

A V V . V A L E N T I N A F I O R E N Z A



DA CONSUMATORI A CONSUMATI

LA LIBAGIONE DELLE NUOVE DIVINITÀ ALGORITMICHE

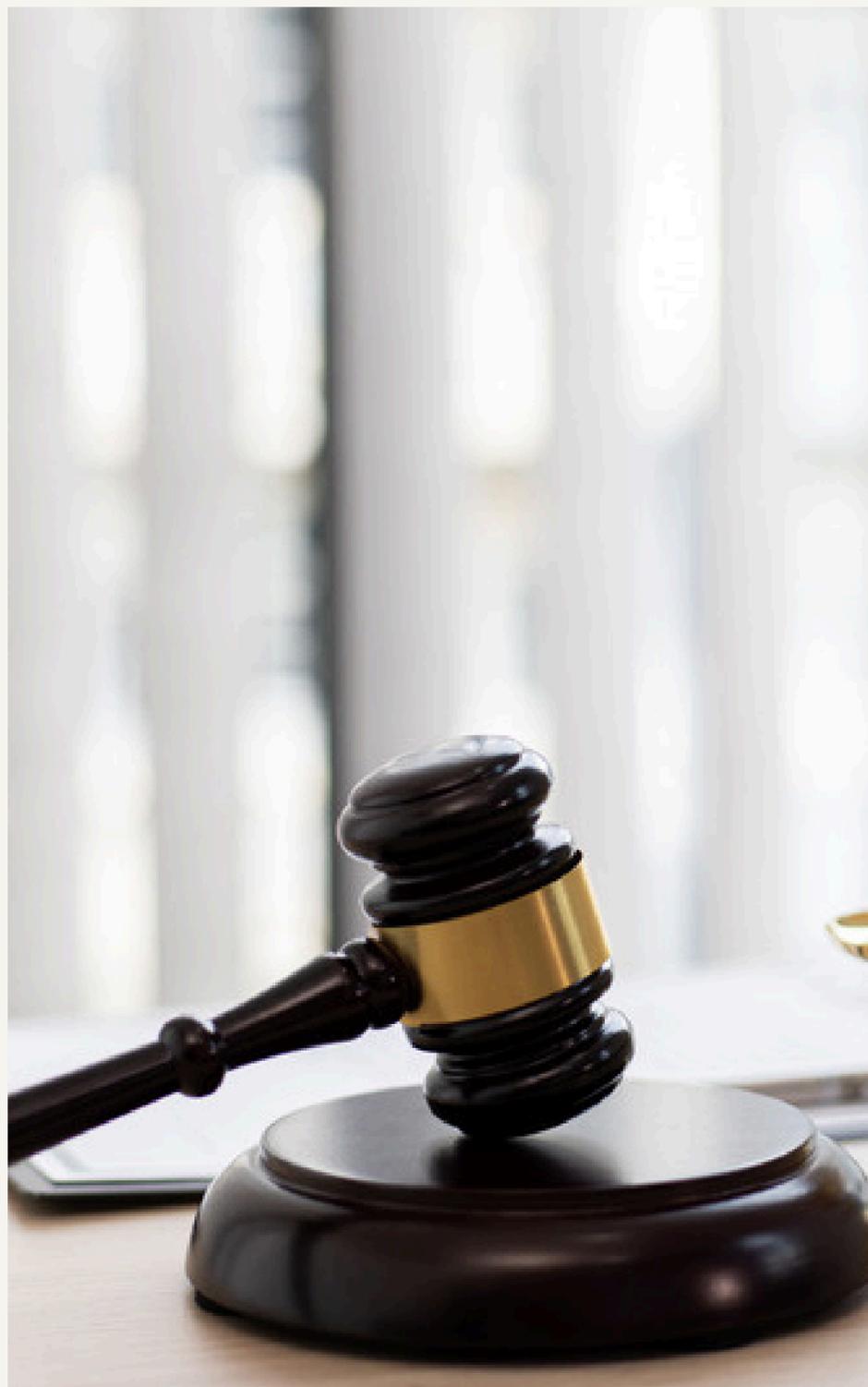


CHI SONO

Avvocato, esperta del diritto applicato alle nuove tecnologie, al marketing e ai social network. Ho conseguito il **master in diritto industriale e proprietà intellettuale**. Ho maturato la mia esperienza come consulente per le attività svolte nel mondo digitale, curando la contrattualistica e gli aspetti relativi a GDPR, proprietà industriale ed intellettuale.

Sono particolarmente attiva nella divulgazione delle nuove normative che regolano il web attraverso il canale IG **@theblondlawyer** e come relatrice ospite a webinar, eventi, convegni e corsi universitari.





CONVENZIONE DI BRUXELLES 1968

concernente la competenza
giurisdizionale e l'esecuzione
delle decisioni in materia civile e
commerciale

Articolo 13

In materia di contratti conclusi
da una persona per un uso
che possa essere considerato
estraneo alla sua attività
professionale, **in appreso
denominata**
«consumatore», la
competenza è regolata dalla
presente sezione,[...]



