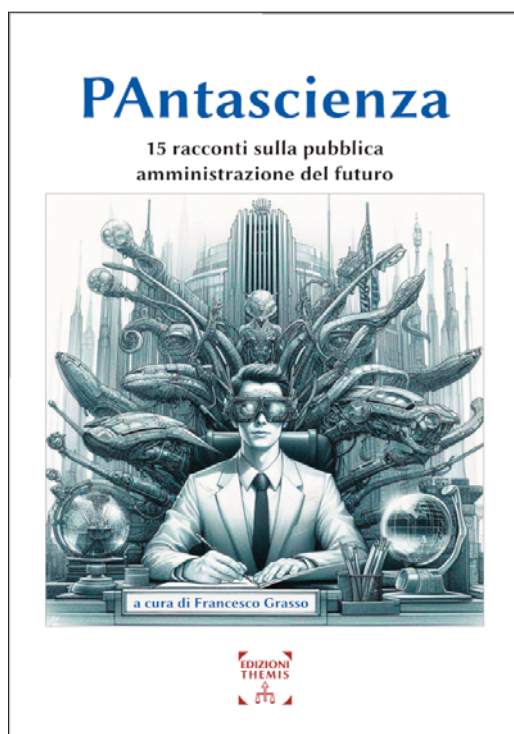
Una richiesta che Programma il Futuro, che allo stato attuale compie 10 anni di attività, accoglie con piacere: anche quest'anno sono previste di-

verse iniziative, quali ad esempio il ciclo di webinar su temi di cittadinanza digitale, come l'intelligenza artificiale, l'open source, la privacy e la sicurezza dei dati (<https://programmmailfuturo.it/notizie/webinar>)

Ed è proprio il tema dell'intelligenza artificiale l'argomento del concorso di quest'anno, "**Il nostro futuro insieme all'intelligenza artificiale**", l'iniziativa che vuole stimolare la creatività degli studenti su questo tema.

Il concorso è stato bandito il 27 febbraio 2024 con una Circolare del Ministero dell'Istruzione e prevede la partecipazione di tutti gli studenti frequentanti le scuole italiane di ogni ordine e grado, statali e paritarie, del territorio nazionale ed estero. Ogni singola classe, coordinata da un docente di riferimento per la partecipazione della classe all'iniziativa, potrà partecipare con un solo elaborato, realizzando un progetto informatico in linea quanto specificato negli ulteriori dettagli operativi. La scadenza per l'invio degli elaborati è fissata al **30 aprile 2024**. ■

Novità



PAntascienza

15 racconti sulla pubblica amministrazione del futuro

a cura di Francesco Grasso

pp. 224 - € 15,00

Un'antologia di quindici racconti che tratteggiano una possibile PA del futuro. Una lettura che si rivela anche un formidabile strumento educativo, che stimola a riflettere sui tanti aspetti del digitale: dall'uso delle firme agli assistenti robot, fino a delineare fantasiose strutture, come i ministeri itineranti, e nuovi percorsi formativi, come i corsi di laurea in burocrazia informatica. Un futuro che non è poi così lontano e, soprattutto, non facilmente controllabile dagli esseri umani. Facendo leva sulle emozioni, colpendo allo stomaco il lettore, sfruttando linguaggio, dialoghi e colpi di scena, gli autori, in buona parte ingegneri o comunque con formazione scientifica, riescono a veicolare concetti cruciali in modo efficace, al pari di un saggio. O anche meglio.



Manager + Brand Reputation: attenti a quei due!

Le persone fanno le aziende. La reputazione di una azienda è un mosaico composto dall'insieme di tasselli, materiali e immateriali, che concorrono al suo successo. Tra quelli immateriali grande valore viene generato dalle risorse umane che vi operano, a cominciare dal team dirigenziale e dall'affidabilità tecnica e umana riconosciuta a ogni figura di vertice.

Con affidabilità tecnica ci si riferisce alla preparazione, formazione teorica potenziata dall'esperienza sul campo: questo mix è necessario per avere uno sguardo manageriale, ampio e dettagliato sul lavoro, necessario per pianificare le priorità e anticipare soluzioni ai problemi potenziali.

Con affidabilità umana si fa riferimento al carattere, alla forza d'animo che caratterizza leader coinvolgenti, capaci di motivare, di stimolare la migliore risposta comportamentale nei collaboratori quando le avversità impattano sul sistema aziendale, come ad esempio una improvvisa carenza di risorse umane o di approvvigionamenti, un cambiamento repentino della domanda di mercato, un adeguamento normativo che rallenta

la produttività aumentando i costi e riducendo i margini.

