

# Conferenza NEXA (4.12.15)

## Fedeltà = Servitù (nel mondo digitale)?

Ugo Pagallo (Universita' di Torino)



# Spieghiamo il titolo



# Come declinare l'“e”

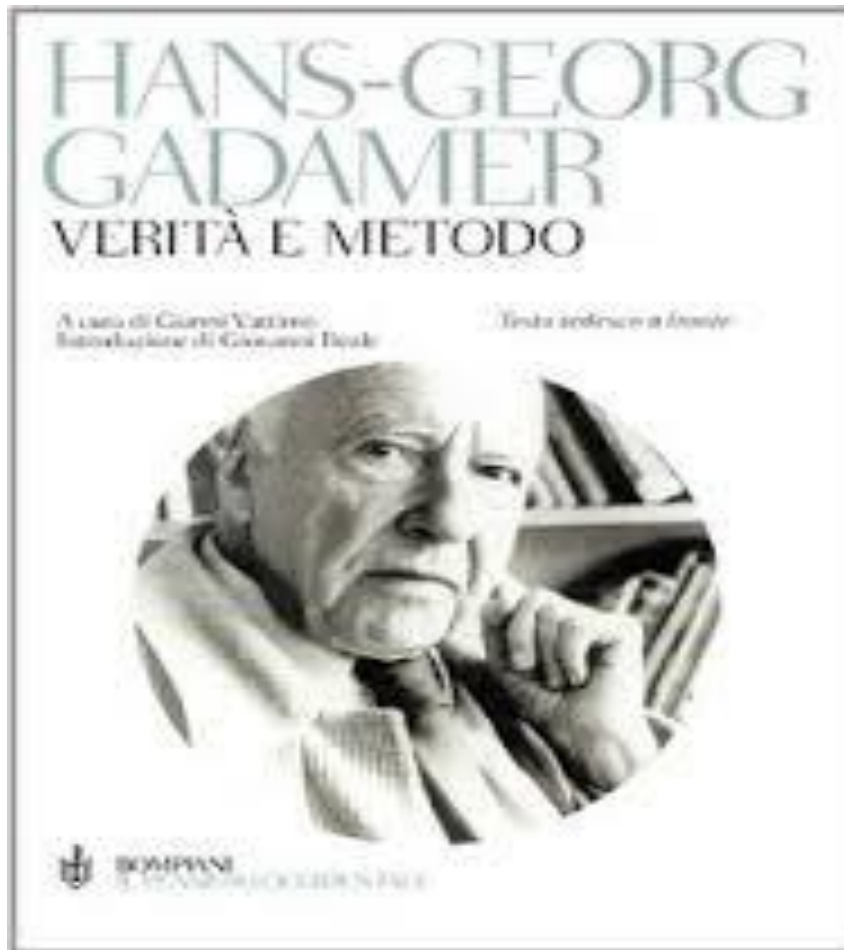
A suo modo, il tema proposto dalla conferenza NEXA, tra fedeltà e servitù, propone un tema classico; ossia,

se quella “e” vada intesa

- In senso congiuntivo ( = )
- Oppure disgiuntivo ( ≠ )

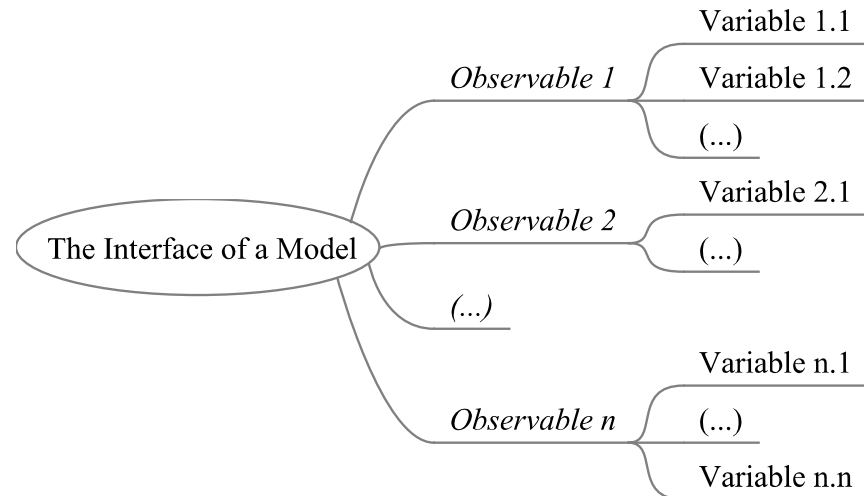
Per rendere maggiormente la idea, basti qui solo citare un esempio classico...

