

# Galoppando alla cieca verso il mondo dell'AI

Le app full-AI promettono aziende senza persone, ma sollevano domande su potere, dipendenze tecnologiche e qualità della vita

**S**i chiama Josh Mohrer e la sua app si chiama Wave. Qui un articolo che ne parla: <https://adapty.io/case-studies/wave/> "The personal challenge of making the Wave app was to see how far I can go on my own." (Josh Mohrer, Creator of Wave: AI Note Taker).

Questo è uno dei molti casi in cui l'AI ha consentito di realizzare una vera e propria azienda producendo il software che non solo fornisce le funzionalità dell'app ("interagire con l'AI in modo semplice e naturale") ma gestisce anche la fatturazione e il customer care senza dipendenti e con l'imprenditore proprietario che ha realizzato il tutto senza saper programmare.

L'innovazione tecnologica ha sempre consentito di aumentare il tasso di automazione, e cioè di far fare alle macchine – siano esse meccaniche, elettroniche, o simboliche – ciò che era impossibile, poco conveniente o non desiderabile che l'uomo facesse. Da un certo punto di vista potremmo allora dire nulla di nuovo.

Ma qui il tema che si apre è molto più complesso. Da una parte, siamo solo agli albori del fenomeno e quindi dobbiamo aspettare prima di emettere giudizi definitivi: ci mancano in-

fatti gli impatti di medio e lungo periodo, gli effetti collaterali, le situazioni inattese, le "reazioni" macchinistiche neanche ipotizzate (Asimov docet).

Dall'altra, dovremmo anche osservare e prevedere la creatività dell'intelligenza centaurica usata a fini competitivi (o meglio distruttivi) e quindi ipotizzare le azioni dei concorrenti di queste aziende full-AI: attori che vogliono danneggiarle, utenti scaltri che vogliono piegarle ai loro scopi, hacker che vogliono penetrarle per ricattare i proprietari... e che utilizzano a loro volta la massima sofisticazione concessa dall'AI.

La maglia si fa allora intricata e complessa. Vi sono, inoltre, alcuni ulteriori aspetti che vanno considerati nel valutare la tenuta a medio termine di questa



tipologia di imprese: la dipendenza tecnologica da aziende sempre più onnipotenti, sovraniste e legate a doppio filo con la Difesa ameri-

cana; il crescente e spesso poco apparente costo dei token utilizzati, che incomincia a rendere alcune sostituzioni AI-con-umani a dir poco svantaggiose, e infine il rilevante impatto ambientale (consumo di energia, acqua, terre rare...).

Ma la questione sottesa a questa nuova ondata di imprenditorialità, la domanda in filigrana che non possiamo ignorare, è: a quale tipo di società stiamo puntando?

Una società che disprezza il lavoro umano, dove l'obiettivo unico è fare soldi, dove l'individualismo già molto accentuato diventa psicosi narcisistica non solo proclamata ma anche celebrata.

Una società dove i suoi attori sono pigri, depotenziati cognitivamente e fiduciosi (o meglio acritici) di tutto ciò che viene prodotto dalle infinite configurazioni dei bit e puntano solo a soddisfare i propri bisogni... peraltro in parte etero-generati.

Una società dove l'interazione con le macchine è privilegiata rispetto a quella con gli esse-

tra me... e tech



**Andrea Granelli**

ri umani e crea, in modo sottile, progressivo, inesorabile, la sindrome di Aladino. Una forma di dipendenza dove ci basta semplicemen-

te sfregare la lampada (no skill at all are required) per avere tutto ciò che desideriamo... o che ci permettono/suggeriscono di desiderare. O dove la sempre più rarefatta interazione umana avviene solo in specifici luoghi "protetti" (ad esempio le echo chamber) dove troviamo solo – riverberato all'infinito – il nostro sentire e dove l'alterità, la difformità, il diverso punto di vista non solo sono rarefatti, ma incominciano ad essere banditi.

Conoscere le tecnologie – soprattutto quelle digitali e la loro versione agentica – vuol dire non solo saperle usare, ma anche comprenderne le implicazioni e gli impatti, identificarne gli effetti collaterali, soprattutto quelli meno apparenti e a "scopio ritardato".

Ha dunque più a che fare con il decidere che non con l'agire. E ciò richiede competenze, visione e soprattutto un purpose, un pensiero etico che vada oltre il soddisfacimento delle nostre impellenze quotidiane.

Siamo dunque preparati alla rivoluzione messa in moto dall'AI?