

TECNOSCIENZA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE: L'IMPATTO DELL'UOMO SULL'UOMO NELL'ERA DELL'ARTIFICIO.

DOI: 10.7413/18281567261

di Cassandra Basile

Università di Pisa

Technoscience and Artificial Intelligence: The Impact of Humans on Humans in the Age of Artificiality.

Abstract

This paper delves into the complex interplay between humans and technology, especially artificial intelligence, exploring the implications of rapid technological advancements. By examining the increasing reliance on AI in various domains, from entertainment to healthcare and surveillance, I argue that the relationship between humans and machines is undergoing a fundamental shift. Through a close reading of contemporary examples, such as the use of AI-generated content and the development of AI-powered surveillance systems, this paper highlights the potential risks and benefits associated with this technological revolution. I contend that while AI offers numerous advantages, it also raises profound ethical, social, and political questions regarding privacy, autonomy, inequality, and the future of work. Ultimately, this paper calls for a critical assessment of the societal impact of AI and advocates for a more nuanced understanding of the challenges and opportunities presented by this rapidly evolving technology, and the need for robust regulations and ethical guidelines to ensure its responsible development and deployment.

Keywords: Artificial Intelligence, Misinformation and Disinformation, Surveillance, Privacy, Humanizing AI.

1. La paura del non essere

Può una pubblicità destare tanto scalpore da costringere una compagnia a scusarsi pubblicamente? Sono innumerevoli le volte in cui una pubblicità è stata ritenuta non idonea, in quanto veicolante messaggi violanti norme etiche o del buon costume. Tuttavia, nel caso che si sta per considerare, di fatto, non vi è stata alcuna violazione. Eppure, paradossalmente, ne è emersa una di natura nuova (almeno per quanto riguarda l'ambito pubblicitario): la violazione del concetto di essere umano.

Nel mese di maggio 2024, Apple lancia la sua più recente versione di iPad, presentandola al grande pubblico anche attraverso la pubblicità incriminata, intitolata *Crush*¹, che viene dapprima caricata sul canale YouTube di Apple e sull'account X del CEO della compagnia, Tim Cook, con l'intento di trasmetterla successivamente anche sulle reti televisive. Tuttavia, considerato l'impatto negativo che la suddetta pubblicità ha provocato, la campagna pubblicitaria è stata bloccata.

Lo scenario proposto all'interno dello spot è il seguente: una grande stanza quasi del tutto vuota, un ambiente asettico con al centro un'enorme pressa in azione. Sulla pedana della pressa, sistemati come fossero un'acozzaglia di cose prive di valore, quadri, strumenti musicali, statue, libri: prodotti e simboli della creatività umana. La pubblicità va avanti, mostrando la pressa comprimere e, letteralmente, disintegrare questi oggetti. Una volta finito, al sollevarsi della pressa, quello che ne viene fuori è il nuovo modello di iPad, a suggerirci che tutto ciò che vi era sulla pedana, e che occupava molto spazio, può ora essere rimpiazzato da qualcosa di piccolo, sottile, maneggevole e comodo, mostrando come ci basti portare questo unico oggetto per dare sfogo alla nostra creatività. Ciò risulta essere il messaggio che Apple voleva che il compratore recepisce e che emerge anche dalle parole comunicate da Tor Myhren, vicepresidente di comunicazione e marketing della compagnia, a *AdAge*: «creativity is in our DNA at Apple, and it is incredibly important to us to design products that empower creatives all over the world [...]. Our goal is always to celebrate the myriad of ways users express themselves and bring their ideas to life through iPad»².

¹ "Crush! | iPad Pro | Apple", YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=ntjkwIXWtrc> (ultimo accesso: 4/11/2024).

² T. Nudd, *Apple Apologizes for iPad Pro and That 'Missed the Mark'*, *AdAge*, 9 maggio 2024, <https://adage.com/article/digital-marketing-ad-tech-news/apple-apologizes-ipad-pro-crushed-ad-it-missed-mark/2559321> (ultimo accesso: 4/11/2024).