# L'esempio



# Livelli d'astrazione

Il punto di vista qui prescelto considera la nostra “e” come una congiunzione: alcuni “osservabili” e “variabili” dell’analisi particolarmente interessanti, seguono da questo livello d’astrazione



# Dunque, fedeltà = servitù

Per chiarire la tesi, 4 ingredienti necessari per l'analisi. Essi riguardano:

1. La digitalizzazione dell'esperienza
2. La teoria delle reti
3. Le proprietà a “invarianza di scala”
4. Gli effetti: la “coda lunga” o “rich gets richer”

Dopo di che, avrò modo di porre una questione

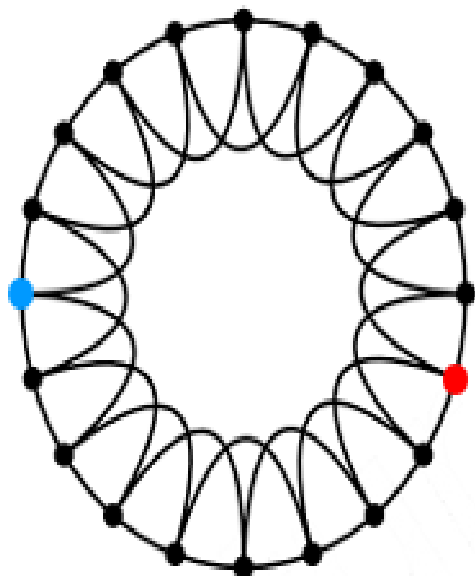


# La digitalizzazione dell'esperienza

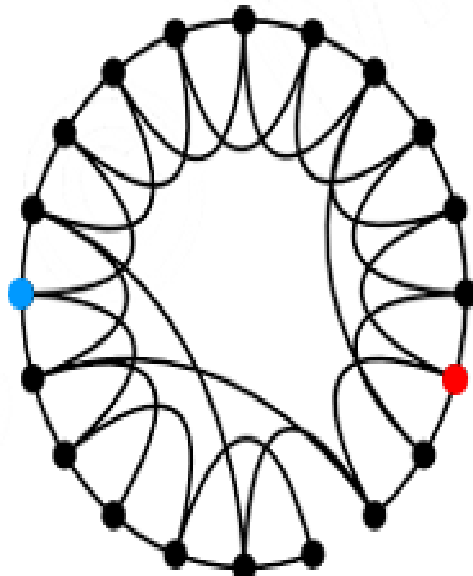


# La teoria delle reti

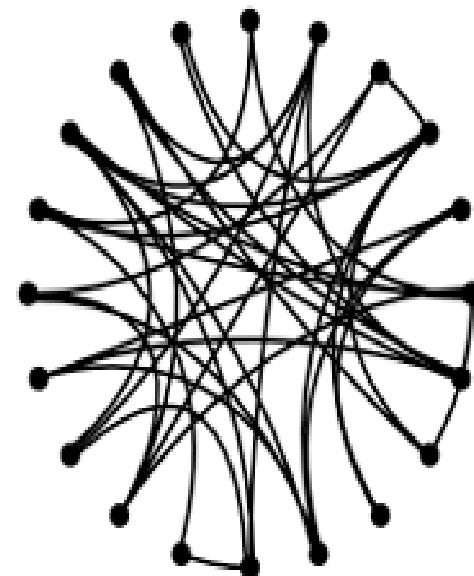
REGULAR NETWORK



SMALL WORLD NETWORK



RANDOM NETWORK



$P=0$



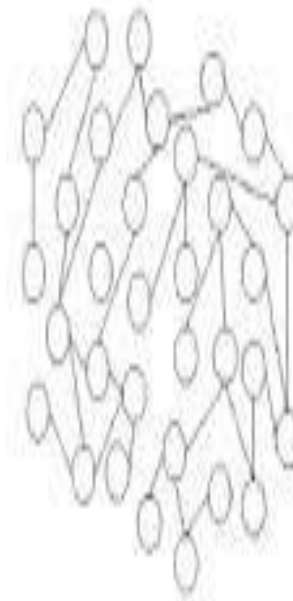
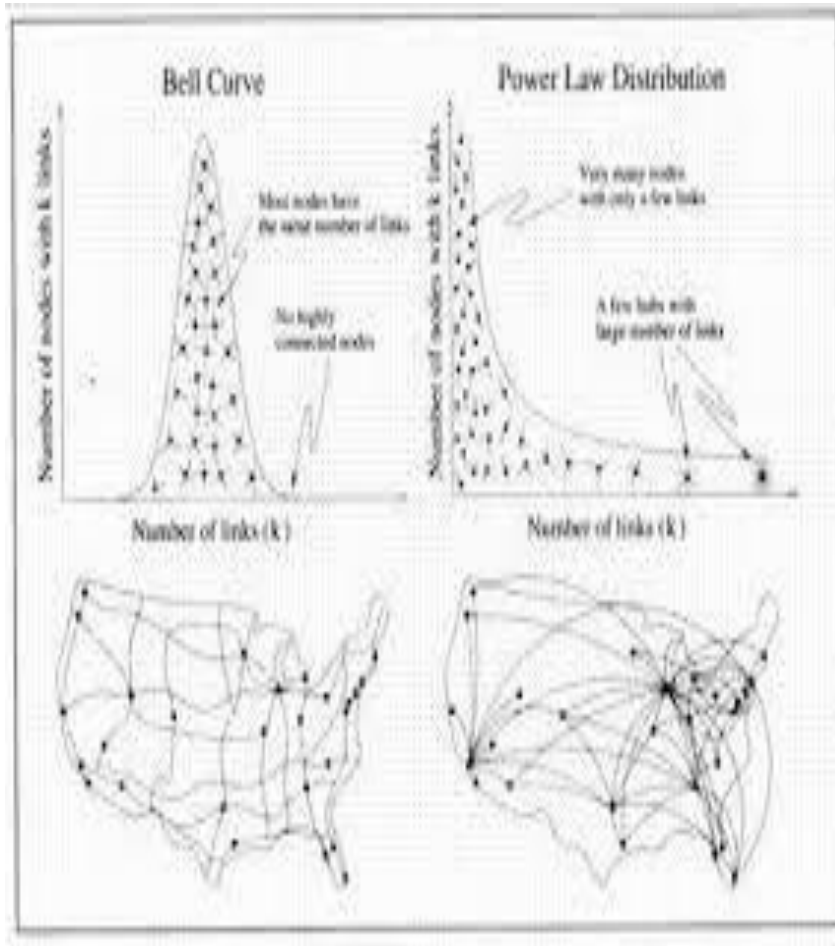
INCREASING RANDOMNESS