A CHI ERA DESTINATA LA TUTELA?

- ✓ E' stato osservato, da parte dei commentatori, che le ragioni inizialmente poste dal legislatore comunitario a fondamento della tutela del consumatore risiedevano nella **necessità di favorire l'ordinato e razionale sviluppo del mercato unico** dei beni e dei servizi e la libera circolazione dei prodotti, **piuttosto che in esigenze di protezione** di tale soggetto rispetto alla posizione di forza dell'imprenditore a lui contrapposto.



Art. 153

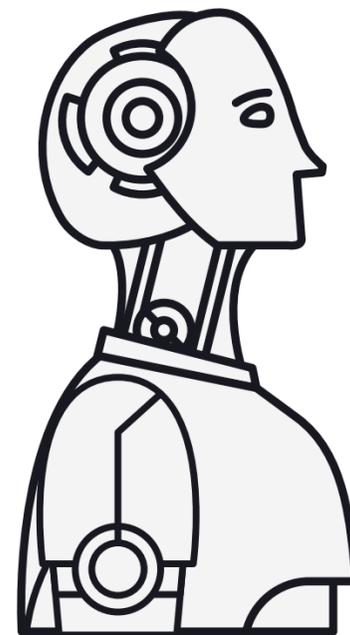
Trattato istitutivo della Comunità Europea (versione consolidata di Nizza)

1. Al fine di promuovere gli interessi dei consumatori ed assicurare un livello elevato di protezione dei consumatori, la Comunità contribuisce a **tutelare la salute, la sicurezza e gli interessi economici dei consumatori** nonché a promuovere il loro **diritto all'informazione, all'educazione** e all'organizzazione per la **salvaguardia dei propri interessi**.

E IN ITALIA?

La tutela del consumatore nasce alla fine degli anni '80 **come tutela della salute fisica del medesimo.**

Il D.P.R. 24 maggio 1988 n.224, in attuazione della Direttiva CEE 85/374, stabilisce, per la prima volta, la responsabilità del produttore per i danni cagionati dai difetti dei suoi prodotti.



A tal proposito si segnala che, al momento, una delle teorie per individuare una responsabilità per i danni effettuati da prodotti con AI è quella che si rifà alla responsabilità del produttore

Successivamente vengono introdotte una serie di normative che contengono garanzie per il consumatore, come, ad esempio, quelle relative alla tutela da clausole abusive, garanzie post vendita o il noto ***diritto al ripensamento***.

Con la l. 6 febbraio 1996 n.52, in attuazione della normativa comunitaria, vengono introdotti nel codice civile nazionale gli **art. 1469 bis** e seguenti in tema di clausole vessatorie.



Il legislatore stabilisce che le clausole che determinano, all'interno del contratto, **uno squilibrio** di diritti e oneri a svantaggio del consumatore sono inefficaci.

Il legislatore ha, col tempo, aumentato la tutela nei confronti del consumatore, soprattutto nell'ottica del sempre più crescente e incipiente commercio digitale: l'utente che sa di essere tutelato compra con maggiore fiducia.

Compra e consuma.