Tuttavia, ciò che è arrivato al grande pubblico è qualcosa che è andato in tutt'altra direzione al punto da suscitare clamore e proteste sul *web*, facendo ancora una volta riflettere sul potere che le immagini hanno su di noi, portando alla luce il loro essere metatesti veicolanti informazioni talvolta contrarie al messaggio primario trasmesso. Le immagini proposte in *Crush* si sono fatte carico, secondo molti, di un messaggio inquietante: attraverso la distruzione dei prodotti della creatività umana, Apple sembra dichiarare, nemmeno così velatamente, la fine, la morte di un'era, che dà invece il benvenuto a un oggetto di appena qualche centimetro che diviene simbolo di un minaccioso cambiamento per il genere umano.

Nel 2008, LG lancia sul mercato un nuovo modello di cellulare, pubblicizzandolo attraverso uno spot in cui la scena rappresentata è quasi la medesima vista nella pubblicità di Apple (tanto che si potrebbe parlare di plagio da parte di quest'ultima): anche in questo caso si vede una pressa che comprime qualcosa: obiettivi fotografici e strumenti musicali al fine di mostrare come la musica possa essere riprodotta in qualcosa di compatto e le fotografie possano avere un'alta definizione anche con un cellulare in cui le lenti siano state potenziate³.

Se si confrontano le due pubblicità, però, ciò che si percepisce mentre si assiste alle due scene quasi del tutto simili, è qualcosa di diverso. Nel caso di LG, il messaggio veicolato è quello presentato: musica e macchina fotografica a portata di mano. In quello di Apple, invece, il messaggio veicolato sembra possedere una duplice natura: ciò che viene mostrato, e come viene mostrato – per giunta suggellato da una canzone che non lascia nulla al caso – ci immette in uno scenario totalmente diverso, quasi distopico, dove al messaggio: “non è necessario portare tante cose con te. Ne basta una”, ciò che lo spettatore avverte è una sorta di pericolo per la propria incolumità. Quasi come se quella pressa togliesse qualcosa alle nostre vite, ci privasse di qualcosa anziché portarci il nuovo e l'arricchente. Lo spettatore si sente violentato dalla scena a cui sta assistendo in quanto deprivato di tutto ciò che è parte del suo essere umano, il quale viene reso piatto, sterile, e assumente le fattezze di una tavoletta.

Più che fare un processo alle intenzioni (questo non è l'obiettivo che qui ci si prefigge) la domanda da porsi è non tanto se Apple avesse o meno in mente di creare così scalpore ma perché ciò sia

³ “TV advert 30sec - LG KC910 Renoir”, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=NcUAQ2i5Tfo> (ultimo accesso: 4/11/2024).

avvenuto. Sembra poco probabile che l'azienda volesse screditare il proprio prodotto, in quanto l'obiettivo di qualsiasi campagna pubblicitaria è promuovere le vendite, dunque rendere un prodotto appetibile, desiderabile di esser acquistato e non, viceversa, farne il simbolo del decadimento dell'umano. Tuttavia, è evidente che qualcosa non sia andato come sperato, e Apple si è scusata attraverso Tor Myhren dicendo: «We missed the mark with this video, and we are sorry»⁴.

Ciò che occorre davvero chiedersi è perché con l'uscita della pubblicità della LG, nel 2008, a nessuno è venuto in mente di protestare e di andare contro la compagnia, accusandola di voler distruggere il patrimonio dell'umanità, mentre questo è ciò che si verifica nel 2024 con lo spot della Apple? È il messaggio veicolato ad essere cambiato o c'è dell'altro?

In un certo senso, sono mutati tanto il messaggio quanto la sua ricezione, ed entrambi questi elementi sono connessi alla profonda e veloce trasformazione della società condotta dalla tecnica negli ultimi anni. Nel corso degli anni ci siamo sempre più orientati verso un percorso di non integrazione bensì di disintegrazione, di sostituzione di ciò che diviene obsoleto con il nuovo, e centralizzazione dell'uso della tecnologia che trascina con sé, senza farsene carico, la nostra paura cronica legata all'ignoto che verrà e al lutto per la perdita di una realtà che non sembra più nostra. In sedici anni, dal 2008 ad oggi, il messaggio veicolato è cambiato perché sono i tempi ad essere mutati, e la sostituzione di ciò che ha fatto parte della nostra realtà con qualcosa di estraneo è sempre più marcata. Il problema dell'oggi è la velocità con cui tutto ciò avviene. Per esempio, anche la sostituzione delle cabine telefoniche con i telefoni fissi, e di questi con i primi cellulari, ha sortito un cambiamento profondo del modo in cui vivevamo le comunicazioni con l'altro, e forse anche questo ha impattato il modo in cui interpretavamo il nostro mondo, ma l'andatura con cui tale sostituzione è avvenuta seguiva un corso più lento che portava ad acclimatarsi al nuovo. Ora tutto è così veloce che il nuovo è traumatico e traumatizzante, in quanto ci fa tagliare di netto i ponti con il nostro passato, un passato confortante, anche se meno immediato o maneggevole.

