

# e-politics. Synthetic politics. L'ultima sfida della comunicazione politica

(doi: 10.3270/109004)

Comunicazione politica (ISSN 1594-6061)

Fascicolo 3, dicembre 2023

## **Ente di afferenza:**

*Università di Napoli Federico II (unina)*

Copyright © by Società editrice il Mulino, Bologna. Tutti i diritti sono riservati.

Per altre informazioni si veda <https://www.rivisteweb.it>

## **Licenza d'uso**

L'articolo è messo a disposizione dell'utente in licenza per uso esclusivamente privato e personale, senza scopo di lucro e senza fini direttamente o indirettamente commerciali. Salvo quanto espressamente previsto dalla licenza d'uso Rivisteweb, è fatto divieto di riprodurre, trasmettere, distribuire o altrimenti utilizzare l'articolo, per qualsiasi scopo o fine. Tutti i diritti sono riservati.

# e-politics

*Synthetic politics.*

## L'ultima sfida della comunicazione politica

di Rosanna De Rosa e Valentina Reda

Sulla neutralità della tecnica si sono scritti fiumi di parole, ma a contribuire a sfatare senza ambiguità tale paradigma arrivano i leader politici in forma di chatbot. Proposti da partiti cosiddetti «sintetici», i *chatbot politicians* sono un mix di intelligenza artificiale (IA) e agenti conversazionali in grado di «dare vita» – o sarebbe meglio dire generare – un candidato virtuale dotato di una posizione politica e di un programma. Nessuno pensa che essi possano davvero candidarsi, ma la loro sola presenza contribuisce a rimettere in discussione la qualità della politica e dei suoi leader, la capacità di rappresentare gli interessi dei cittadini, di saperne ascoltare i bisogni e di produrre politiche più razionali. Insomma, una provocazione che fa pensare. D'altronde, non manca chi preferirebbe essere governato da algoritmi piuttosto che da cattivi politici. Il punto è che i *chatbot politicians*, se da un lato sembrano essere dotati di uno statuto di superiorità sull'essere umano perché considerati più esperti, più vicini all'elettore verso il quale è in grado di fornire risposte personalizzate, e più oggettivi per la loro costituzione algoritmica, dall'altra è proprio la loro natura politica a metterne in risalto la parzialità. Va chiarito infatti che i chatbot politicians, come le più comuni chatbot ad uso politico, non sono l'equivalente di ChatGPT, perché mancano della possibilità di accesso ad una conoscenza smisurata. In altri termini, anche per l'intelligenza artificiale vale il detto che «è ciò che mangia». Va tuttavia considerato che le tecnologie IA in politica sono un campo in evoluzione, con applicazioni ed esperimenti, che mostrano una grande flessibilità e capacità di adattarsi ai diversi contesti, passando dal settore commerciale a quello politico e viceversa, come si vedrà nel seguito della rubrica, e questo potrebbe preludere a sviluppi – ed implicazioni – per nulla imprevedibili. Ad alzare l'interesse, concorrere anche l'imminenza delle elezioni presidenziali statunitensi nel 2024, che saranno il banco di prova sia della spregiudicatezza degli attori in campo che della robustezza degli anticorpi che la società in generale sta iniziando a sviluppare.

