

 writexp

Hack the Doc
12 dicembre 2020



Team IUSinTECH

IUSINTECH

DIRITTO • INNOVAZIONE • TECNOLOGIA

PS Web



Posizionamento del team IUSinTECH

- L'approccio del team IUSinTECH, che è composto da **tre avvocate, un grafico e un linguista**, si fonda sulla convinzione che la semplificazione delle Policy si ottiene soprattutto linguisticamente: crediamo che la parola sia irrinunciabile per ottenere trasparenza e comprensibilità, anche nell'ottica di un auspicabile sviluppo della metodologia del legal design.
- Non si può prescindere dalla potenza della parola. Ecco perché nel team c'è **il linguista in Italia che ha elaborato il primo e unico sistema automatico di Intelligenza Artificiale e Machine Learning che conta e oggettivizza i problemi che i linguaggi tecnici, come quello delle Policy, pongono alla comprensione del lettore**. Il sistema si compone di un Editor che rilegge il testo durante la composizione e suggerisce come semplificare frasi e parole, e di altri strumenti di linguistica computazionale che eseguono analisi linguistiche raffinate.

● ● Posizionamento del team IUSinTECH

Per noi:

- il massimo ostacolo incontrato finora dai destinatari delle policy è la **scarsa comprensibilità del linguaggio** con cui si esprimono delle complessità tecniche, dovuta alla difficoltà del giurista (come di qualsiasi altro professionista) di mettersi nei panni del lettore;
- la comunicazione giuridica deve e può stabilire una relazione di **reciproca fiducia tra autore e destinatario**, il quale non si dovrebbe fidare di scorciatoie grafiche suadenti che soccorrono una policy scarsamente leggibile;
- il giurista non può accettare di sacrificare un grammo di precisione in cambio di un chilo di chiarezza: **con la metodologia del *Legal Design* il giurista riesce a ripulire il linguaggio giuridico** da vizi e vezzi, obsolescenze e astrusità senza rinunciare alla complessità del contenuto.
- Infine, il modello deve essere scalabile e attuabile nella fretta della pratica quotidiana, cioè replicabile dal giurista con tempi e costi ragionevoli, che sarebbero messi a rischio dal ricorso continuo alla collaborazione con un grafico per un'opera di creatività fine a se stessa.



Perché abbiamo scelto la Privacy Policy di Just Eat

- Abbiamo scelto di lavorare sulla Privacy Policy di Just Eat, piattaforma in crescita costante che attualmente conta **48 milioni di clienti** in tutto il mondo. Just Eat intermedia il cliente e il ristorante con servizi a pagamento.
- Abbiamo escluso le piattaforme social, come Facebook o Instagram, perché il loro modello di business richiederebbe uno stravolgimento delle Policy, che riteniamo poco applicabile senza interventi delle autorità. Infatti, gli utilizzatori di questi provider, in cambio della gratuità del servizio, cedono, non si sa con quanta consapevolezza, il valore dei dati personali immessi.
- Nel contratto di servizio a pagamento, invece, il sinallagma è molto ben delineato: posso ordinare e ottenere la consegna a domicilio di un pasto pagandone il prezzo. Pertanto, il dato personale del cliente non dovrebbe affatto costituire merce di scambio neppure in via residuale.

Le caratteristiche della Privacy Policy di Just Eat

- La Privacy Policy di Just Eat, nella sua struttura informativa e nel suo linguaggio, presenta una **scarsa organicità espositiva**: lacune, incongruenze, ripetizioni, oscurità e ambiguità producono un muro di parole che scoraggia l'utente all'integrale lettura. Pur di evitare una **faticosa perdita di tempo** rispetto al suo scopo di ordinare un pranzo, finisce per accettare, apparentemente anche per suo comodo, un uso dei suoi dati personali per finalità non strettamente correlate al contratto.
- Una certa tendenziosità sull'uso dei dati personali si nota anche nelle procedure che il sito richiede per ordinare, obbligando l'utente alla previa registrazione.
- In sostanza, con l'avvento delle piattaforme e dei marketplace, i servizi ricevuti si pagano, oltre che col denaro, coi propri dati personali e, oltretutto, con un costo sociale altissimo.