Inoltre, la stessa ricezione del messaggio è cambiata perché la reazione della gente è semplicemente un sintomo del tempo in cui viviamo, ben diverso dal 2008, dove i progressi della tecnologia non

⁴T. Nudd, *Apple Apologizes for iPad Pro and That 'Missed the Mark'*, AdAge, 9 maggio 2024, <https://adage.com/article/digital-marketing-ad-tech-news/apple-apologizes-ipad-pro-crushed-ad-it-missed-mark/2559321> (ultimo accesso: 4/11/2024).

erano tali da farci maturare una fobia per essa, le macchine e l'intelligenza artificiale. Certo, romanzi, film, serie televisive trattano ormai da molto tempo tali tematiche. Tuttavia, per l'immaginario umano, esse erano ancora comunque relegate al fantastico, all'impossibile, rimanendo un qualcosa che affascina e al contempo spaventa, ma tutto da lontano, come guardare un film *horror* con la certezza che vampiri e zombi facciano parte di un mondo che non ci tange. Invece, ora, l'umanità è nell'ambito del possibile e dell'attuabile nei confronti di quelle che sono le paure più profonde riguardo ai progressi della tecnica e dell'intelligenza artificiale, e quei racconti, quei film, quelle serie tv sono divenuti ormai profetici di un mondo che sta prendendo forma.

Nolente o dolente, la pubblicità di Apple si è vista prendersi carico dei mutamenti che la tecnica sta apportando al mondo, venendo percepita come il suo manifesto negativo. Una pubblicità del genere spaventa perché è come se fosse un manifesto aperto, una "dichiarazione di guerra" a tutto ciò che ci rende umani, a quella sfera profonda del nostro essere che non vuole che sia minata da delle macchine. Lo stesso Hofstadter, studioso di intelligenza artificiale e autore di un libro di incommensurabile bellezza a riguardo (*Gödel, Escher, Bach: An Eternal Golden Braid*), anni dopo ha manifestato paura, anzi, terrore per ciò che l'intelligenza artificiale è in grado di fare. Ma il suo timore non ha tanto a che fare con *robot* che ci stermineranno e prenderanno il controllo della Terra, ma è molto più vicino a quello che gli spettatori della pubblicità di Apple hanno provato. È una paura che riguarda l'essere privati della nostra stessa umanità, in quanto l'intelligenza artificiale potrebbe mostrarci come, alla fine, le qualità che apprezziamo di più di noi umani – l'arte, la musica, la poesia, l'inventiva, le emozioni, la creatività in generale – non siano altro che il frutto di un meccanismo. In *Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans*, Melanie Mitchell scrive che

«Hofstadter's terror was in response to something entirely different. It wasn't about AI becoming too smart, too invasive, too malicious, or even too useful. Instead, he was terrified that intelligence, creativity, emotions, and maybe even consciousness itself would be too easy to produce – that what he valued most in humanity would end up

being nothing more than a “bag of tricks”, that a superficial set of brute-force algorithms could explain the human spirit»⁵.