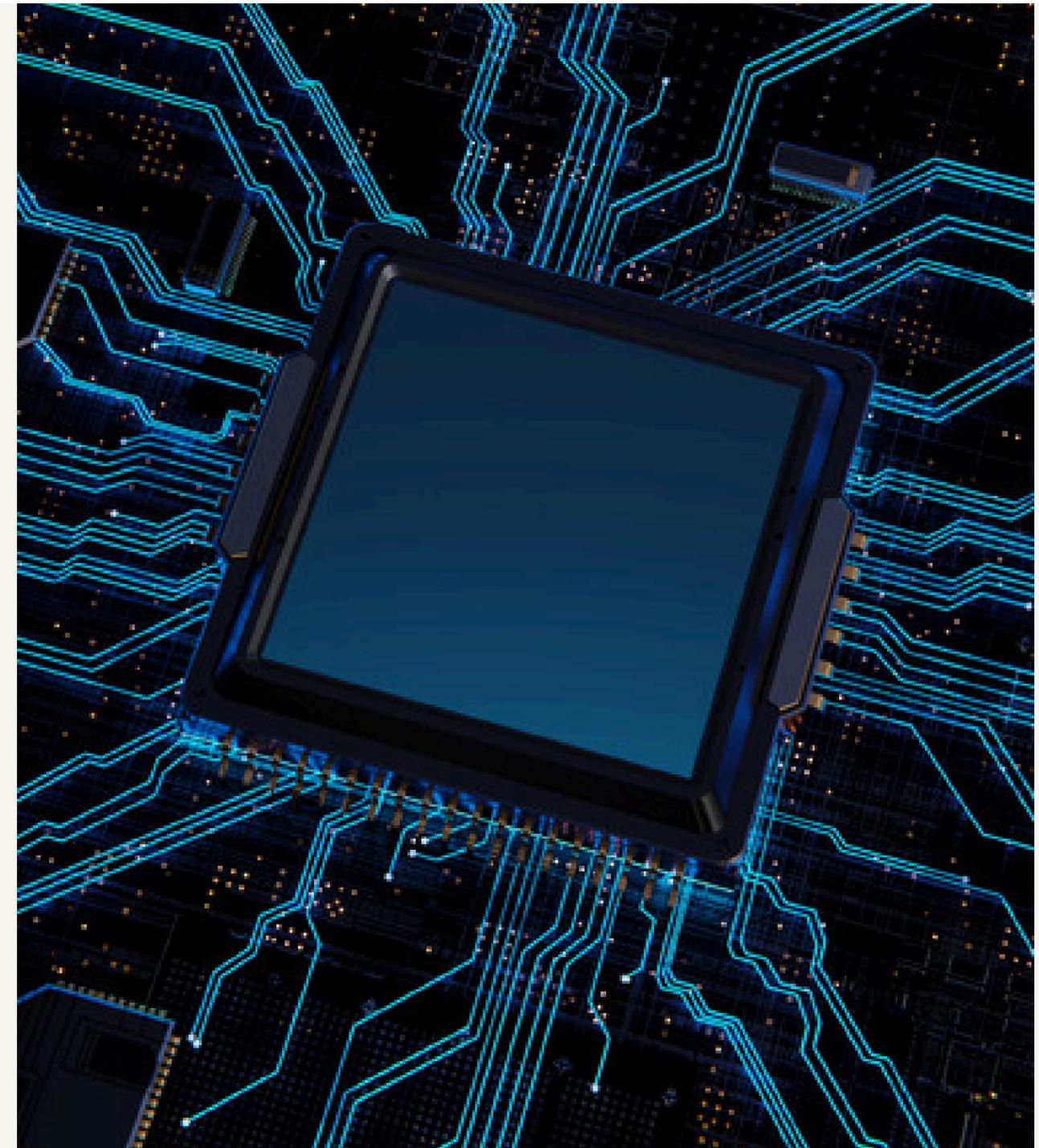
In effetti, pare che il consumatore abbia lo scopo - il SOLO SCOPO, se ci si sofferma sul dato lessicale - di consumare e, pertanto, diventare all'interno del capitalismo digitale il destinatario e il divoratore della produzione di massa.

NEL FRATTEMPO GLI ALLARMI PER LA SITUAZIONE DI CLIMA, TERRITORIO, DESERTIFICAZIONE E PENURIA DI RISORSE, COMINCIANO A RISUONARE COME CAMPANE A MORTO. MA PARE CHE LA PRODUZIONE E IL CONSUMO NON SE NE AVVEDANO.

