

# CI VUOLE UN #METOO PER GLI ALGORITMI

Un libro-inchiesta svela il pregiudizio maschilista che rischia di condizionare una società sempre più basata su big data e su scelte guidate dall'intelligenza artificiale. Non ci credete? Provate a chiedere a Siri o ad Alexa che cosa ne pensano...

di **MATTIA SCHIEPPATI**



**HOME GENDER**  
*Il software di riconoscimento vocale di Google ha il 13% di probabilità in più di comprendere con precisione le parole pronunciate da un uomo rispetto a quelle pronunciate da una donna.*



**U**rsula von der Leyen, Christine Lagarde, Angela Merkel. Senza andare troppo lontano (per esempio, citando anche Kamala Harris, vicepresidente degli Stati Uniti, per dire), basta guardare al nostro cortiletto europeo e ai due ambiti supremi di espressione del potere, politica e finanza, per rendersi conto di come, mai come oggi, nel mondo occidentale ci sia stato un numero tanto consistente e trasversale di donne in posizioni di leadership. Ma è sufficiente questa occupazione di caselle di rilievo per dichiarare ormai il celebre «soffitto di cristallo» che schiaccia l'affermazione femminile maschile (in tutti i campi) stia scricchiolando? Che cosa c'è davvero dietro la cortina mediatica che, per un politicamente corretto spesso sviante, tende a esaltare le conquiste in rosa, ma senza mai unire davvero i puntini e dare una fotografia della realtà?

«Il nostro lavoro parte proprio da una domanda simile a questa: quanto è effettivamente profonda e reale la trasformazione a cui stiamo assistendo? Se è un dato di fatto che un nuovo gruppo di donne leader sta facendo passi da gigante, all'inizio di questo percorso non ci era ben chiaro se ciò a cui assistiamo è il prodromo di un vero cambiamento sociale ormai inarrestabile o un mutamento superficiale amplificato dal rumore mediatico. C'era come un vuoto tra una notizia e l'altra, qualcosa che non ci tornava».

**D**al desiderio di colmare questi vuoti ha preso il via l'indagine di Emanuela Griglié e Guido Romeo, autori di *Per soli uomini. Il maschilismo dei dati, dalla ricerca scientifica al design*, saggio che ha il ritmo e l'impianto dell'inchiesta giornalistica, è ricchissimo di numeri e riscontri fattuali e coinvolge nella riflessione una vasta platea di voci e testimonianze sulla condizione di un mondo che non solo è ancora, sostanzialmente, «a taglia unica» (e naturalmente maschile), ma che se oggi e sempre più in futuro sarà guidato dalla logica dei dati e da algoritmi di intelligenza artificiale che portano con sé bias dovuti a millenni di orientamento maschile della società, quella taglia unica rischierà di farsi ancora più stretta e iniqua.

«L'impressione è che quel benedetto soffitto non crolli davvero mai; o meglio, sembra che sopra se ne celi un

altro, assai meno visibile e ben più complesso da smantellare: l'impalcatura dei dati su cui è costruita la conoscenza che governa il mondo contemporaneo», confermano gli autori. La disparità di genere come peccato originario dello sviluppo tecnologico, che rappresenta un vero e proprio pregiudizio tecnologico, è uno dei temi trasversali a tutto il libro, e propone una numerosa serie di esempi nel capitolo dedicato all'Infosfera.

Per comprendere quale sia il meccanismo distorto del processo in atto, è lampante il caso di GPT-3, la terza generazione del software per la produzione di linguaggio naturale presentata nel 2020 dalla californiana Open-AI. La qualità dei testi prodotti da GPT-3 è talmente alta da

renderli quasi sempre indistinguibili da ciò che scriverebbe un essere umano. Ma, come hanno notato gli stessi ricercatori di Open-AI, i sistemi di deep learning che permettono al software di apprendere macinando ciò che trova online gli trasferiscono non pochi pregiudizi evidenti nel suo linguaggio. Gli aggettivi «pigro», «fantastico», «eccentrico», «allegro», riferiti a un uomo, diventano infatti «cattiva», «alla mano», «graziosa», «incinta», se riferiti a una donna.