Come abbiamo riscritto la Privacy Policy di Just Eat

- Innanzi tutto abbiamo reso compatibile la Policy con la procedura di registrazione sul sito, inserendo commenti migliorativi e pillole legali di avvertimento per il cliente.
- Poi, abbiamo riorganizzato le informazioni della Policy, ottenendo la **sintesi informativa**. Con questo solo aspetto del metodo di composizione **abbiamo dimezzato il numero delle parole originali**.
- Abbiamo riformulato le informazioni della Policy originaria, arrivando a una comunicazione più chiara, più concisa e ugualmente precisa, aggiungendo alla oggettiva riduzione delle parole il dato altrettanto oggettivo di una qualità linguistica superiore.
- Infine abbiamo trasferito il contenuto semplificato all'interno di un *template* strutturato, ricco di icone, colori, font, glossario e box per consentire diversi livelli di lettura e una maggiore comprensione dei concetti sottesi alla Policy.



Come abbiamo misurato i risultati

Da oggi, la chiarezza non è più un'opinione. È un dato.

Abbiamo misurato innanzitutto ogni quante parole il lettore della Policy originale e della nostra riscrittura incontra un problema di comprensione:

- la discontinuità logica tra capoversi
- le frasi troppo complesse
- le parole troppo complesse

Inoltre, abbiamo calcolato, a campione su un paragrafo, la qualità linguistica con i suoi KPI (Key Performance Indicator):

- KPI positivo: numero e frequenza dei verbi
- KPI negativi: numero e frequenza di parole per periodo, parole per verbo, complementi indiretti, complementi indiretti per verbo e per parole.

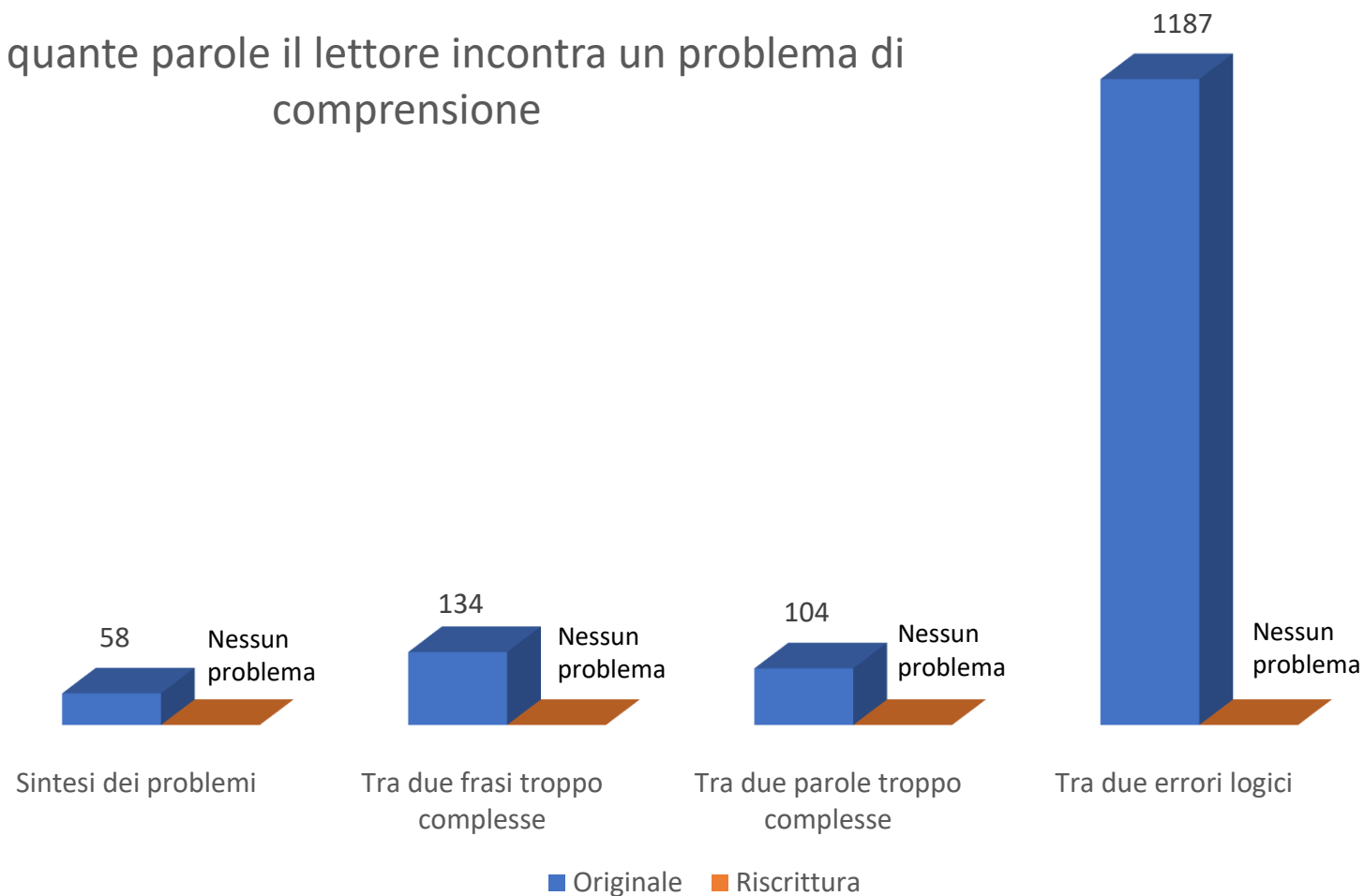
Misurazione della policy originale e della riscrittura