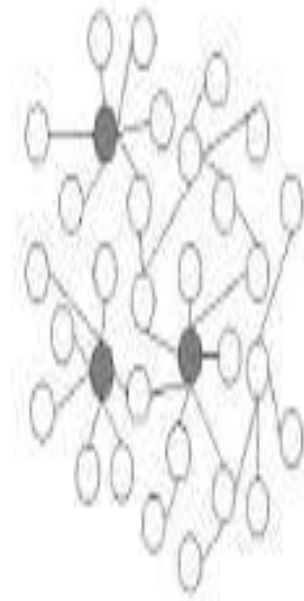
$P=1$



# Le proprietà a “invarianza di scala”

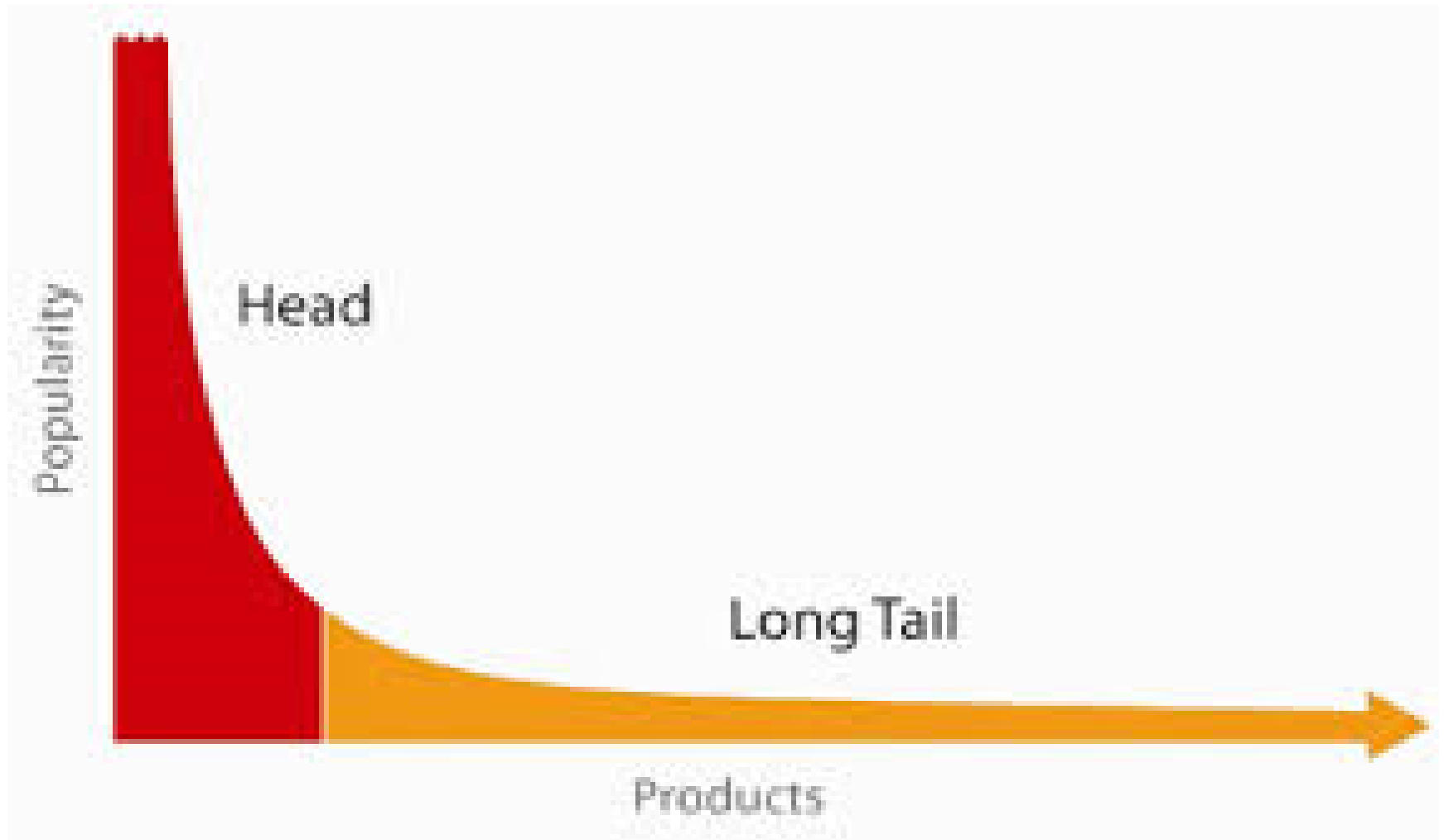


(a) Random network

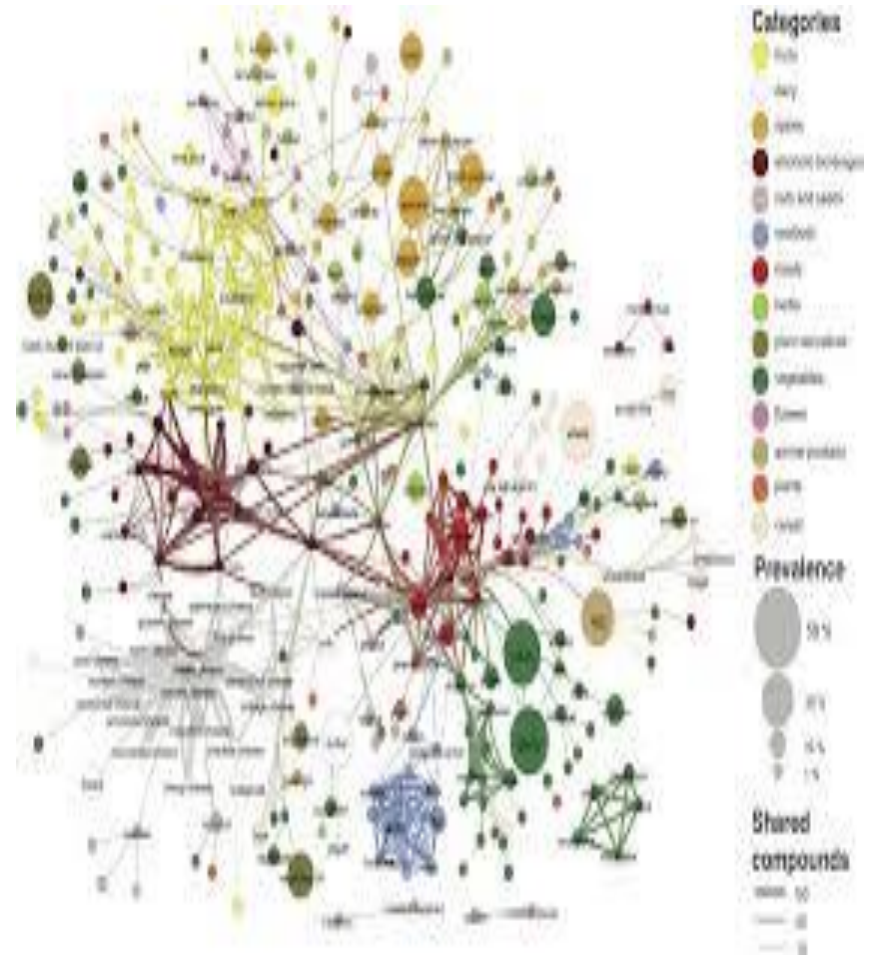


(b) Scale-free network

# Gli effetti (I): la “coda lunga”



# Gli effetti (II): “Rich gets richer”



# Per capirci in concreto...

Nel febbraio 2014, un noto e prestigioso quotidiano, *The Wall Street Journal*, pubblicava un'interessante statistica sul traffico di picco relativo ai più popolari siti web e servizi in rete: Netflix era attestata, al primo posto, con il 32%, Google seconda con il 22%, Apple terza con il 4.3%, Facebook quinta all'1.5%, Amazon settima con l'1.2%, Pandora 0.5%, Tumblr 0.4%, ecc.

# Il problema

Siccome trattiamo per lo più di reticoli a “invarianza di scala”, possiamo aggiornare le statistiche sui hub della rete, ma il problema nondimeno non cambia. La mia domanda