2. “All I ever need is you”

Mi soffermo ancora un momento sulla pubblicità di Apple in quanto ritengo ci sia un altro elemento – quello musicale – su cui è interessante riflettere perché anch’esso parla di un cambiamento in corso, e di una sorta di inversione delle parti tra l’umano e la macchina, che meritano di essere considerati. Il brano scelto da Apple, che accompagna le immagini di cui si è discusso, è *All I ever need is you* di Sonny e Cher del 1990. È sorprendente constatare come l’adattamento del brano alla pubblicità sostituisca, senza sforzo, quella che nel testo della canzone è una relazione tra due persone con una tra noi e l’iPad, o, se vogliamo portare tutto a una macro dimensione, tra noi e la macchina. Tra le parole del testo che meritano di essere considerate in questa sede riportiamo: «all I ever need is you» con focus sull’iPad, «winters come and they go, and we watch the melting snow» nel momento in cui la pressa è in azione, creando un’analogia tra la neve e le opere umane rappresentanti l’inverno - dunque il passato - che, “sciogliendosi”, cedono il posto ad una nuova fioritura data dall’iPad. In ultimo, «give me a reason to build the world around you».

È interessante constatare come queste frasi appartenenti al contesto di *Crush* vadano oltre quello che è il significato in piccolo della pubblicità, potendo essere estese a una fetta più ampia del mondo in cui viviamo che si relaziona alla tecnica in generale. La pubblicità di Apple, dunque, non fa altro che presentare, con immagini d’impatto, ciò che si sta attuando negli ultimi anni. Si sta sempre più verificando uno spostamento verso un’ottica di centralizzazione della macchina, in quanto essa, da un lato, si direbbe in grado di sopperire a tutti i nostri bisogni, a tutte le nostre necessità («all I ever need is you») e, dall’altro, affinché la macchina possa essere in grado di fare ciò occorre che gli si *costruisca un mondo attorno* affinché sia possibile farglielo fare («give me a reason to build the world around you»). Come sottolinea Luciano Floridi,

⁵ M. Mitchell, *Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans*, Penguin Books, London 2020, p.14.

«il digitale sta re-ontologizzando la natura stessa (e quindi il significato) del nostro ambiente, [...] è l'ambiente che è progettato in modo tale da essere compatibile con i *robot*, non il contrario [...]. Invece avvogliamo microambienti attorno a *robot* semplici per adattarli a essi e sfruttare le loro capacità limitate, in modo tale da ottenere comunque il risultato desiderato. [...] Ad oggi, la pratica di avvolgere l'ambiente in un'atmosfera adatta all'IA ha iniziato a pervadere tutti gli aspetti della realtà»⁶.

Quest'ultima considerazione ci fa notare, chiaramente, un ribaltamento di paradigma: non è lo strumento a essere più strumento, e non è questo utilizzato dall'essere umano unicamente per rappresentare il proprio estro o assurgere mansioni a cui egli vuole sottrarsi – come scrive Leopardi nelle *Operette Morali*: «che gli uomini si rimuovano dai negozi della vita il più che si possa, e che poco a poco diano luogo, sottentrando le macchine in loro scambio»⁷. Al contrario, sembriamo immessi sempre più in un'ottica di asservimento allo strumento.

Se, originariamente, la tecnica veniva considerata mezzo funzionale al miglioramento della qualità della vita, o, in generale, a un miglioramento delle prestazioni che comportava un maggior rendimento (uno dei significati del termine greco *téchne* è proprio questo⁸), il messaggio di superficie resta il medesimo ancora oggi: siamo immersi in un mondo di tecnica che dovrebbe facilitarci e semplificarci la vita puntando al risultato con sempre minore sforzo da parte nostra. Tuttavia, a questo si aggiunge anche la parte dolente, ossia quella di cui parlava Floridi: stiamo costruendo una realtà attorno alla tecnica; stiamo imbastendo la nostra realtà di essa al punto che, paradossalmente, noi stessi veniamo pensati in funzione della tecnica (da cose banalissime come porre firme digitali su documenti computerizzati ove il sistema accetta solo un certo modo di compilazione, al modo in cui le case vengono pensate affinché siano domotiche, all'impianto di *chip* nel proprio corpo⁹). Così,

⁶ L. Floridi, *Etica dell'intelligenza artificiale. Sviluppi, opportunità, sfide*, Cortina Editore, Milano 2022, pp. 47-48.

⁷ G. Leopardi, *Proposta di premi fatta dall'Accademia dei Sillografi*, in G. Leopardi, *Operette Morali*, Guida, Napoli 1998, p. 114.

⁸ L'originario significato di *téchne* rappresenta un saper fare che va oltre la mera abilità manuale. È un insieme di conoscenze, abilità e capacità acquisite attraverso lo studio e l'esperienza, che permettono di realizzare qualcosa di nuovo e di valore.