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

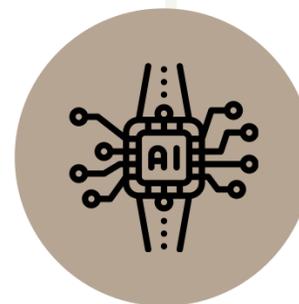
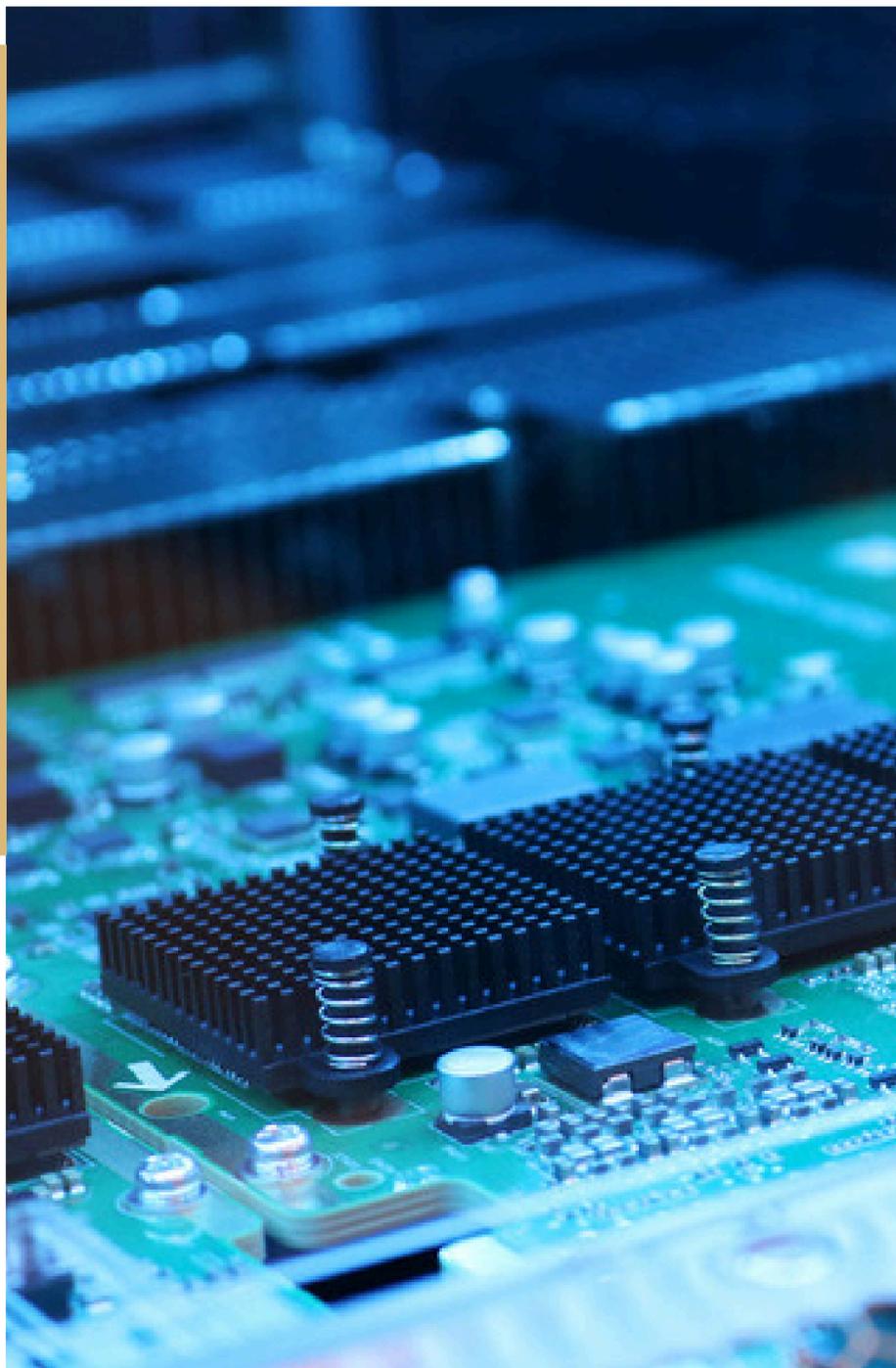
La definizione si deve a J. McCarthy che usò tale termine per definire il proprio programma di ricerca nel convegno organizzato a Dartmouth nel 1956. Lo scopo era, in un primo momento, risolvere problemi di logica ben definiti, successivamente, emulare il comportamento umano nella soluzione di problemi di carattere generale. Si dava via così al filone di ricerca noto come **“Artificial General Intelligence”** (AGI). Gli attuali progetti di ricerca prendono spunto dall'emulazione del cervello umano con lo scopo di replicarne artificialmente la struttura neurale, dando luogo alle **“Artificial Neural Networks”** (ANN).

I progetti più promettenti, per realizzare le AGI sono quelli estrinsecati nella forma del **deep learning**



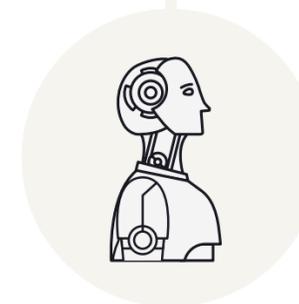
IL PERCETTRONE E IL PRIMO MODELLO DI RETE NEURALE

PRIVACY E GDPR



PERCETTRONE

“L’embrione di un computer elettronico che, una volta completato [...] dovrebbe essere il primo meccanismo non vivente in grado di percepire, riconoscere e identificare ciò che lo circonda senza addestramento o controllo umano”