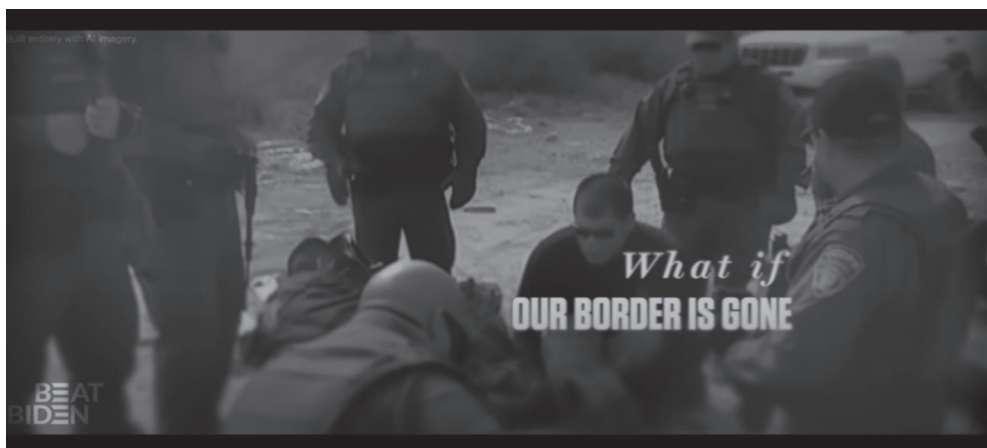
Questa rubrica intende richiamare alcuni dei principali ambiti di applicazione dell'intelligenza artificiale alle competizioni elettorali, attraverso una ricognizione di fonti

ed esempi reperibili in Rete, con l'obiettivo di fare emergere quanto si sia già diversificato lo spettro delle tecnologie applicate alla comunicazione politica.

## 1. L'effetto «guerra dei mondi» e il rischio di assuefazione

Nell'ultima settimana di aprile, in risposta all'annuncio ufficiale del presidente Joe Biden di volersi ricandidare nel 2024, il Comitato Nazionale repubblicano ha lanciato uno spot di 30 secondi, interamente prodotto con tecnologia IA (come indicato nel disclaimer in bianco, quasi invisibile, nell'angolo in alto a sinistra dell'immagine, Fig. 1). Il video, centrato sul «What if [the weakest president we've ever had were re-elected]» propone immagini apocalittiche di come si presenterebbero gli Stati Uniti d'America dopo l'eventuale rielezione del presidente, con masse di migranti che attraversano il confine, città in isolamento con soldati per le strade e aerei cinesi che lanciano bombe su Taiwan. La settimana successiva la CNN<sup>1</sup>, a seguito di un test svolto con potenziali elettori a Washington, riferisce che solo in parte sono stati in grado di accorgersi che le immagini erano artefatte e che in qualche caso hanno mostrato dubbi sulla veridicità delle immagini diffuse. Nell'ambito della stessa inchiesta, Hany Farid, esperto di *digital forensic* e professore alla Berkeley University, ha ricordato che l'utilizzo di realtà immaginarie e annunci ingannevoli non sono una novità nelle campagne politiche. L'episodio più noto nella storia delle presidenziali americane è quello dello spot «Daisy Girl»

Figura 1. Spot Beat Biden, realizzato e pubblicato dal Partito Repubblicano, 2023



Fonte: GOP, <https://www.youtube.com/watch?v=kLMMxgtxQ1Y>.

<sup>1</sup> Notizia riportata dalla CNN il 3 maggio, <https://edition.cnn.com/2023/05/02/politics/ai-election-ads-2024/index.html>.

Figura 2. Spot Daisy Girl per la campagna di Johnson contro Goldwater, 1964

**MUSEUM OF THE MOVING IMAGE**  
**THE LIVING ROOM CANDIDATE**   
 PRESIDENTIAL CAMPAIGN COMMERCIALS 1952-2020 ★★ ★

SIGN IN | REGISTER

SEARCH

COMMERCIALS - **1964 JOHNSON vs. GOLDWATER**

ELECTION YEAR -

1952  
 1956  
 1960  
**1964**  
 1968  
 1972  
 1976  
 1980  
 1984  
 1988  
 1992  
 1996  
 2000  
 2004  
 2008  
 2012  
 2016  
 2020

PLAYLISTS

MY LRC

FOR TEACHERS

2020 BLOG

1964 JOHNSON GOLDWATER RESULTS

President Lyndon B. Johnson, who took office following John F. Kennedy's assassination in November 1963, enhanced his image as a tough legislator by winning a hard-fought battle to pass the landmark Civil Rights Act of 1964, which guaranteed African-Americans access to all public facilities, and banned discrimination by race, religion, or sex. The Vietnam War was escalating, but had yet to become a real liability for Johnson.

