



AI e comunicazione pubblica

Questioni, concetti
e casi di studio
dalle ricerche QCPS

**La qualità della comunicazione pubblica
istituzionale nell'era digitale**

Seminario online sui risultati del progetto QCPS

Ministero delle Imprese e del Made in Italy

13 settembre 2023, 09:30 - 12:30

Leonardo Piromalli
(Università "Sapienza", Roma)

leonardo.piromalli@uniroma1.it

L'AI come questione pubblica

- L'Intelligenza Artificiale (AI) è oggi in fase di **forte hype e sviluppo tecnologico** in molti campi sociali: dal lavoro alla medicina, dalla sicurezza all'educazione, dalla viabilità alle pratiche culturali, dalla scienza alla vita aziendale.
- L'AI può essere **definita** come “qualsiasi *sistema computazionale* in grado di rilevare il proprio ambiente, pensare, imparare e reagire in risposta alla rilevazione di tali dati (anche facendo fronte a eventuali sorprese)” (Elliot, 2019, p. 3).

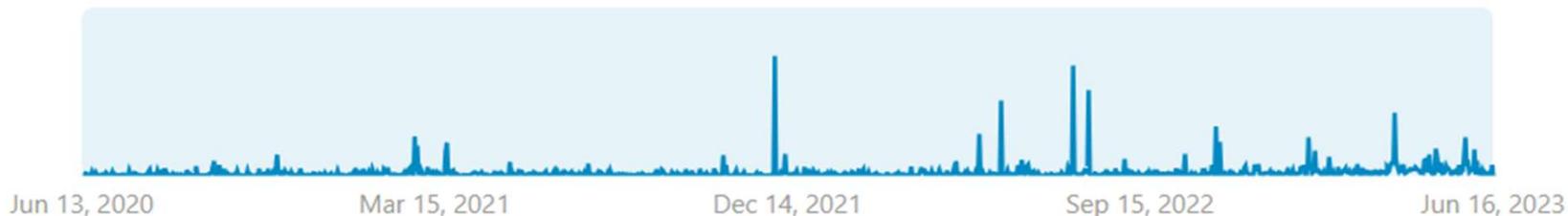
Menzioni e interazioni della keyword 'intelligenza artificiale' su post Facebook italiani dal 16-06-2020 al 16-06-2023.
Fonte: Crowdtangle.

INTERACTIONS

1,700,900

POSTS

17,793



L'AI come questione pubblica

- L'AI è oggetto di salienza a livello di **politiche**, con interventi a livello **internazionale** (AI Act in fase di approvazione dal Consiglio d'Europa; proposte da OECD e Unesco) e da parte di governi **nazionali** (tra cui *Programma strategico sull'Intelligenza Artificiale 2022-2024* in Italia).
- Il **mercato nazionale dell'AI** è tornato a crescere ai ritmi pre-pandemici, facendo registrare un +27% nel 2021, raggiungendo il valore complessivo di 380 milioni di euro (PoliMi, 2022).
- L'AI sta diventando **questione pubblica** straripando dal dibattito scientifico e professionale:
 - il 95% dei consumatori italiani ha già sentito parlare di AI, anche se solo il 60% ha realmente capacità di riconoscere funzioni AI nei prodotti/servizi che utilizza;
 - l'80% esprime un giudizio positivo sull'AI, anche se emergono preoccupazioni legate a privacy, lavoro e etica (PoliMi, 2022).

L'AI e la comunicazione pubblica: AIPSC

- La **crisi pandemica** ha reso evidente il **carattere strategico** delle **tecnologie digitali** per la **comunicazione pubblica (PSC)**, nonché le sfide verso la **digitalizzazione della PA** in Italia (Lovari & Ducci, 2022).
- Diventa importante **indagare la relazione tra AI e comunicazione pubblica (AIPSC)** per promuovere processi di trasparenza, semplificazione ed equità nella PA come anche evidenziato dal **PNRR**.
 - Nonostante l'attuale rilevanza dell'AI, limitata attenzione è stata per ora dedicata a livello nazionale e internazionale alla questione AIPSC (Desouza et al., 2019). Questo a causa di fattori legati a politiche, culture istituzionali, discorsi professionali e ricerca scientifica.