⁹ La tecnologia degli impianti cerebrali sta facendo passi da gigante, grazie a compagnie come *Neuralink*, guidata da Elon Musk. Questi dispositivi, una volta impiantati nel cervello, potrebbero consentire di controllare dispositivi elettronici con

ogni cosa viene trasformata e adattata (e se non serve, eliminata) in base al miglior servizio che può trarne la tecnica. Come scrive Heidegger: «tutto funziona. Questo è appunto l'inquietante, che funziona e che il funzionare spinge sempre oltre verso un ulteriore funzionare e che la tecnica strappa e sradica l'uomo sempre più dalla terra»¹⁰.

Stiamo costruendo un mondo attorno alla macchina, attorno allo strumento che, in base all'uso che se ne fa, e in base a come lo si concettualizza, perde sempre più lo statuto di strumento diventando un idolo a cui asservirsi, alienando noi stessi e le nostre forze nell'oggetto che produciamo, dove «l'uomo adora l'opera delle proprie mani invece di sentirsene il creatore che è»¹¹, e, come sottolinea Fromm, nell'*Antico Testamento* questo viene chiamato idolatria¹².

La tecnica è entrata sempre più prepotentemente all'interno delle nostre case, della nostra sfera personale, nelle nostre attività, nel nostro modo di pensare, nella politica e nel nostro corpo, al punto tale da fondersi in parte con ciò che siamo. Questo porta a concezioni contrastanti nei confronti del progresso tecnico, in particolare riguardo agli sviluppi presenti e futuri della tecnologia. Concezioni che molto spesso si avvicinano a ciò che è il sentimento che si prova nei confronti di una divinità, o di chi detiene un potere dispotico: le due passioni fondamentali hobbesiane di *speranza* e *timore* in aggiunta a una buona dose di certezza e incertezza. L'essere umano "crea" un dio o un sovrano che possa garantirgli protezione (in un certo senso questi ultimi sono strumenti in grado di sopperire a un bisogno), cedendogli ogni potere. Facendo ciò, però, non fa altro che rendersi debole nei confronti del prodotto creato, divenendone assoggettato e temendo per ciò che la creatura sia in grado di fare. Dunque, anche nel caso della tecnica, l'aver sviluppato una sorta di fascinazione e al contempo paura per qualcosa che è un nostro stesso prodotto è il risultato di ciò che è la natura umana, la quale applica

il pensiero, ripristinare funzioni motorie perse a causa di lesioni e, in futuro, potenziare le capacità cognitive umane. Tuttavia, l'implemento di questi dispositivi solleva importanti questioni etiche e sociali. La possibilità di collegare il nostro cervello direttamente a macchine apre scenari affascinanti ma anche inquietanti, ponendo interrogativi sulla *privacy*, la sicurezza e l'identità umana (Cfr. D. Armocida, D. Garbossa, & Cofano, F. Letter: *Ethical concerns and scientific communication on neuralink device* in «*Neurosurgical Review*» 47, 194 (2024), <https://doi.org/10.1007/s10143-024-02432-x>; B. Fiani, T. Reardon, B. Ayres, D. Cline, S. R. Sitto, *An Examination of Prospective Uses and Future Directions of Neuralink: The Brain-Machine Interface* in «*Neurology and Neurosurgery*», 2021).

¹⁰ M. Heidegger, *Ormai solo un Dio ci può salvare. Intervista con lo «Spiegel»*, tr. it. e intr. a cura di A. Marini, Guanda, Parma 1987, p. 146.

¹¹ E. Fromm, *I cosiddetti sani. La patologia della normalità*, Mimesis, Milano 2023, p. 100.

¹² *Ibidem*.

la medesima logica a oggetti diversi, ove il punto sostanziale è rappresentato dal potere e dalla presunta capacità di controllo.