The margin of Johnson's landslide victory in 1964 was partly a repudiation of Barry Goldwater's extreme right-wing views. Goldwater, an Arizona senator and author of the best-selling book *The Conscience of a Conservative*, won the Republican nomination after a bitter primary campaign against moderate New York Governor Nelson Rockefeller. In his acceptance speech, Goldwater made the infamous statement, "Extremism in the defense of liberty is no vice. Moderation in the pursuit of justice is no virtue." The assertion, meant as a defense of conservatism, merged in the public consciousness with statements in which Goldwater advocated the use of tactical nuclear weapons in Vietnam and argued that Social Security be made voluntary.

00:00 / 01:01 Credit Transcript Share Save

RELATED COMMERCIALS RELATED PLAYLISTS

Fonte: The Living Room Candidate, <http://www.livingroomcandidate.org>.

(rintracciabile oggi nell'archivio di tutti gli ads presidenziali di Living Room Candidate, Fig. 2), realizzato per la campagna di Lyndon B. Johnson del 1964, che immaginava un'apocalisse nucleare in caso di vittoria del suo avversario Barry Goldwater, utilizzando una sequenza crudele in cui il *countdown* dello scoppio si innesta sul gioco di una bambina che conta i petali di una margherita. L'uso delle immagini create con l'intelligenza artificiale complica la questione, in primo luogo perché moltiplica l'effetto realtà e rende più difficile tanto accorgersi immediatamente della simulazione, quanto slegare il dato cognitivo – di consapevolezza del falso – da quello emotivo. In secondo luogo, la consapevolezza del falso rischia di indurre l'attesa del falso ovunque almeno in potenza, inducendo ad una rincorsa esponenziale all'enfatizzazione. Infine, l'intelligenza artificiale confonde le acque ad un ulteriore livello, quello della post-verità, perché in un mondo in cui tutto può essere falso, tutto può essere negato e ciascuno è libero di costruire la propria verità.

A partire da questo episodio, si è andato rafforzando il dibattito pubblico sui rischi della penetrazione endemica dell'uso dell'intelligenza artificiale nelle campagne elettorali. Tra gli altri, *The New York Times*, *The Atlantic*, *Reuters* e *Brookings* hanno lanciato l'allarme subito dopo la pubblicazione dello spot<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Hsu, T. e Myers, S.L. (2023). «A.I.'s use in elections sets off a scramble for guardrails». *The New York Times*, 25 giugno, <https://www.nytimes.com/2023/06/25/technology/ai-elections-disinformation-guardrails.html>; Sanders, N.E. e Schneier, B. (2023). «Just wait until Trump is a chatbot. Artificial intelligence is already showing up in political ads. Soon, it will completely change the nature of

## 2. Il fake tra «furto» di identità e auto-falsificazione

Sul fronte della falsificazione vocale, gli episodi sono già numerosi. In una puntata di un noto Podcast, *Pod Save America*, andata in onda il 28 febbraio di quest'anno<sup>3</sup>, il co-conduttore – ed ex collaboratore dell'amministrazione Obama – annuncia di aver incontrato «un amico molto importante nel fine settimana», prima di lanciare un messaggio audio «esclusivo» del Presidente Joe Biden. La voce risulta molto credibile, e il testo è scritto con attenzione all'uso di espressioni plausibili nel linguaggio del presidente; d'altronde Biden aveva effettivamente partecipato allo show nel 2020. Allo stesso tempo, la forzatura delle dichiarazioni e – soprattutto – le sonore risate dei conduttori rendevano esplicita la natura satirica e artefatta dell'intervento. Sempre nel febbraio 2023, l'account X (ex Twitter) di Chicago Lakefront News, una finta organizzazione giornalistica, ha lanciato un video dove la voce fuori campo realizzata con IA mimava quella del candidato alle elezioni a sindaco della città Paul Vallas mentre esponeva argomenti in modo deciso sulla sicurezza pubblica, registrando migliaia di visualizzazioni in pochissimo tempo prima di essere eliminato. Parallelamente, PolitiFact, organizzazione no-profit di fact-checking del Poynter Institute, ha riportato come falso un video alterato di una intervista rilasciata alla MSNBC della senatrice democratica Elisabeth Warren, in cui sembrava sostenere che non dovrebbe essere permesso ai repubblicani di votare. Ancora quest'anno, sono diventati virali sui social alcuni falsi discorsi di Biden in cui il presidente si cimenta a parlare di temi che vanno dall'hip hop ai videogiochi alle droghe, in chiave di operazione satirica, e un video, orientato invece alla disinformazione, in cui Biden critica le donne transgender. Infine, a fine agosto il partito di opposizione polacco Piattaforma Civile (Platforma Obywatelska, PO) ha utilizzato tecniche di deep fake per realizzare un video del Primo Ministro Mateusz Morawiecki, a partire dal campionamento e rielaborazione di suoi discorsi senza alcuna menzione dell'uso di IA generativa. La clip è stata pubblicata su X il 24 agosto<sup>4</sup>, con la campagna elettorale in pieno svolgimento, generando preoccupazione per la penetrazione di queste tecniche nell'armamentario dei partiti.