«Il problema non è un misoginismo innato delle macchine», spiega Emanuela Griglié, «quanto il modo in cui vengono addestrate. La tecnica del machine learning, oggi alla base dei sistemi di intelligenza artificiale utilizzati dalle grandi piattaforme digitali come Google, Apple, Microsoft, Amazon e Facebook, prevede di dare in pasto al software decenni di testi tradotti in più lingue. E in quei testi ci sono tutte le discriminazioni che la nostra cultura ha prodotto».

«Da sempre nuovi strumenti, ruote, aratri o pc, introducono nuovi ordini economici e sociali, creano e distruggono civiltà e oggi i sistemi intelligenti sono ancora più pervasivi di quanto lo furono il digitale o l'elettricità. Il loro impatto va dal mondo della salute, per supportare le diagnosi o contenere le pandemie, a quello della finanza, per calcolare a chi concedere un mutuo, e del lavoro, per selezionare i migliori talenti o, più banalmente, agli assistenti personali in grado di aiutarci a trovare informazioni o la strada di casa sul navigatore», scrivono gli autori. «In questo contesto, spesso, un bias di genere non è un



La copertina di *Per soli uomini. Il maschilismo dei dati dalla ricerca scientifica al design*, di Emanuela Griglié e Guido Romeo (Codice Edizioni, 160 pp., 15 euro).



Da sinistra, Guido Romeo ed Emanuela Griglié, giornalisti e comunicatori, autori del saggio *Per soli uomini*.

peccato veniale, ma un baco che rischia di mandare all'aria interi prodotti e servizi. Se ne è accorta a caro prezzo Amazon, l'azienda forse più automatizzata del mondo, che nel 2018 ha dovuto ritirare un sistema di valutazione dei candidati sviluppato nel corso di anni, perché penalizzava sistematicamente tutte le candidate. Per il settore automobilistico, l'inefficienza dei navigatori nel comprendere la voce di una donna si è rivelata un limite che ha spinto ad adottare sistemi più avanzati come quelli di Apple e Google. E anche il riconoscimento vocale di Google, finora il più performante in ogni confronto con competitor come Bing, Wit, At&t e Ibm-Watson, dà ancora risultati migliori del 13% con le voci maschili».

Queste le evidenze pratiche. E se il sistema dei big data sembra essere partito col piede sbagliato, anche l'industria tecnologica ci mette del suo. Le donne che lavorano nell'ambito dell'intelligenza artificiale sono appena il 18% degli autori invitati alle principali conferenze del settore, il 20% dei professori e rispettivamente il 10 e il 15% dei ricercatori delle due aziende leader, Google e Facebook. Secondo i dati raccolti dal World Economic Forum, appena il 22% di chi lavora nell'intelligenza artificiale è donna. Una percentuale inferiore anche alla media del settore Stem (Science, Technology, Engineering anche Mathematics), che è del 25%. Negli Stati Uniti appena

il 18% dei laureati in computer science è una donna, nonostante il settore sia affamato di candidati e destinato a crescere del 19% entro il 2026. «Rispetto ai temi del genere, il settore tecnologico è uno di quelli che sta scontando un ritardo maggiore; negli annunci arretranti della Silicon Valley, avrebbe dovuto rappresentare il nuovo mondo egualitario, e invece porta dentro di sé delle asimmetrie di genere molto pesanti, e nonostante la retorica dell'innovazione continua, della disruption eccetera dimostra di essere refrattario al cambiamento», sottolinea Guido Romeo.

Insomma, «prima di decidere se tassare robot e vietare software che rischierebbero di rubarci il lavoro», concludono gli autori, «dovremmo preoccuparci del fatto che oggi le intelligenze artificiali restano macchine che non sanno distinguere un elefante da un gatto o che pensano che la donna sia una mamma e una casalinga, mentre l'uomo è un dottore o un re. Se oggi non siamo ancora in grado di definire quando queste macchine saranno più intelligenti di noi, un obiettivo auspicabile e raggiungibile è senz'altro non renderle peggiori di noi, trasferendo a loro i nostri pregiudizi. Anzi, dovremmo fare in modo che ci aiutino a limitarne l'effetto».

© Riproduzione riservata