PROGETTATO PER APPRENDERE SECONDO L’APPROCCIO SUPERVISIONATO

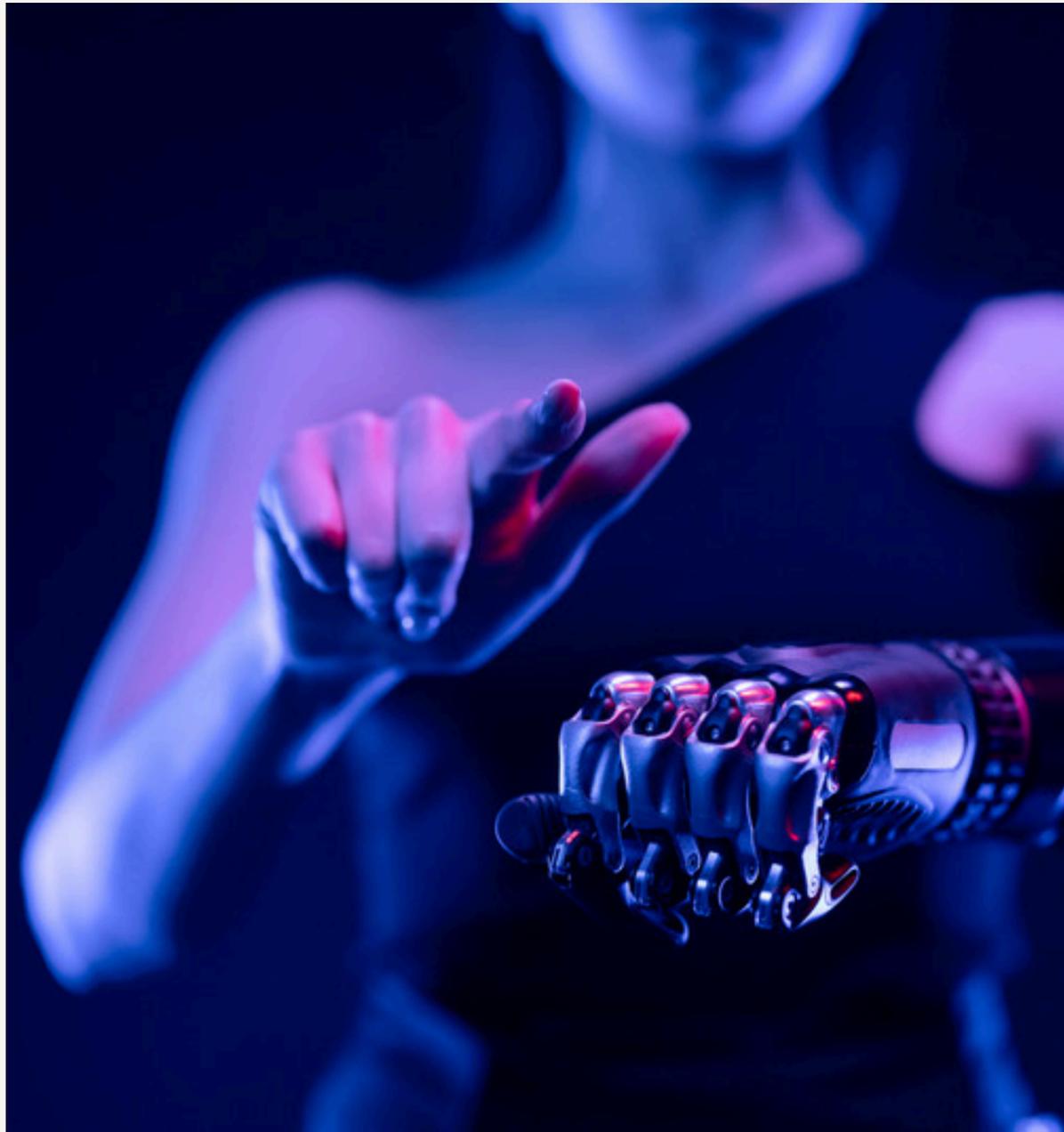
ha bisogno di dati di addestramento previamente classificati da assumere come esempi di input, sulla base dei quali correggere eventuali errori di predizione



I LIMITI

I primi limiti che si rinvengono nel Percettrone sono relativi al modello di rete neurale adottato che si riduce ad un solo strato di neuroni artificiali interposto tra i dati di input e i dati di output

**UNA POSSIBILE SOLUZIONE?
UN PERCEPTRON MULTISTRATO CHE PREFIGURA L'AVVENTO
DELLE RETI NEURONALI ARTIFICIALI PROFONDE.
IL VERO PROBLEMA, ALL'EPOCA, ERA **COME ADDESTRARLE.****



La soluzione fu ipotizzata nel 1986 e si basava su un algoritmo noto come “backpropagation” che consente alla rete di “imparare dai propri errori” predittivi, propagando all’indietro gli errori inoltrandoli agli strati all’interno della rete, consentendo così di apportare le dovute correzioni.

Trovato l’algoritmo, tuttavia, si profilava un’altra problematica: la mole di dati necessaria per addestrare le reti neurali profonde.

*“Il tassello mancante del puzzle era appunto rappresentato dalle **moli di dati** e solo l’accumulo di essi realizzato dalla diffusione della rete internet avrebbe permesso alle tecnologie basate sul Deep Learning di potersi affermare con successo.*

*La disponibilità di enormi quantità di dati ha consentito la possibilità non soltanto di addestrare le reti neurali profonde ma anche quella di emulare con **un elevato grado di verosimiglianza** statistica alcune delle funzioni del comportamento umano”*

Alessandro Parisi, Artificial Idiocy.

ELEVATO

LA MACCHINA
QUINDI DIVENTA
“SENSIENTE”?