In tutti questi casi, sebbene il falso sia risultato abbastanza facilmente identificabile, è stato sollevato il tema della debolezza del framework normativo dell'IA e della responsabilità delle grandi piattaforme mediatiche nel contribuire alla diffusione di fake news. In questa direzione non sembrano dunque ancora sufficienti i tentativi della Commis-

campaigning». *The Atlantic*, 28 aprile, <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2023/04/ai-generated-political-ads-election-candidate-voter-interaction-transparency/673893/>; Ulmer, A. e Tong, A. (2023). «Deepfaking it: America's 2024 election collides with AI boom». *Reuters*, 31 maggio, <https://www.reuters.com/world/us/deepfaking-it-americas-2024-election-collides-with-ai-boom-2023-05-30/>; West, D. (2023). «How AI will transform the 2024 elections». *Brookings*, 3 maggio, <https://www.brookings.edu/articles/how-ai-will-transform-the-2024-elections/>.

<sup>3</sup> La puntata è intitolata *The 2024 Dry Ron*, <https://podcasts.apple.com/us/podcast/the-2024-dry-ron/id1192761536?i=1000602015326>.

<sup>4</sup> Video postato il 24 agosto dall'account Platforma Obywatelska.

sione Europea (2021) e del parlamento europeo di definire un argine perché restano ampi i margini di elusione consentiti, ad esempio, dalla definizione delle categorie di rischio. In un quadro di lentezza del processo decisionale, non resta che lavorare sul fronte dell'informazione, con una stretta sul controllo diretto e continuo dei contenuti diffusi, e dell'alfabetizzazione, per rendere i cittadini sempre più consapevoli dell'uso manipolativo dell'IA.

In Italia, lo sdoganamento dell'uso di strumenti di *deep fake* in politica è avvenuto con Salvini<sup>5</sup> che ha pubblicato sui suoi canali social un video in cui, grazie all'app HeyGen, simula di parlare in un eccellente francese per salutare l'arrivo di Marine Le Pen alla manifestazione di Pontida.

La strategia dell'auto-falsificazione, d'altra parte, era già stata sperimentata in modo sistematico nel 2021 per la campagna elettorale di Yoon Suk-yeol in Corea del Sud<sup>6</sup>. Dopo la pubblicazione di una prima breve clip in cui un uomo, dall'aspetto e voce del candidato, dice: «Salve, sono Al Yoon Suk-yeol, siete sorpresi di quanto gli somiglio?», la campagna ha continuato a pubblicare brevi video in cui il candidato sintetizzato risponde a domande o richieste relative alla sua piattaforma programmatica (Fig. 3). La maggior parte

Figura 3. Al Yoon Suk-yeol



Fonte: Canale ufficiale Youtube, <https://shorturl.at/bprAB>.

<sup>5</sup> Giordano, D. (2023). «Salvini per l'arrivo di Marine Le Pen si affida all'Intelligenza artificiale». *Formiche.it*, 17 settembre, <https://formiche.net/2023/09/salvini-le-pen-intelligenza-artificiale/>.

