

# Indice

Premessa	9
----------	---

## METODO E STRUMENTI

*a cura di Simona Gozzo*

<b>I Big Data e la metodologia della ricerca sociale</b> , di <i>Simona Gozzo</i>	13
---	----

<b>1. Riflessioni metodologiche sul concetto e sull'uso dei Big Data</b> , di <i>Sonia Stefanizzi</i>	17
--	----

1.1. Il fenomeno dei Big Data	17
-------------------------------	----

1.2. Le sfide dei Big Data all'analisi secondaria	23
---	----

<b>2. Big Data, Intelligenza Artificiale e Machine Learning: tra discriminazione e responsabilità algoritmica</b> , di <i>Giovanni Giuffrida e Francesco Mazzeo Rinaldi</i>	31
---	----

2.1. La rivoluzione dei (Big) Dati	31
------------------------------------	----

2.2. Intelligenza Artificiale e Machine Learning	34
--	----

2.3. Discriminazione nei processi decisionali automatizzati	37
---	----

2.4. Diritto alla spiegazione e responsabilità algoritmica	40
--	----

2.5. Conclusioni	43
------------------	----

<b>3. Gli algoritmi di classificazione per i Big Data e la loro valutazione</b> , di <i>Alberto Trobia</i>	47
---	----

3.1. <i>Machine learning</i> : classificazione e <i>clustering</i>	47
--	----

3.2. Definizione, tipi e logica di base degli alberi decisionali	50
--	----

3.3. Alberi decisionali e Big Data	55
------------------------------------	----

3.4. Valutare i modelli di <i>machine learning</i>	60
--	----

3.5. Applicazioni degli alberi decisionali nelle scienze sociali e bilancio metodologico	67
<b>4. Dai Big Data alla valutazione passando per la metodologia della ricerca sociale</b> , di <i>Cleto Corposanto e Beba Molinari</i>	73
4.1. Introduzione	73
4.2. Aspetti metodologici	74
4.3. Risultati	77
4.4. Considerazioni conclusive	83
<b>5. Uso dei Big Data per una valutazione delle politiche di integrazione</b> , di <i>Simona Gozzo e Rosario D'Agata</i>	87
5.1. Pregi e limiti dell'analisi di rete	87
5.2. Una proposta per l'analisi ragionata dei Big Data	89
5.3. Quali criteri per una selezione ragionata	92
5.4. Comunicare o influenzare? la rete nella rete	98
5.5. Le dinamiche latenti dei contenuti	103
5.6. Conclusioni	107
<b>Appendice: dinamiche di integrazione europea</b> , di <i>Federica Ragusa</i>	110

## **DIGITALIZZAZIONE E CULTURA DELLE DECISIONI GIURIDICHE**

*a cura di Carlo Pennisi*

<b>Digitalizzazione e cultura delle decisioni giuridiche</b> , di <i>Carlo Pennisi</i>	117
<b>6. Regolare dati e informazioni</b> , di <i>Carlo Pennisi</i>	119
6.1. Alcuni termini della questione	119
6.2. L'immaterialità del dato	120
6.3. Il carattere territoriale della nozione di sovranità	126
6.4. Differenti sovranità	129
<b>7. Il migrante datificato nei confini del futuro: senza potere di fronte a un oscuro potere?</b> di <i>Valeria Ferraris</i>	135
7.1. Introduzione: il migrante datificato	135
7.2. I nuovi database europei interconnessi: la decisione algoritmica nei confini del futuro	136
7.3. Operatori di confine e migranti di fronte alla decisione algoritmica	142
7.4. Per concludere	144

<b>8. La razionalità algoritmica dei processi decisionali</b> , di <i>Mariavittoria Catanzariti</i>	149
8.1. Algoritmi burocratici	149
8.2. <i>Sine ira et studio</i>	153
8.3. Il performativo tecnologico	156
8.4. Un modello giurisdizionale per le inferenze causali	158
8.5. Conclusioni	161

## ECONOMIA E TURISMO

*a cura di Vincenzo Asero*

<b>L'impiego dei Big Data per lo sviluppo delle attività economiche e del turismo</b> , di <i>Vincenzo Asero</i>	169
--	-----

<b>9. L'uso dei Big Data nei processi decisionali delle destinazioni turistiche: alcune evidenze empiriche</b> , di <i>Vincenzo Asero e Enrico Panai</i>	173
9.1. Introduzione	173
9.2. I Big Data nel settore turistico	175
9.3. Il caso studio di Cagliari e Catania	177
9.4. Conclusioni e implicazioni	186

<b>10. Big Data e scale di rating: un modello CUBE per l'analisi delle valutazioni del consumatore</b> , di <i>Venera Tomaselli, Giulio Giacomo Cantone, Rosario D'Agata</i>	191
10.1. Introduzione	191
10.2. Misurare la soddisfazione del consumatore	193
10.3. Big Data ed impatto sul processo di misurazione della soddisfazione	195
10.4. Un modello di mistura per l'analisi dei giudizi	197
10.5. Un'applicazione dei modelli CUBE: la soddisfazione su TripAdvisor	200
10.6. Considerazioni conclusive	204

## BIG DATA E PROCESSI POLITICI

*a cura di Rossana Sampugnaro*

<b>Big Data e processi politici</b> , di <i>Rossana Sampugnaro</i>	211
<b>11. La trasformazione digitale della PA</b> , di <i>Andrea Pirni</i>	213
11.1. La PA nella società digitalizzata	213
11.2. La trasformazione digitale in Europa	216

11.3. Open data, open government e mutamento politico	221
<b>12. Il ruolo dei data activist nell'emergenza COVID,</b>	
di <i>Vincenzo Smaldore</i>	231
12.1. Il ruolo dei <i>data activist</i> nell'emergenza COVID 1	231
12.2. L'osservatorio normativo	233
12.3. La mappa del potere	234
12.4 I contratti pubblici dell'emergenza	235
<b>13. Innovazioni tecnologiche, big data e trasformazione delle campagne elettorali,</b>	
di <i>Rossana Sampugnaro</i>	237
13.1. Il ruolo delle tecnologie nella trasformazione delle campagne Elettorali	237
13.2. Il microtargeting e la campagna market-driven	240
13.3. Il microtargeting e i rischi per la democrazia	245
<b>Curatori</b>	253
<b>Contributori</b>	255