VERO SIMILIAN

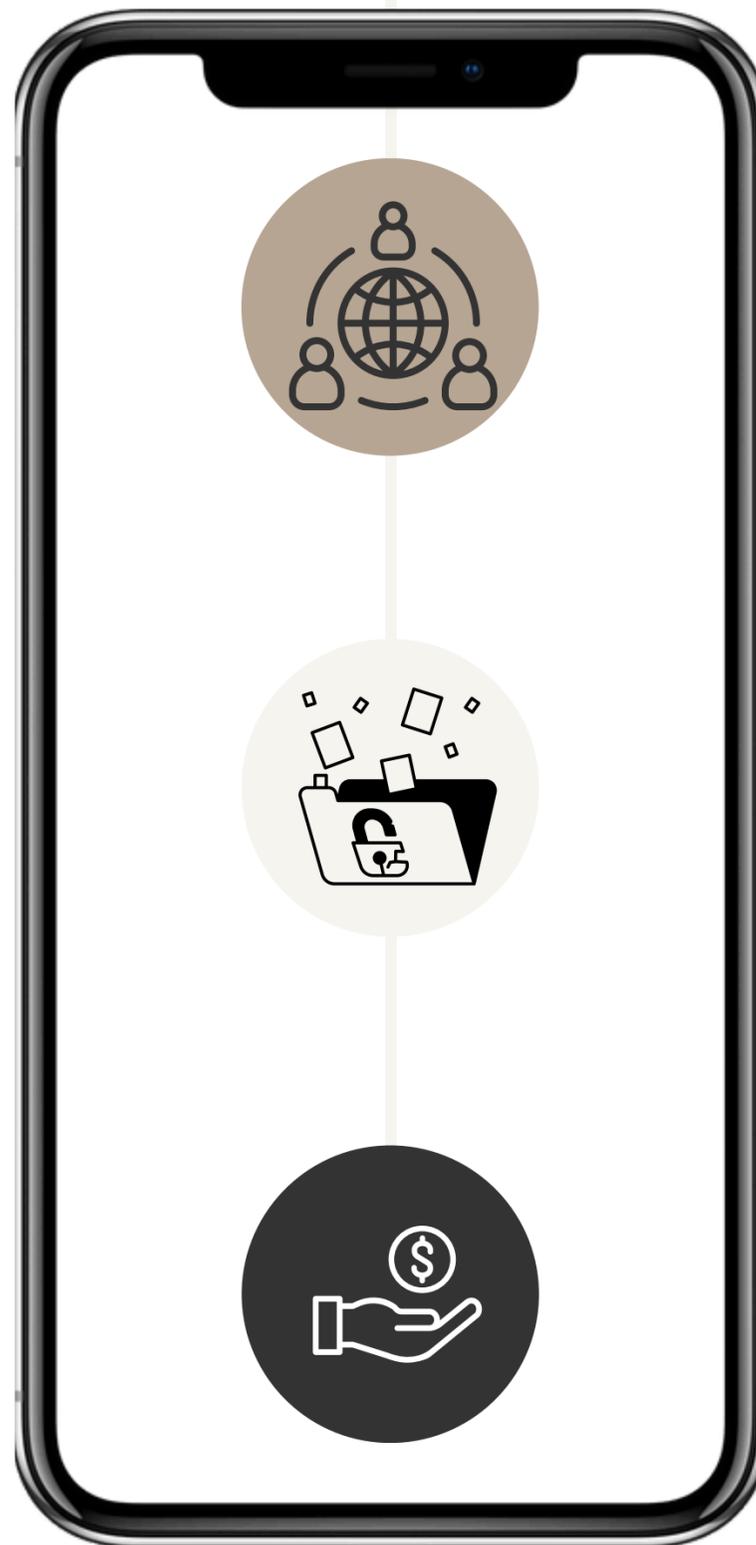
ZA STATISTICA

LE
D
LE
D
ORMAI GLI UTENTI
CONDIVIDONO SENZA
PROBLEMI LE
INFORMAZIONI
PERSONALI ONLINE. LE
NORME SOCIALI
CAMBIANO NEL TEMPO E
COSÌ ANCHE LA PRIVACY

M. Zuckerberg

CONSUMATORI E
CONSUMATI

ALCUNI
ELEMENTIE
CAMBIAMENTI
DA
CONSIDERARE



www.theblondlawyer.it

AVVENTO DEI SOCIAL NETWORK

cambio del paradigma sociale: se non viene postato sui social, un fatto non è mai successo.