<sup>6</sup> 16 marzo 2022, <https://keia.org/the-peninsula/is-korea-showing-the-future-of-elections-ai-candidates/>, (ultima consultazione 5 settembre 2023).

delle clip prevede risposte di senso comune volte ad avvicinare il candidato al pubblico; a una domanda sull'assunzione di personale del Partito Democratico, Al Yoon risponde di non considerare il partito, ma la persona e le sue capacità. Oppure di ironico posizionamento rispetto ad altri leader politici; per esempio, alla domanda chi salverebbe se Moon Jae-in e Lee Jae-myung stessero annegando in acqua, Al Yoon risponde che farebbe il tifo per entrambi ma da molto, molto lontano. In questa iniziativa, il candidato è stato affiancato da un team di giovani sviluppatori del People Power Party, le risposte alle domande sono state vagliate dal leader del People Power Party, Lee Joon-suk, mentre il candidato Yoon ha dovuto leggere circa 3.000 frasi, per un totale di circa 20 ore di registrazione, per fornire i filmati di addestramento. Le fasi finali della campagna, inoltre, hanno segnato la misura del potenziale d'uso di questo tipo di tecnologia in campagna spingendo l'acceleratore sulla personalizzazione della comunicazione. Con l'avvicinarsi del giorno delle elezioni, infatti, il team di Yoon ha iniziato a inviare clip di Al Yoon ai sostenitori del partito via SMS, con messaggi personali e personalizzati a livello regionale. Con evidenti vantaggi in termini di risorse, economiche, logistiche e di tempo, e conservando la presenza del candidato in video.

### 3. La frontiera dei candidati *synth*

Nell'immaginario di solo dieci anni fa il candidato sintetico era Waldo, l'orso blu animato da un attore comico frustrato, che nel terzo episodio dell'iconica serie *Black Mirror* compie il salto dall'intrattenimento alla politica. Dieci anni dopo, il candidato sintetico prova a fare il passo più lungo: dall'avatar all'androide, e dalle serie tv alla realtà. Se per certi versi appare decisamente presto per immaginare un futuro distopico come nella serie «Humans», alcuni passi in questa direzione sono stati già fatti, facendo registrare l'esperienza di almeno 4 candidati artificiali (Vuković 2023).

Il primo è stato il politico virtuale SAM, presentato al Digital Government Showcase, il raduno annuale delle nazioni digitali più avanzate del mondo in Nuova Zelanda tenutosi nel febbraio 2018<sup>7</sup>. L'idea era quella di lanciare un candidato virtuale in vista di una candidatura alle elezioni 2020, che non si è verificata. L'esperimento ha comunque fatto grande scalpore, alla luce della capacità di SAM – del tutto inedita per il grande pubblico solo pochi anni fa – di interlocuzione con l'utenza, allenata attraverso le conversazioni dirette della chatbot con le persone via Messenger e attraverso le risposte date ai sondaggi realizzati sulla sua homepage.

L'anno successivo, 25.000 persone in Russia hanno votato per la candidatura nelle elezioni presidenziali del marzo 2018 dell'assistente virtuale Alice, lanciata il 10 ottobre 2017. La personalità di Alice, sviluppata dal team di Yandex, era quella di una ragazza giovane e ironica, disponibile ad aiutare l'utente in ogni momento, la cui voce era quel-

<sup>7</sup> New Zeland Government, <https://www.digital.govt.nz/showcase/sam-meet-your-politician-of-the-future/> (ultima consultazione 5 settembre 2023).

la dell'attrice Tatiana Shitova, doppiatrice della maggior parte dei personaggi di Scarlett Johansson e voce di OS1, «Samantha», nel doppiaggio russo del film *Her* di Spike Jonze. Come nel caso di SAM, l'approfondimento d'uso da parte degli utenti aveva fatto emergere numerosi bias nelle opinioni espresse dall'intelligenza artificiale, dovuti alla natura delle informazioni processate dalla macchina che, in questo caso, finivano per comprendere attitudini controverse nei confronti del trattamento verso gli oppositori politici russi. Il mancato approdo elettorale non ha però ostacolato l'interesse per lo strumento e la sua diffusione: nei primi 5 mesi del 2018, l'assistente virtuale era già installato nel 53% degli smartphone del paese e disponibile nel navigatore di oltre 20 milioni di auto, secondo le statistiche pubblicate dall'azienda produttrice Yandex.