Tutti i progressi nel campo dell'intelligenza artificiale, per esempio, sono tanto affascinanti quanto spaventosi, poiché ciò che viene ad evidenziarsi è che le insorgenze di intelligenza e di apprendimento che si stanno verificando sono fuori della comprensione umana e al di là del nostro controllo¹³. Forse dovremmo aprire gli occhi dinanzi al presunto potere di dominio che pensiamo di possedere, in quanto esso viene continuamente smentito dai fatti, i quali ci mostrano che abbiamo controllo solo su di una minima parte di ciò che produciamo, e di come, invece, non abbiamo una consapevole lungimiranza che ci permetta di predire la totalità degli effetti e le conseguenti trasformazioni che l'avanzamento tecnico ha sulla società sotto tutti i punti di vista: relazionale, politico, sociale, e come, in ultimo, tutto questo ci impatti nel profondo.

Una tale presunzione di controllo nei confronti dei progressi della tecnica è quella posseduta dal Faust goethiano che, partendo da una pretesa di conoscenza somma, evoca lo spirito della terra pensando di poterlo dominare¹⁴, di poterlo sottomettere alle leggi dell'uomo, fallendo miseramente, rendendosi conto di non possedere l'autorità dovuta. Secondo Spengler, il problema non risiede nella tecnica in sé, ma nella natura stessa dell'uomo faustiano, che instaura con essa un rapporto problematico. Il sogno prometeico di dominare la natura, caro all'uomo faustiano spengleriano, continua a guidare le aspirazioni dell'Occidente contemporaneo, dove la tecnica è diventata lo strumento privilegiato per plasmare il mondo, arrivando però al medesimo epilogo: inizialmente, l'essere umano sembra dominare la natura, imponendo le proprie leggi su un ambiente plasmato a sua immagine e somiglianza. Tuttavia, l'ambiente così creato, anziché sottostare passivamente a queste leggi, sviluppa una dinamica propria, influenzando a sua volta il comportamento umano. Ne scaturisce un paradosso: nell'ambizione di elevarsi a divinità, l'uomo ha inavvertitamente generato una nuova figura divina esterna a sé. Come sostiene Heidegger, l'essere umano non si rende conto che, in realtà,

¹³ In *Machina Sapiens*, Cristianini ci immerge nel complesso mondo dell'intelligenza artificiale, rivelandoci come i processi di apprendimento delle IA possano seguire percorsi inaspettati e talvolta imprevedibili. Spesso emergono comportamenti spontanei e creativi che vanno oltre le capacità per cui sono state originariamente progettate (N. Cristianini, *Machina Sapiens. L'algoritmo che ci ha rubato il segreto della conoscenza*, Il Mulino, Bologna 2024).

¹⁴ J. W. Goethe, *Faust*, Garzanti, Milano 2011, p.39-43.

sia «un giocattolo della tecnica»¹⁵, che ne sia soggiogato, poiché essa è divenuta sempre più qualcosa che si impone a noi necessariamente.

La nostra stessa vita è spesso legata al funzionamento di una macchina. Per citare un esempio degli ultimi tempi, il 19 luglio 2024, un aggiornamento di un software (*CrowdStrike*) usato da molte compagnie aeree, banche, aziende ospedaliere, uffici postali, ha provocato un *blackout* totale a livello mondiale per un intero giorno, generando caos e problemi di non poca portata¹⁶. Eventi come questo mettono in evidenza quanto la nostra società sia diventata dipendente da sistemi complessi e interconnessi. La pervasività della tecnologia ha portato a una situazione paradossale: da un lato, godiamo di innumerevoli vantaggi e comodità, ma dall'altro, siamo sempre più esposti a rischi e vulnerabilità. Come sostiene Spengler, l'uomo occidentale, nel suo incessante desiderio di dominare la natura, è diventato schiavo delle proprie invenzioni: «l'uomo faustiano è così divenuto schiavo della sua invenzione. Nelle sue mosse così come nelle sue abitudini di vita egli sarà spinto dalla macchina in una direzione sulla quale non vi sarà più né sosta, né possibilità di tornare indietro»¹⁷.