L'AI e la comunicazione pubblica: AIPSC

- A livello internazionale, la **PA centrale** in Italia era **sogetto molto attivo nella promozione di progetti AI** (93) nel 2021 rispetto alla **PA locale** (69). Tuttavia, solo il 20.4% dei progetti della PA centrale era operativo, a fronte del 56.7% nella PA locale (PoliMi, 2021).
- Nel **contesto italiano**, durante la pandemia, la **PA ha fortemente investito in comunicazione** (Istat, 2022). È per questo emersa l'esigenza di **nuove competenze o professionalità digitali** (per es., esperti in tecnologie digitali o nella digitalizzazione dei processi):
 - **3 Regioni su 10 dichiaravano di avere interesse a investire in AI**, e più della metà (59,1%) in tecniche di analisi di big data,
 - **2 Comuni su 10** con più di 60mila abitanti **ha investito o aveva intenzione di investire in AI**, con particolare attività dei comuni della provincia di Trento (15,8%), Liguria (11,0%) e Sardegna (7,9%) (Istat, 2020).
- Nonostante la crescita della digitalizzazione e integrazione tra applicativi, **l'87,8% delle PA locali dichiara di usare procedure analogiche** (timbri, firme autografe, sigle, ecc.) nella protocollazione (Istat, 2020).

Fare ricerca su AIPSC: Strumenti e metodi

- Una **prospettiva sociologica** tende a indagare la **complessità e l'ambiguità del rapporto tra AI e comunicazione pubblica**.
Sono rifiutate retoriche tecno-euforiche o distopiche che propongono risposte semplificative o soluzioni dirompenti.
- L'**AI nella comunicazione pubblica** emerge come **questione non-neutrale**, 'tecnica' o 'oggettiva' poiché **incorpora visioni culturali** che possono configurare pratiche degli utenti e processi politici.
- Pertanto, sembra importante esaminare il *funzionamento tecnico interno* delle tecnologie, le *reti relazionali* che esse mediano, nonché gli *immaginari* attraverso i quali vengono pensate, sentite e vissute (Bucher, 2017).

Fare ricerca su AIPSC: Strumenti e metodi

Alcuni campi di indagine per la ricerca QCPS su AIPSC...

- **immaginari sull'AI per la comunicazione pubblica**
 - Quali immaginari e rappresentazioni sono diffusi sul tema dell'AI nella PA? Come emergono e sono prodotti?
- **visioni culturali e modelli sociali delle soluzioni AIPSC**
 - Quali culture e visioni su destinatari, forme e finalità della comunicazione sono iscritte nelle soluzioni AI per la PA? Come queste tecnologie configurano le pratiche degli utenti e l'azione istituzionale?
- **economie politiche e policy-making**
 - Come l'incorporazione dell'AI nella PA riarticola il rapporto tra pubblico e privato? Quali forme di governance digitale possono emergere nell'incontro tra forme d'azione pubblica e capitalismo delle piattaforme AI?
- **culture professionali**
 - Quali mutamenti e ibridazioni nelle culture professionali e nei saperi richiesti ai professionisti della comunicazione con il radicamento dell'AI nella PA?

Fare ricerca su AIPSC: Strumenti e metodi

- A livello metodologico, la questione AIPSC si presta all'indagine qualitativa, quantitativa e *mixed methods*.
- Alcune **tecniche di indagine** per l'analisi di AIPSC attualmente in esame dal team QCPS:
 - **interviste semi-strutturate**
 - agli *sviluppatori* per esaminare aspetti legati alle culture della comunicazione incorporate negli strumenti AI
 - a professionisti della comunicazione per indagare aspetti legati alle competenze, skills, culture comunicative e immaginari professionali;
 - **etnografia** della produzione di applicazioni AIPSC presso software house
 - **etnografia digitale** di applicazioni AIPSC
 - **analisi tematica di documenti pubblici** per accedere a immaginari condivisi
 - **analisi del contenuto** delle conversazioni attorno all'AI e PA tramite Crowdtangle
 - **survey online** e analisi quantitative sulle rappresentazioni sociali

Riferimenti bibliografici

AI e comunicazione pubblica
Questioni, concetti e casi di studio dalle ricerche QCPS

- Beer, D. (2013). *Popular Culture and New Media: The Politics of Circulation*. London: Palgrave Macmillan.
- Bucher, T. (2017). The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 30–44.
- Desouza, K. C., Dawson, G. S., & Chenok, D. (2020). Designing, developing, and deploying artificial intelligence systems: Lessons from and for the public sector. *Business Horizons*, 63(2), 205–213.
- Elliott, A. (2019). *The culture of AI: Everyday life and the digital revolution*. Routledge.
- ISTAT (2020), *Pubblica amministrazione locale e ICT*.
- ISTAT (2022). *Censimento permanente delle istituzioni pubbliche 2020: Risultati definitivi*.
- Lovari, A., & Ducci, G. (2022). *Comunicazione Pubblica. Istituzioni, pratiche, piattaforme*. Mondadori.
- PoliMI - Osservatorio Artificial Intelligence (2020). *Innovazione digitale in ambito pubblico*.