Nei momenti difficili serve una guida forte, la figura manageriale deve essere abile a raccogliere informazioni, riallocare le risorse per soluzioni innovative, nuovi obiettivi o riposizionamenti e deve convincere i propri collaboratori a gettare il cuore oltre l'ostacolo. Deve sapersi reinventare, pur mantenendo coerenza con la propria storia, il background e gli asset costruiti, ma INNOVANDOSI per evolvere il business in maniera SOSTENIBILE. In un recente articolo apparso sul Sole 24 Ore a firma di Vitaliano D'Angerio "[Reputazione sul web](#)" viene esaminata la reputazione di alcuni brand in relazione a temi ESG (Environmental, Social e Governance). La reputazione online dei brand – che vede ai primi posti aziende del calibro di Eni, Ferrari, Enel, Intesa Sanpaolo – viene esaminata sotto il profilo computazionale e Reputation Manager, azienda che ha fornito le analisi illustrate nell'articolo, mette in relazione il manager/vertice aziendale con il brand analizzando in termini matematici, tramite un algoritmo, la loro "massa reputazio-

nale". Ne consegue che tale massa, come in fisica, è capace di attrarre e di respingere. Aggiungiamo: orienta, attrae o respinge attenzione e pro-positività delle persone verso il manager e verso il brand diretto da questa persona.

"Attenti a quei due" era una fortunata serie televisiva degli anni '70, il cui format (due attori, diversi ma entrambi capaci di personificare un *life style* attraente) fu riproposto e declinato in numerose altre produzioni di successo nell'*entertainment*. Ne facciamo l'incipit "strillato" per argomentare il potenziale dirompente che ha, sotto il profilo reputazionale, la cura della comunicazione di un brand quando viene correlata alla cura della comunicazione del manager che la governa. La metodologia descritta nell'articolo esclude, dalla massa reputazionale esaminata, i contenuti prodotti direttamente dall'identità monitorata (sia l'azienda che il manager), cioè, esclude il sito web o le pubblicità o le altre attività comunicazionali direttamente gestite dal soggetto manager e dal soggetto brand. 104 sono i parametri che selezionano i contenuti inclusi nella massa reputazionale, e maggior peso/rilevanza viene assegnato ai contenuti web di mass-media autorevoli rispetto ad altre fonti. Si dovrebbe sempre applicare una predilezione verso notizie provenienti da fonti autorevoli. Preferenza ancor più necessaria alla luce dell'evoluzione delle fake news apportata dalla diffusione dell'intelligenza artificiale generativa, che fa sì che esse siano facilmente usabili per la produzione di contenuti in maniera semi-automatica: comunicati testuali credibili supportati da immagini altrettanto credibili anche se false.

Alla luce di questa consapevolezza, acquisisce ancor più valore il lavoro di chi mette in relazione dati oggettivi con liste ed elenchi premianti in termini di reputazione. Ad esempio, L'8 febbraio 2024 il Corriere, nel suo inserto Pianeta 2030, ha pubblicato l'esteso dossier "[Le aziende più attente](#)

[al clima](#)" (a cura di Giorgia Bollati), realizzato insieme a Statista (azienda che gestisce una delle piattaforme digitali di statistica e di business intelligence più importanti al mondo), elencando le aziende italiane che hanno ridotto maggiormente il loro rapporto tra emissioni di CO2 e crescita di fatturato. La lista viene elaborata facendo il calcolo del rapporto tra emissioni globali dei gas serra di ogni azienda negli anni dal 2020 al 2022 e i ricavi della produzione nello stesso periodo. I nuovi trend di consumatori – e investitori – attenti all'ESG prediligono le aziende più responsabili. Inoltre, quelle che sanno raccontare in modo chiaro e trasparente come fanno il proprio business perseguendo strategie di crescita e produzione sostenibile sono destinate ad affermarsi sempre più sui mercati, educano i propri target di riferimento ad esser ancor più consapevoli delle proprie scelte (acquirenti di prodotti e servizi o investitori), funzionano da motore motivazionale di un meccanismo che si autoalimenta. Di anno in anno aumenta la quantità di **persone che orientano le proprie scelte verso prodotti o servizi che offrono garanzie di sostenibilità ESG**, e questo avviene in tutti i settori e in tutti i mercati. Il dossier ha preso in esame 600 grandi imprese, con sede in Italia, appartenenti a settori e filiere differenti, selezionate in relazione al maggior fatturato o quotate in borsa. Il ranking generale e l'analisi approfondita premiano la reputazione di 150 imprese tra le 600 totali, in relazione alla valutazione Scope 1 e Scope 2, distinte per settore di attività e suddivise per Regione. Scope 1 valuta emissioni di gas a effetto serra da fonti che sono di proprietà o controllate dall'azienda (ad esempio l'uso di combustibili per il riscaldamento e per il parco auto, e l'uso di gas refrigeranti). La valutazione Scope 2 riguarda le emissioni indirette di CO2 e include l'emissione di gas serra derivati dalla generazione di elettricità acquistata, dal riscaldamento, dal raffreddamento e dal vapore. La riduzione del rapporto tra fatturato e questi valori è chiamata CARR (*Compound*