3. Dove inizia la macchina e finisce l'umano

Da qualche mese a questa parte la nota scritta di verifica che compare sui siti internet - per riconoscere un operatore umano da uno artificiale - è passata dall'essere «non sono un robot» a «sono un essere umano». Un tale cambiamento non dovrebbe passare inosservato, come fosse una cosa di poco conto, una sottigliezza terminologica in grado - forse - di confondere un IA. In realtà, il modo in cui un sito valuta di essere di fronte a un umano, o una macchina, dipende da qualcosa che arriva prima del cliccare la casellina; risiede nel percorso che il cursore compie per arrivare a quella casella: accidentato nel caso dell'essere umano, perfettamente dritto nel caso del *bot*. Allora, più che essere un trucchetto per ingannare la macchina, il *captcha* «sono un essere umano» ha una forte

¹⁵ M. Heidegger, *Seminari*, tr. it. a cura di F. Volpi, Adelphi, Milano 1987, p. 143.

¹⁶ A. Bozzo, *Il Crash Globale del 19 Luglio 2024: che cosa e perché è successo*, PB consulting, 30 luglio 2024, <https://www.consultingpb.com/blog/diritto-rovescio/il-crash-globale-del-19-luglio-2024-che-cosa-e-perche-e-successo/> (ultimo accesso: 4/11/2024).

C. Mussi, *Crowdstrike, cos'è il sistema di cybersicurezza che ha provocato il blackout di Microsoft*, Corriere della Sera, 19 luglio 2024 https://www.corriere.it/tecnologia/24_luglio_19/blackout-microsoft-cosa-e-successo-un-aggiornamento-al-sistema-ha-provocado-il-blue-screen-c15b9c16-48d3-42f6-b770-e470a2eccx1k.shtml (ultimo accesso: 4/11/2024).

¹⁷ O. Spengler, *Il tramonto dell'occidente: lineamenti di una morfologia della storia mondiale*, tr. it. di J. Evola, intr. di S. Zecchi, edizione a cura di R. C. Conte, M. Cottone, F. Jesi, Guanda, Parma 2002, p. 1392.

connotazione psicologica, significativa per noi, come se l'essere umano stesse diventando sempre più una sorta di minoranza del digitale, e, pertanto, debba dichiarare la propria identità attraverso una spunta.

Le nuove frontiere del digitale, infatti, stanno trasformando sempre più anche l'ambiente virtuale, il quale vede l'uso dell'IA estendersi a macchia d'olio: basti pensare che ad oggi il 57% dei contenuti presenti su internet è generato dall'IA¹⁸. Pensiamo, ad esempio, alla creazione di immagini da parte delle IA generative: i *social network* sono sempre più pieni di foto e video di modelle e modelli creati dall'intelligenza artificiale che sponsorizzano gioielli, vestiti, hotel, centri benessere, parrucchieri, dove riconoscere un'immagine che non rimanda a una persona reale da una che è stata scattata a una persona in carne e ossa sta diventando via via sempre più difficoltoso. Infatti, se nei primi tentativi di creazione artificiale di immagini risultava facile riconoscere l'opera dell'IA, in quanto la foto rivelava alcuni "difetti" (soprattutto le mani), ora che le imprecisioni stanno svanendo all'affinarsi delle conoscenze dell'IA, distinguere una persona vera da una semplicemente creata virtualmente richiede un'attenta ricerca di dettagli, ove talvolta il dubbio resta, al punto che è sempre più comune leggere, sotto *post* Instagram di profili creati con intelligenza artificiale, domande da parte degli utenti del tipo: «ma è una persona vera o è IA?». Per citare altri esempi: in Spagna, quest'anno, è stata lanciata una conduttrice televisiva generata dall'IA con tanto di nome e cognome (Alba Renai¹⁹) che ha presentato *Supersecretos*, un programma appendice di un noto *format* trasmesso anche in Italia (*L'isola dei famosi*); un altro esempio: nelle Hawaii l'unico canale d'informazione dell'arcipelago, *The Garden Island*, il 2 agosto di quest'anno ha affidato la conduzione del telegiornale a due *avatar* dotati di IA²⁰.

Si tratta ancora di esperimenti, sia chiaro, ma l'obiettivo al quale si vuole arrivare è poco mascherato e ben delineato: negli anni a venire ci relazioneremo con le macchine più di quanto non facciamo già

¹⁸ C. Crescenzi, *Il 57% dei contenuti presenti su internet è generato dall'AI, e questo non è un bene*, Wired, 10 settembre 2024, <https://www.wired.it/article/internet-contenuti-generati-intelligenza-artificiale/> (ultimo accesso: 4/11/2024).