TRA IGNORANZA E PIGRIZIA

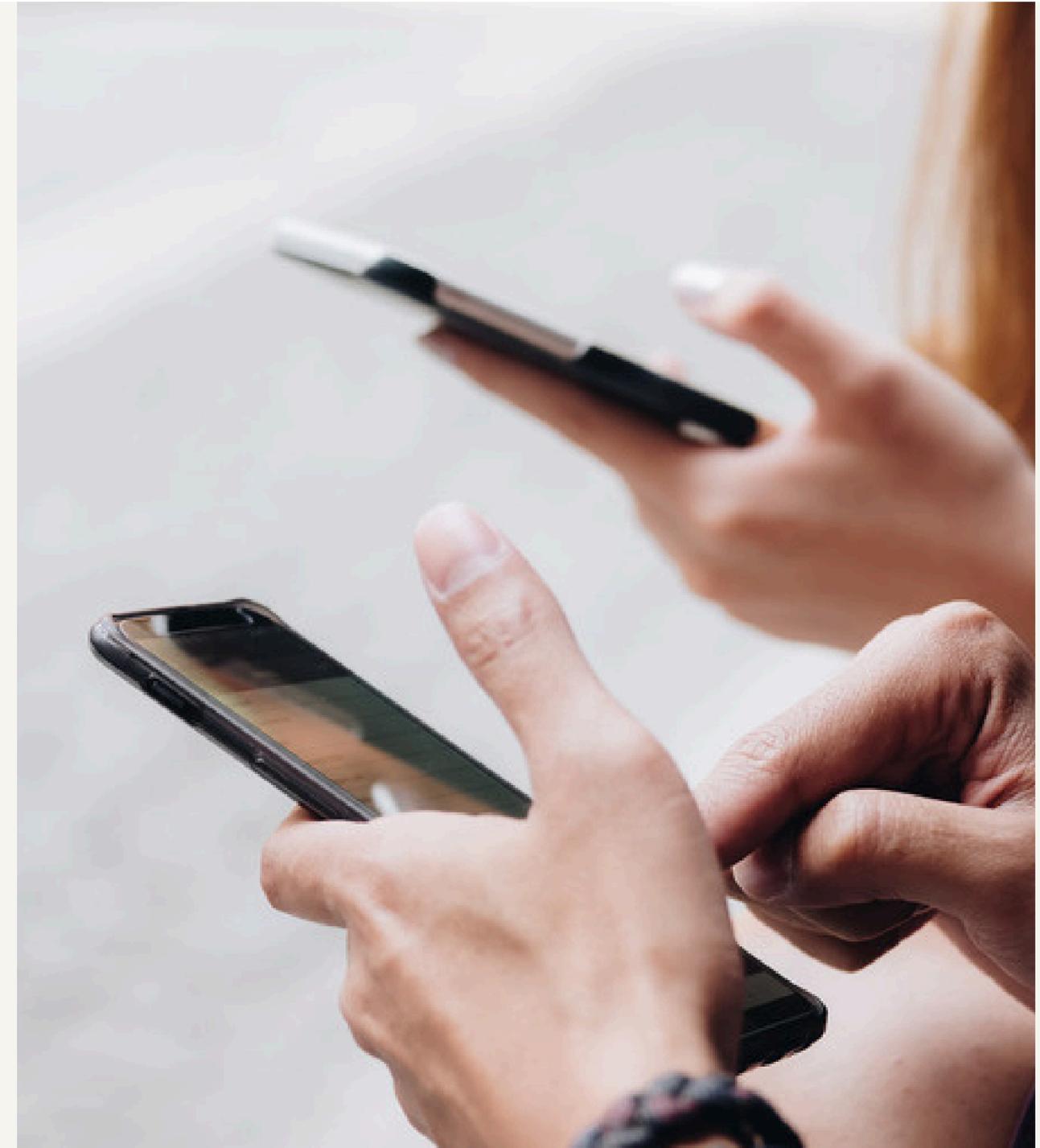
l'utente medio di internet è pronto a riconoscere il diritto a non meglio specificati terzi all'utilizzo dei suoi dati pur di ottenere un vantaggio

IL DATO

Diventa la base del sistema economico della società digitale.

IL CAMBIAMENTO DI PARADIGMA

In un primo momento, dunque il soggetto umano viene considerato dalla legislazione come “consumatore”: egli è **parte attiva del nuovo capitalismo digitale** diventando, di fatto, colui che “consuma” i prodotti - al netto di ogni necessità reale - che vengono specificamente create dagli attori economici. Tale consumo viene, paradossalmente, alimentato dalle norme a protezione del consumatore stesso: il diritto al ripensamento permette di acquistare, anche senza particolari riflessioni, un bene (per lo più non necessario) e di restituirlo entro il termine minimo fissato dalla legge .





Con la diffusione dei LLM e la notevole mole di dati necessaria al loro addestramento, il consumatore assume una doppia veste: mantiene quella di soggetto acquirente ma diviene anche **oggetto dell'acquisizione**.

La **personalità digitale**, fatta da preferenze, idee, discussioni, pensieri, espressioni con cui disseminiamo l'internet, diventa oggetto dell'acquisizione da parte degli algoritmi: essi si *nutrono*, in un certo qual senso, di ciò che rende unico il soggetto umano.

Le esperienze di ogni persona diventano **dati di addestramento** della macchina e, tramite essa, nuovo modo di apportare un plus valore al **Capitale**.

Il consumatore, in questo senso, diventa un **soggetto passivo consumato e scomposto** dall'Intelligenza artificiale: voce, nozioni, creatività, immagine, espressioni corporee e facciali, tutto serve ad addestrare l'algoritmo