Annual Reduction Rate) e determina il posizionamento aziendale nella lista. Nella lista ci sono tre aziende originarie del Sud Italia, la prima delle quali è il Gruppo PLC: una realtà con sede centrale ad Acerra (NA), attiva da 30 anni nella progettazione, costruzione e gestione di impianti di produzione dell'energia da fonti rinnovabili e infrastrutture elettriche che connettono gli asset eolici, fotovoltaici, biogas-biometano e idroelettrici alla Rete di Trasmissione Nazionale. L'azienda fondata da Francesco Esposito è nata dalla sua passione per le tecnologie dell'elettricità. Negli anni si è contornato di collaboratori affidabili sia sotto il profilo tecnico che umano: il loro mantra è "non si abbandona il partner che affronta un problema,

sia collega o cliente o fornitore". PLC è una realtà industriale sconosciuta alla gran parte degli italiani, ma la sua reputazione è diffusa tra gli addetti ai lavori, inoltre conta su un albo fornitori selezionato in base alla loro competenza professionale, la compliance sotto ogni profilo legale e l'affidabilità (il *procurement* è una delle *activities* sulle quali PLC investe continuamente). Diego Percopo, che da quasi 30 anni amministra società del settore energia da fonti rinnovabili, è CEO del Gruppo PLC, e ha fatto proprio il mantra condiviso dai manager e responsabili aziendali: l'azienda ha ripreso a volare alto come non faceva da anni, e porta energia nel Bel Paese. Dal sud Italia, dove nasce il sole. ■



Foto di Gerd Altmann da Pixabay



Axios Cloud 2.0

la completa gestione
dei software scolastici

axiositalia.com



Lavoro su Piattaforme digitali



Opportunità e rischi per la sicurezza e la salute al tempo degli algoritmi

La Campagna Europea dell'EU-OSHA nel triennio 2023-2025 è stata dedicata alla [salute e sicurezza sul lavoro nell'era digitale](#). Uno degli ambiti prioritari individuati dall'Agenzia è il [lavoro su piattaforma digitale](#), ovvero qualsiasi tipo di lavoro fornito su una piattaforma digitale, attraverso di essa o per sua mediazione.

In questo senso, l'intento dell'EU-OSHA di sensibilizzare sulle tematiche inerenti la salute e la sicurezza sul lavoro va oltre la consueta accezione di questi rischi: i lavoratori su piattaforma digitale sono infatti spesso liberi professionisti, o comunque lavoratori autonomi, pertanto non spetterebbe alle organizzazioni occuparsi della loro salute e sicurezza.

E allora, proprio perché le piattaforme non hanno alcun obbligo di tutela e prevenzione, appare ancora più importante [sensibilizzare imprese e lavoratori su questi temi](#), che è oltretutto in via di diffusione sempre più ampia.

Questa modalità di lavoro, infatti, ha degli indubbi vantaggi, come la flessibilità e la creazione di nuove opportunità per lavoratori e aziende, favo-

rendo l'inclusione dei lavoratori che resterebbero fuori dal mercato del lavoro per vulnerabilità personali o ambientali e favorendo l'incontro tra lavoratori e aziende di ogni tipo.

Alcuni settori sono più coinvolti nel fenomeno, come ad esempio quello delle consegne a domicilio e dei trasporti che vedono fattorini e tassisti supportati dalle tecnologie di incontro tra domanda e offerta. Questi, come gli altri lavoratori delle piattaforme digitali sono gestiti da algoritmi che incidono sull'assegnazione dei clienti, sulle attività, sui prezzi e sulla raccolta di dati dei lavoratori. Quest'ultimo aspetto, in particolare, genera questioni anche legate alla sicurezza informatica, esponendo i lavoratori su piattaforma digitale a un ulteriore rischio.