	Policy JustEat		Policy Just Eat		Delta
Numero parole	4749		1368		-71,2%
Totale e frequenza* problemi linguistici	Totale	Frequenza	Totale	Frequenza	
	80	59	0		-100%
Dettaglio problemi linguistici	Totale	Frequenza	0		-100%
Eccesso di informazioni	0	-	0		-100%
Discontinuità logica	4	1187	0		-100%
Complicazione sintattica	25	189	0		-100%
Complicazione lessicale	51	93	0		-100%

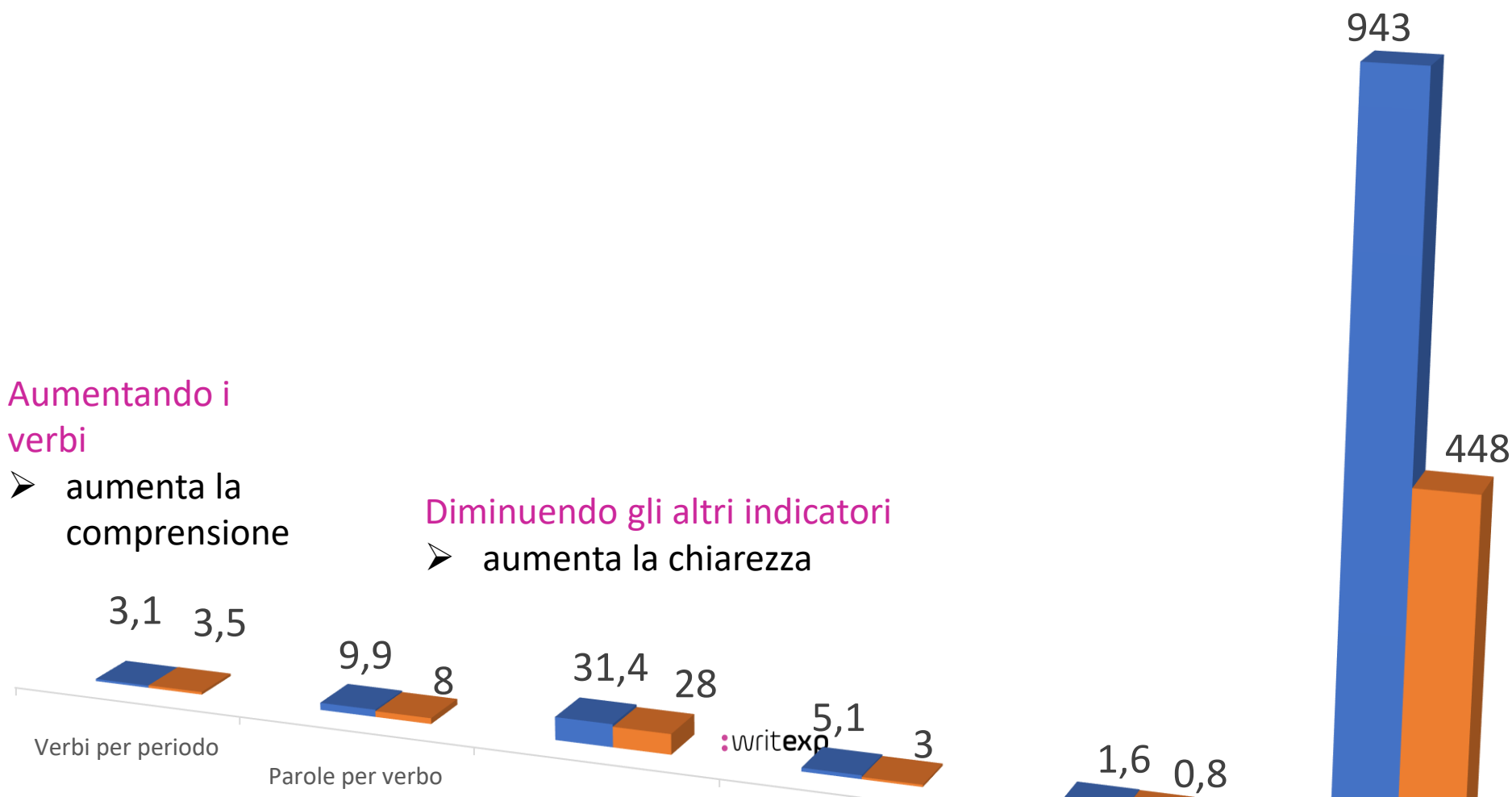
* Frequenza = 1 (problema) / (ogni) n. (parole)

Rappresentazione grafica

Ogni quante parole il lettore incontra un problema di comprensione



- Rappresentazione grafica dei KPI della qualità linguistica oggettiva
- (a campione su un paragrafo)



Come abbiamo calcolato il costo del tempo dei lettori

Per calcolare il costo del tempo, abbiamo utilizzato un algoritmo di Writexp disponibile all'indirizzo <https://www.writexp.com/calcolatore/>, impostato con i parametri seguenti:

- la Privacy Policy pubblicata sul sito di Just Eat è composta da 4.749 parole, circa 16 pagine totali. La nostra riscrittura è di 1.368 parole, circa 4,5 pagine
- occorrono 2 minuti per leggere una pagina di 300 parole di cattiva formulazione
- 0,47 € è il costo del lavoro al minuto (fonte Eurostat)
- i clienti di Just Eat sono 48 milioni (fonte Just Eat: <https://www.justeat.it/blog/progetti-e-impegno-in-italia/just-eat-takeaway-com-nasce-il-leader-globale-del-food-delivery>)

Il **costo sociale** del tempo di lettura per la lettura della Privacy Policy di Just Eat è:

- originale: 699.360.000 €
- nostra riscrittura: 203.040.000 € = **risparmio di 469.320.000 €**

● ● Come abbiamo calcolato il costo energetico

Parametri

- 1 kw costa 0,48 €
- 48 milioni di persone
- 32 minuti di lettura della Policy Originale
- 9 minuti di lettura della Policy Riscritta

Costo energetico

- Originale: 11.520.000 €
- Riscrittura: 3.456.000 € = **risparmio in sostenibilità 8.064.000 €**