Ancora nel 2018, a Tama (Tokyo), Michihito Matsuda si candida alle elezioni del sindaco della città come proxy umano dell'IA di cui era sviluppatore. Matsuda ha corso, dunque, in luogo del candidato sintetico, cui la legge non consentiva la candidatura, in quanto soggetto privo di identità registrata e diritti di cittadinanza. In questo caso, l'esperienza è stata molto più concreta. La campagna aveva trovato il sostegno di due principali finanziatori: Norio Murakami, ex rappresentante di Google in Giappone, e Tetsuzo Matsumoto, vice-presidente di Softbank. Il manifesto di Matsuda<sup>8</sup> è radicato sull'idea della superiorità dei politici IA rispetto ai *legacy politicians*, meno competenti e con difetti difficilmente contenibili o controllabili, come l'attitudine alla corruzione e alla stupidità, associate all'incapacità di imparare dai propri, e altrui, errori. A questo si aggiunge che gli esseri umani non sono in grado di ignorare le loro emozioni e la loro soggettività, influenzando negativamente i processi decisionali. Più pragmaticamente, Matsuda considera che circa l'80% del lavoro previsto nell'esercizio delle funzioni amministrative potrebbe essere svolto da robot e AI lasciando invece ai cittadini il coinvolgimento e la partecipazione ad azioni di interesse pubblico. Insomma, alle macchine l'attività di *rowing*, ai cittadini quella di *steering*. La vecchia retorica del paradigma di non sostituzione degli esseri umani.

Ultima in ordine di tempo è l'esperienza del Synthetic Party, registrato in Danimarca a maggio 2022, che si descrive come una «combinazione di partito AI-driven e anti-politico». In modo esplicito, il partito si propone come il prodotto di una sintesi ottenuta dalle informazioni provenienti dai piccoli partiti che non sono entrati in Parlamento, con l'obiettivo di rappresentare – e attivare – fino al 20% dei cittadini non votanti, che si riconoscerebbero nella loro idea di promuovere la coesistenza tra IA ed essere umano. Il leader del partito è una chatbot chiamato «Leader Lars», progettato e programmato dal collettivo artistico Computer Lars. Interrogato da un blogger<sup>9</sup> su Discord<sup>10</sup>, Leader Lars non si mostra

<sup>8</sup> Presentazione disponibile su Slideshare, <https://www.slideshare.net/MichihitoMatsuda/politics-2028-why-artificial-intelligence-will-replace-politicians-by-michihito-matsuda> (ultima consultazione 5 settembre 2023).

<sup>9</sup> Political Observatory on Populism (POP), 6 dicembre 2020, <https://populismobserver.com/2022/12/06/chatbot-politicians-artificial-intelligence-and-next-level-populism/> (ultima consultazione 3 settembre 2023).

<sup>10</sup> Pagina Discord del Der Syntetiske Parti, <https://discord.com/invite/Hmy6tKf8yf>.

un populista, ma un politico centrista, che propone una visione chiaramente anti-elitaria – «le élite politiche sono spesso fuori dal contatto con le esigenze della popolazione» – che porta a ipotizzare che l'intelligenza artificiale abbia una maggiore capacità di ascolto dei bisogni dei cittadini comuni, quindi sia maggiormente in grado di rappresentarli prendendo decisioni migliori senza farsi influenzare dalle emozioni o pregiudizi personali essendo anche in grado di elaborare grandi quantità di dati in modo rapido e accurato. Nonostante la candidatura non riesca a raccogliere un numero sufficiente di firme per entrare nella competizione elettorale, l'esperimento segna un passo ulteriore nella sperimentazione presso l'elettorato olandese di strumenti e idee che appaiono in continuità con quelle che hanno segnato il successo dell'antipolitica.