[Ulteriori aspetti critici di questo tipo di lavoro](#) sono il minore potere contrattuale e il minore controllo sul proprio lavoro, nonché una minore qualifica, un maggiore controllo da parte delle piattaforme, la maggiore esposizione all'isolamento, all'intensificazione del lavoro, a orari di lavoro prolungati e al monitoraggio e alla sorveglianza digitali che possono generare elevati livelli di stress.

L'EU-OSHA, attraverso l'indicazione di questo ambito prioritario, intende promuovere l'individuazione e l'adozione di soluzioni nuove e aggiornate in materia di sicurezza e salute sul lavoro, promuovendo verso responsabili politici, ricercatori e datori di lavoro l'informazione sui potenziali effetti della digitalizzazione, così da aumentare e iniziative volte a proteggere i lavoratori e a prevenire i rischi futuri. Il tutto grazie anche ad uno condotto dalla stessa agenzia e dal quale emerge **il trend dei nuovi rischi**.

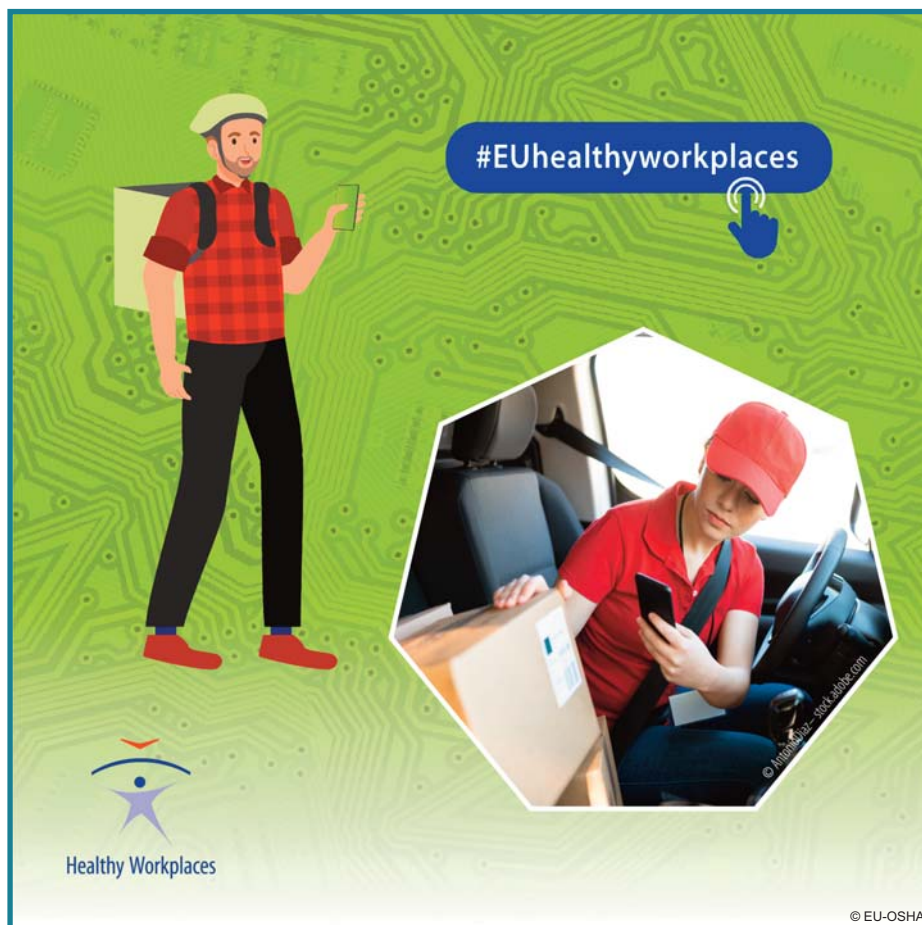
I progetti di ricerca promossi dall'Agenzia nel settore del **lavoro tramite piattaforma digitale** mirano a:

- esaminare e valutare le opportunità, le sfide e i rischi del lavoro tramite piattaforma;
- eseguire una mappatura dei tipi di lavoro su piattaforma e dei relativi rischi e opportunità;

- individuare esempi di politiche volte a prevenire i rischi in materia di SSL per i lavoratori delle piattaforme; e
- sostenere lo sviluppo di strumenti pratici per la prevenzione in materia di SSL.

Come in ogni Campagna, l'Agenzia ha messo a disposizione **diverse pubblicazioni** per aumentare la consapevolezza sul tema da parte di lavoratori, organizzazioni e istituzioni.