Bot, assistenti vocali
e, in genere,
**sostituti delle
persone**

Tendenza
all'**azzeramento**
delle relazioni
umane

Strategia europea in materia di dati

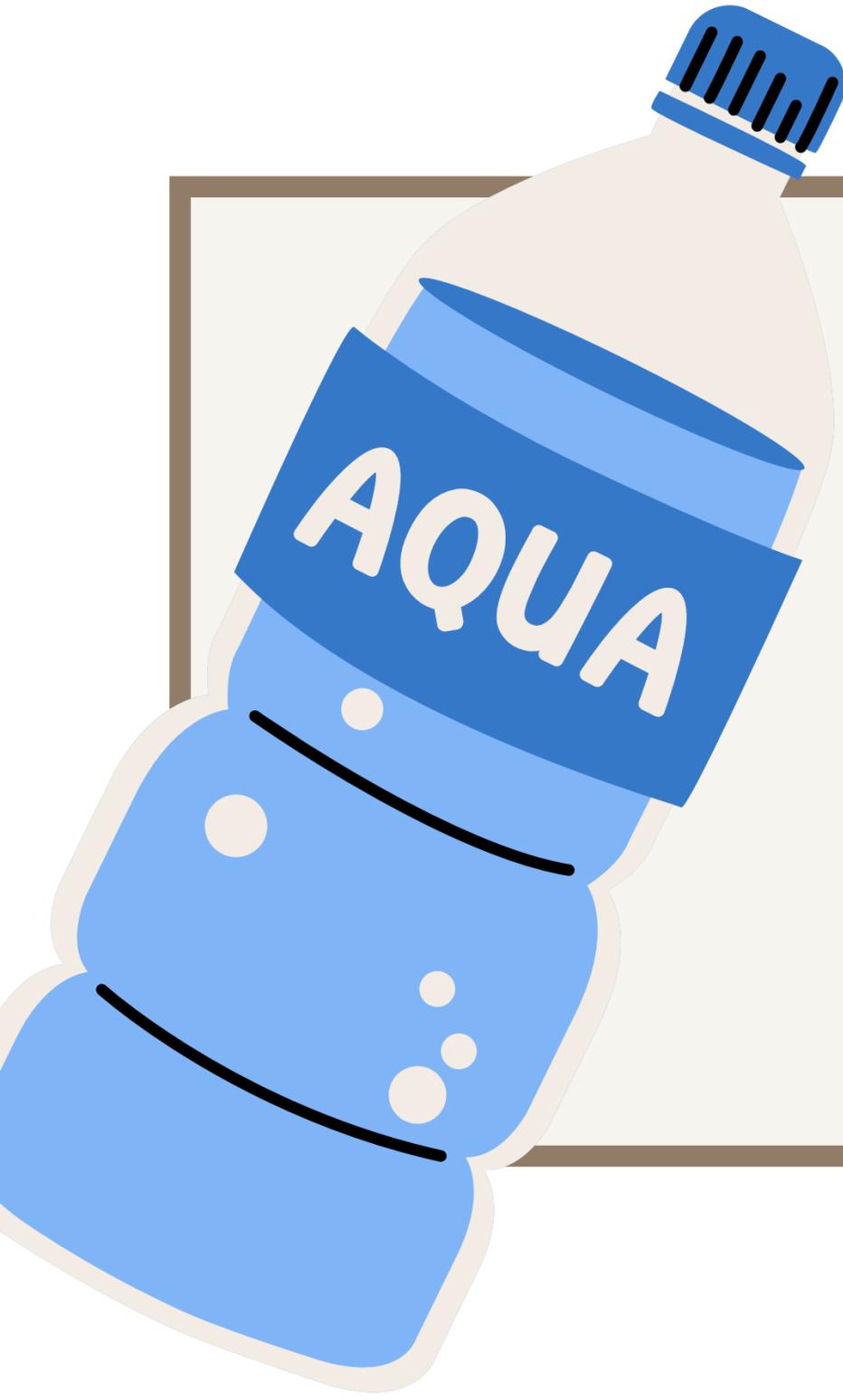
Fare in modo che l'UE assuma il ruolo di modello per una società più autonoma grazie ai dati



La strategia europea per i dati mira a far acquisire all'UE una posizione di leadership nella società basata sui dati. La creazione di un mercato unico consentirà ai dati di circolare liberamente all'interno dell'UE e in tutti i settori a vantaggio delle imprese, dei ricercatori e delle pubbliche amministrazioni.



Disponendo di maggiori informazioni, i consumatori e utilizzatori come gli agricoltori, le compagnie aeree o le imprese di costruzione saranno in grado di prendere decisioni migliori, ad esempio acquistando prodotti e servizi di qualità superiore o più sostenibili, contribuendo in tal modo agli obiettivi del Green Deal.



IL GREEN DEAL...

Secondo un'indagine del Washington Post, in collaborazione con i ricercatori dell'Università della California di Riverside, è necessaria **una bottiglia d'acqua per ogni email di 100 parole** scritta da ChatGPT.

"Ogni richiesta su ChatGpt passa attraverso un server che esegue migliaia di calcoli per determinare le parole migliori da usare nella risposta".

QUALE FUTURO E
QUALI DIRITTI PER
LE PERSONE E PER
L'AMBIENTE?

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

“Non possiamo permetterci di farci usare in questa
maniera, di farci usare contro il futuro. Non possiamo
permettere che i nostri dati vengano usati per venderci le
uniche cose che non dovrebbero essere messe in
vendita.”

(Edward Snowden)

✉ info@theblondlawyer.it

📷 @theblondlawyer

🌐 Valentina Fiorenza

WWW.THEBLONDLAWYER.IT