Meno avveniristico – ma forse anche più significativo – è invece l'uso dell'IA per la costruzione dei materiali della campagna politico-elettorale, a partire dal programma politico. Un esempio recente riguarda una applicazione dell'IA rivolta ad aumentare la sofisticazione dei processi di analisi e sintesi delle opinioni. In Gran Bretagna, nell'estate 2023 il candidato Andrew Gray concorre per rappresentare in Parlamento Selby e Ainsty, una *constituency* di 77.000 cittadini del North Yorkshire, sulla base di un programma interamente generato con l'intelligenza artificiale. Sul suo sito web<sup>11</sup>, Gray si definisce come un candidato «Powered By AI» e spiega che la sua campagna, così come il suo «Manifesto del popolo» e il programma operativo in caso di elezione, è basata sull'uso di Polis, uno strumento open-source in grado di analizzare algoritmicamente il consenso su diversi argomenti. La piattaforma consente ai partecipanti di proporre temi, discutere e votare le posizioni degli altri membri, producendo di volta in volta una mappa della sovrapposizione delle opinioni, che tende a valorizzare la convergenza rispetto alla polarizzazione. Gray utilizza Polis anche per fornire servizi di monitoraggio/sondaggio attraverso una associazione no-profit che gestisce personalmente.

La *synthetic politics* pone dunque alla politica legacy nuove sfide, mentre ne amplifica le possibilità di impatto. Insieme, uno strumento di critica politica suscettibile di diventare il megafono di nuove ondate di populismo e di antipolitica e un'estensione tecnologica di partiti e candidati sempre meno capaci di conquistare il cuore dell'elettore se non sfruttando una riserva fino ad ora poco indagata per i suoi altissimi costi di produzione: quella dell'immaginario, della costruzione di mondi futuribili, eterei quanto iperrealistici. Sullo sfondo, almeno per ora, è rimasta la questione delle nuove regole che la politica deve darsi relativamente ai limiti da porre alla personalizzazione, all'organizzazione sempre più tecnocratica e scientifica della comunicazione, al grado di persuasione occulta che può essere considerato socialmente accettabile. Una sfida di non poco conto anche sotto il profilo della ricerca per la tenuta delle categorie analitiche tradizionali e la falsificazione delle nuove, ancora tutte da produrre.

<sup>11</sup> Sito web di Andrew Gray: <https://www.andrew-gray.org/>.

## Riferimenti bibliografici

- Alvarez, R.M., Eberhardt, F. e Linegar, M. (2023). *Generative AI and the Future of Elections*. Pasadena: California Institute of Technology – Center for Science, Society and Public Policy, Policy Brief, [https://lindeinstitute.caltech.edu/documents/25475/CSSPP\\_white\\_paper.pdf](https://lindeinstitute.caltech.edu/documents/25475/CSSPP_white_paper.pdf).
- Deepak, P., Simoes, S. e MacCarthaigh, M. (2023). AI and core electoral processes: Mapping the horizons. *AI Magazine*, 44 (3), 218-239, DOI: 10.1002/aaai.12105.
- Matz, S., Teeny, J., Vaid, S.S., Harari, G.M. e Cerf, M. (2023). The potential of generative AI for personalized persuasion at scale. *PsyArXiv*, 22 aprile, DOI: 10.31234/osf.io/rn97c.
- Simchon, A., Edwards, M. e Lewandowsky, S. (2023). The persuasive effects of political microtargeting in the age of generative AI. *PsyArXiv*, 11 agosto, DOI: 10.31234/osf.io/62kxq.
- Vuković, S. (2023). *AI and Populism 2.0: Chatbot Politicians as New Leader*. Buenos Aires: Paper presentato a IPSA 2023 (27th World Congress of Political Science: *Politics in the Age of Transboundary Crises: Vulnerability and Resilience*).

