

E se le promesse dell'AI non si materializzassero?

Un viaggio dentro rischi, illusioni e costi nascosti di una rivoluzione tecnologica che potrebbe deludere le aspettative di aziende, mercati e policy maker

Julian Howard, Chief Multi-Asset Investment Strategist di Gam, fa un'interessante considerazione in un recente report della società. Il sentimento di mercato, osserva, ci suggerisce che «siamo sull'orlo di una rivoluzione tecnologica che automatizzerà quasi ogni aspetto della nostra vita. I fornitori di "picks and shovels" (attrezzi da minatore) di questa rivoluzione, che si tratti di grandi modelli linguistici o dei chip stessi, sono forse meglio rappresentati dai titoli delle "Magnificent Seven": Alphabet, Apple, Amazon, Meta Platforms, Microsoft, Nvidia e Tesla. La portata dei loro investimenti nell'AI è enorme, con stime prudenti che indicano una spesa di 175 miliardi di dollari solo per Alphabet. Riteniamo che questo sia indubbiamente entusiasmante da un certo punto di vista, ma alcuni investitori sono preoccupati dal crescente dibattito sul fatto che l'AI potrebbe non essere così rivoluzionaria come si sperava in precedenza».

Sembra quasi che gli Stati Uniti stiano scommettendo su due approcci – apparentemente separati ma nei fatti progressivamente convergenti: l'autocrazia autoritaria come motore della geopolitica e l'AI-izzazione della società come motore dell'economia. In entrambi i casi la scommessa è che dominerà la legge del più forte, lo stato più armato, l'economia più digitalizzata. Con l'ipotesi che

«the-winner-eats-all»: il potere politico, la ricchezza economica, l'eco comunicativa. In questo momento il mondo è certamente stato spiazzato da questa aggressività fuori controllo – dove molti incominciano a pensare che la G di Maga non sia Great ma Greedy. L'ossessione per la crescita dimensionale dei valori di borsa delle aziende, dei territori controllati, delle risorse globali fatte proprie per uso e consumo interno non è necessariamente un valore di per sé, ma può dipendere dal meccanismo capitalistico della crescita continua che deve essere instancabilmente alimentata ... pena l'apocalisse, il crollo di tutta l'impalcatura.

È qui che entra la cultura mediterranea, e che la storia diventa magistra vitae. La lunga guerra di Troia è stata vinta da Ulisse, e non da Achille: dal più abile e non dal più forte.

L'esistenza del limite è più il prodotto del buon senso e una tutela dalla follia onnipotente sempre in agguato, che non un ostacolo alla crescita e all'inventiva. Pensieri come "L'unico limite al mio potere è la mia moralità, non ho bisogno del diritto internazionale" hanno sempre attraversato la storia, ma a chi li pronunciati è sempre andata male. Sottostimare i problemi e marginalizzare i contributi dell'altro è per costruzione inefficace e sempre pericoloso. Questo è il senso pratico dell'hybris morale. Mentre l'arte di arrangiarsi tipica della cultura del Sud Est del mondo

ha sempre saputo trasformare la carenza strutturale di risorse in arguzia, agudezza direbbero gli spagnoli. In un interessante libro, Il Segreto italiano,

Vittorio Coda osserva che «in Italia vi sono imprese nate e cresciute in un contesto ostile all'intraprendere e che, ciò nonostante, in molteplici settori produttivi pongono l'Italia nelle primissime posizioni delle graduatorie europee e mondiali». Come è possibile il loro successo? Da dove vengono: la tenacia, la pazienza, la spinta motivazionale necessarie per superare ostacoli che consumano una grande quantità di energia imprenditoriale e manageriale. Da dove viene «il plus di capacità di innovazione necessario per essere competitivi in presenza di fattori ostacolanti che impattano sensibilmente sui costi del lavoro, dei finanziamenti, dei trasporti, dell'energia; sui tempi e sui costi di realizzazione degli investimenti; sui rischi, strategici e operati-

tra me... e tech



Andrea Granelli

vi, inerenti ai business?» Tra le molte risposte del libro, una è utile per il nostro ragionamento: il potere della motivazione, della forza di carattere, dell'esper-

ienza fatta di successi ma anche di cadute. Nel mondo del digitale o della finanza, invece, non si vendono la fatica e l'abilità nel fare, ma le idee e la fatica di altri (programmatore, AI, clienti prosumer...). Anche il processo di vendita è automatico (la rete, i meccanismi imitativi, la manipolazione dei media) e può crescere in modo esponenziale senza che noi aumentiamo lo sforzo. È una forma di usura in cui il guadagno incrementale non è motivato da uno sforzo incrementale, ma viene "regalato" dal tempo stesso. È quasi un meccanismo magico, e in effetti molti imprenditori del settore Tech vengono trattati come maghi. Ma, come la storia ci insegna, ogni mago a un certo punto si crede onnipotente e senza vincoli...