è: questo effetto “rich gets richer” risulta irreversibile, oppure abbiamo a che fare con un settore che s’incarica, esso stesso, di rimanere aperto, innovatore e dinamico?

# Incontro a Bruxelles (2014)

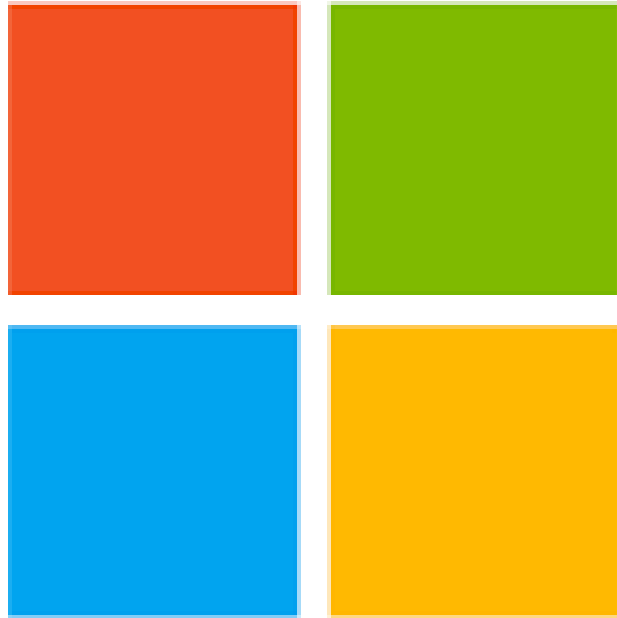




# Il Passato



# Darwinismo digitale



Microsoft



# The Gist (dedicata a Blengino)

**Dal fatto che  
qualcosa fin qui sia  
andato in un certo  
modo, non  
possiamo escludere  
che quel qualcosa  
non debba capitare**



# The Gist



**Ma dal fatto che un dato fenomeno non sia fin qui capitato, come poniamo l'IA, non possiamo trarre alcuna probabilità che quel dato fenomeno accada**

# The Gist

**Come nei dialoghi  
del giovane Platone,  
con Socrate, basti  
aver posto per ora –  
si spera – una  
buona domanda**



[ugo.pagallo@unito.it](mailto:ugo.pagallo@unito.it)

**Dipartimento di Giurisprudenza**  
**Università di Torino**