Il lavoro su piattaforma digitale è solo uno dei focus che l'EU-OSHA ha individuato per il triennio 2023-2025. Infatti, altri 4 ambiti prioritari – ovvero la robotica avanzata e l'intelligenza artificiale, la gestione dei lavoratori tramite l'intelligenza artificiale, il telelavoro e i sistemi digitali intelligenti – saranno approfonditi via via durante le iniziative della Campagna. ■



Direttore responsabile

Giuseppe de Paoli



Giornalista professionista e Web Content Manager. Scrive per Focus e Brain Factor. Ha lavorato per Adn Kronos, agenzia stampa, e per la stessa è stato corrispondente da Torino e dalla Valle d'Aosta. Ha lavorato al Parlamento Europeo ed al Ministero dell'Ambiente occupandosi di media planning e media relation e curato la realizzazione di seminari e convegni. Ha collaborato con La Stampa, IctBusiness, Sinetworkers, Il Valore, Amadeus, La Gazzetta del Piemonte ed altre testate. È tra i promotori di Giornalistico, network di professionisti specializzati nella Comunicazione Istituzionale.

Twitter: [@giuseppedepao12](https://twitter.com/giuseppedepao12)

Linkedin: <https://it.linkedin.com/in/giuseppe-de-paoli-0b985218>

Responsabile scientifico

Isabella Corradini



Psicologa sociale e del lavoro, criminologa, è esperta di sicurezza (safety e security) con approccio basato sul fattore umano, con riferimento sia agli ambiti aziendali che agli scenari digitali. È inoltre attiva nell'area della comunicazione e reputazione. È direttrice di [Themis](#), centro ricerche socio-psicologiche e criminologico-forensi, e fondatrice del [Link&Think Research Lab](#), focalizzato sugli aspetti etico-sociali della relazione tra persone e tecnologie digitali. Ha più di quindici anni di insegnamento a livello accademico nell'ambito della psicologia sociale e della psicologia del comportamento criminale. È membro di diversi comitati tecnico-scientifici e autrice di numerose pubblicazioni nazionali ed internazionali (saggi, libri e articoli). Cura inoltre per la Franco Angeli una collana editoriale sul tema della reputazione.

Twitter: [@isabcor](https://twitter.com/isabcor)

Linkedin: <https://it.linkedin.com/in/isabellacorradini>

Facebook: <https://www.facebook.com/isabella.corradini.themis>

Partner



Centro Ricerche
socio-psicologiche
e criminologico-forensi

BRAINFACITOR

REPUTATION today

anno X, numero 40, marzo 2024

Direttore Responsabile
Giuseppe de Paoli

Responsabile Scientifico
Isabella Corradini

**Responsabile area Sistemi
e Tecnologie**
Enrico Nardelli

Redazione
Ileana Moriconi

Grafica
Paolo Alberti

Pubblicazione trimestrale
registrata presso il Tribunale
di Roma il 13/02/2014 n. 14

Reputation Agency
Divisione di Comunicazione di
Themis s.r.l.
via Veturia 44- 00181 Roma
tel. +39 06 9292.7629

È vietata la riproduzione, anche par-
ziale, di immagini, testi o contenuti
senza autorizzazione.



I numeri arretrati di **REPUTATION today** sono disponibili per il download gratuito su www.reputationagency.eu

Per collaborare

REPUTATION today desidera facilitare la pubblicazione di articoli che possono provenire da tutti i lettori.

Si riportano di seguito le norme editoriali alla base dei criteri selettivi con cui verranno presi in esame gli articoli.

Il testo deve essere accompagnato da una dichiarazione firmata dell'autore o dagli autori nella quale si attesti che l'articolo è originale e non è stato pubblicato in precedenza su altre testate. I lavori devono pervenire all'indirizzo della redazione:

info@reputationagency.eu. nella loro forma definitiva, completi di nome, cognome, qualifica, foto e firma dell'autore.

Gli argomenti proposti debbono essere correlati agli aspetti gestionali, organizzativi, giuridici e sociali delle seguenti aree: comunicazione e social media; reputazione aziendale; società, cultura e reputazione; buone pratiche; reputazione on line; misurazione della reputazione.

Il **sommario** dovrà chiarire lo scopo e le conclusioni del lavoro e non dovrà superare le 300 battute (spazi inclusi).

Didascalie e **illustrazioni** devono avere un chiaro richiamo nel testo. La **bibliografia** sarà riportata in ordine alfabetico rispettando le abbreviazioni internazionali.

La Direzione, ove necessario, si riserva di apportare modifiche formali che verranno sottoposte all'Autore prima della pubblicazione del lavoro.

Seguici...



<https://www.facebook.com/pages/Reputation-Agency/525803207484783>



@ReputationAGCY
<https://twitter.com/ReputationAGCY>