

IA, come si attiverà la lampada di Aladino

A determinare il successo tra motori di ricerca e piattaforme di IA generativa non sarà la qualità e accuratezza del servizio, ma la semplicità d'uso

La battaglia per il controllo della lampada è oramai iniziata. Il futuro della Rete sarà determinato dalle modalità con cui noi potremo attivare la sua lampada e cioè l'accesso ai suoi contenuti e servizi. Invocandola o strofinandola, per continuare la metafora con il celebre racconto orientale.

Due tecnologie si stanno confrontando: i motori di ricerca e le piattaforme di IA generativa, e in particolare gli LLM.

A determinare il successo non sarà la qualità e accuratezza del servizio ma la semplicità d'uso, come generalmente accade nei servizi di massa: che sia comodo, a distanza di un click e che risponda secondo le mie attese. Sempre più spesso, infatti, gli utilizzatori non cercano novità ma conferme.

La corsa verso l'omologazione informativa non è di oggi. Il potente algoritmo di ricerca di Google seleziona le risposte non in base alla loro potenzialità

stimolare nuove idee, quanto piuttosto al loro possibile gradimento e accettazione, basato sul fatto che altri – chiedendo una cosa simile – hanno avuto quel tipo di risposta. Un meccanismo auto-rinforzante che ricorda il gatto che si mangia la coda, o meglio il mitico Uroboro: un simbolo antico – rappresentato come un serpente o un drago che si morde la coda, formando un cerchio senza inizio né fine – che simboleggia l'eterno ritorno, l'infinito, il ciclo della vita e la rinascita.

L'uso sempre più frequente dei mediatori digitali dell'informazione punta dunque all'omologazione e non alla differenziazione. Con l'emergere delle piattaforme di IA generativa, la questione sarà dunque: quale criterio verrà adottato per selezionare gli elementi che il sistema proporrà a fronte della mia ricerca? Va detto che la quantità di risposte sponsorizzate fornite dai motori di ricerca ha ormai superato il livello di guardia e non si possono ignorare perché sono sempre nelle prime posizioni dei risultati della ricerca. Oltretutto, già oggi, accedendo con un motore di ricerca, la prima

risposta viene generata con l'intelligenza artificiale; il taglio fra i due approcci non può essere netto, ma una prima segmentazione è

un'unica risposta o più risposte.

In ogni caso, la sensazione che abbiamo quando cerchiamo sulla Rete grazie a questi mediatori, è che

stiamo interpellando non più un curioso bibliotecario che vuole fornirci le massime opzioni possibili, quanto piuttosto il rappresentante di uno specifico prodotto o, ancora peggio, un oracolo che ritiene di possedere La Verità.

Questi mediatori non sono più neutri, permettendoci di trovare le cose che ci interessano, ma orientati: governati da un meccanismo preordinato dove le risposte sono già definite e la loro "creatività" si esplicita nel comporre il "selezionato-prima" in modo tale che sembri davvero richiesto dall'utente.

Quanto potrà durare tutto questo? Per quanto tempo gli utenti saranno assuefatti e accetteranno questo meccanismo finemente manipolativo? È naturalmente difficile a dirsi, ma è probabile che incominceranno a manifestarsi processi di reazione, delle sorte di avanguardie di utilizzatori che vorranno semplicemente un supporto creativo e trasparente da parte della Rete.

Anche perché solo fornendo diversi punti di vista, solo consentendo al pensiero critico di esplicitarsi, solo sperimentando diversi punti di vista, l'innovazione può prosperare e

tra me... e te CH



Andrea Granelli

la democrazia progredire.

D'altra parte, vi è un meccanismo sottile alla base della gratificazione che nasce quando trovo ciò che

mi aspettavo di trovare. Ne ha scritto Walter Benjamin che, in un celebre saggio, ha chiamato questo meccanismo "ancora-una-volta", e lo ha messo in luce analizzando il comportamento dei bambini molto piccoli che si eccitano nel rivedere un oggetto conosciuto. Questo piacere del ri-conoscimento li spinge quindi a produrre una vera e propria litania rivolta ai propri genitori: "ancora, ancora, ancora una volta".

Per il filosofo tedesco, il piacere legato al riconoscimento di un oggetto noto nasce dall'esigenza di controllare un mondo sconosciuto, dove l'incertezza per ciò che non si conosce viene momentaneamente sconfitta dal ritrovamento di un oggetto già visto e quindi tranquillizzante. Che fare dunque? La risposta è sempre la stessa: prendere il meglio della tecnologia contrastando le sue dimensioni problematiche, in particolare il livellamento della comunicazione – ciò che Byung-Chul Han chiama "ripetizione dell'Uguale" e che analizza in molte delle sue opere.