¹⁹ D. Barbera, *L'Isola dei famosi spagnola ha una presentatrice virtuale*, Wired, 15 marzo 2024, <https://www.wired.it/article/presentatrice-virtuale-isola-famosi-spagnola-alba-renai/> (ultimo accesso: 4/11/2024).

²⁰ *Un Tg assume due nuovi conduttori, ma non sono umani. I sindacati tuonano: "Creati con l'Intelligenza Artificiale. È pericoloso per giornalisti e lettori*, FQMagazine, 17 settembre 2024, <https://www.ilfattoquotidiano.it/2024/09/17/un-tg-assume-due-nuovi-conduttori-ma-non-sono-umani-i-sindacati-tuonano-creati-con-lintelligenza-artificiale-e-pericoloso-per-giornalisti-e-lettori/7696979/> (ultimo accesso: 4/11/2024).

ora, e, probabilmente, sempre meno con i membri della nostra specie. Le compagnie spingono su questo tipo di *marketing* in quanto risulta economicamente più vantaggioso, venendo meno tutta una serie di costi che il lavorare con essere umani comporta, a partire dalla loro retribuzione. Così facendo, invece, basta pagare un'azienda che produca il modello o il conduttore ideale nelle pose, negli abiti, nel set che si vuole, a un prezzo decisamente inferiore. Si direbbe sia la logica del commercio a dettare le regole: se c'è qualcosa che ha un potenziale, ed è competitivo, si crea un mercato che lo incentiva, favorendo lo sviluppo e il guadagno, nel tempo, di sempre più fette di mercato; tutto seguendo una spirale ascendente.

Ciò che si sta verificando nell'industria del cinema hollywoodiano dovrebbe essere un campanello d'allarme per tutti noi, in quanto quello a cui conduce è una messa in questione della tutela dell'immagine. È ormai in corso da più di un anno una protesta da parte degli attori di Hollywood contro lo *show business* che vorrebbe scansionare i loro corpi e renderli uso dell'intelligenza artificiale in modo tale da poter creare, in futuro, degli *avatar* che possano rimpiazzare definitivamente gli attori in carne ed ossa²¹. I motivi per i quali si sta spingendo verso una produzione di attori artificiali è il medesimo esposto sopra: un *avatar* costa molto meno e gli si può far fare qualsiasi cosa senza che venga chiesto più denaro, o ci si trovi dinnanzi a un rifiuto, lo si può invecchiare o ringiovanire a piacimento. Un'immagine, infatti, non può rifiutarsi come non può acconsentire, non può invecchiare naturalmente. Semplicemente essa è nell'attimo in cui viene creata e fa quello per cui è stata creata.

I problemi che sorgono, però, sono molteplici. Al di là del fatto che vengano tolti posti di lavoro, ci si appropria dell'identità fisica dell'attore, che diventa proprietà dell'industria cinematografica. Tale appropriazione comporta l'impadronirsi dell'identità dell'attore nella sua interezza, perché, alla fine, ciò che il pubblico vedrebbe sullo schermo non è l'IA fare o dire cose che magari la persona fisica non farebbe o direbbe, ma l'attore - avendo l'IA assunto le sue sembianze. Così facendo, non ci si

²¹L. Massi, *Intelligenza artificiale: perché gli attori di Hollywood scioperano in difesa del posto di lavoro*, BuoneNotizie.it, 5 agosto 2023, <https://www.buonenotizie.it/societa/2023/08/05/intelligenza-artificiale-perche-gli-attori-di-hollywood-scioperano-in-difesa-del-posto-di-lavoro/massi/> (ultimo accesso: 4/11/2024).

Nuovo sciopero degli attori di Hollywood: preoccupa l'intelligenza artificiale, Sky Tg24, 2 agosto 2024 <https://tg24.sky.it/spettacolo/cinema/2024/08/02/sciopero-hollywood> (ultimo accesso: 4/11/2024).

K. Richardson, *Un anno dopo lo sciopero degli attori, l'intelligenza artificiale è ancora una minaccia per Hollywood*, RollingStone, 17 luglio 2024, <https://www.rollingstone.it/cinema-tv/film/un-anno-dopo-lo-sciopero-degli-attori-intelligenza-artificiale-e-ancora-una-minaccia-per-hollywood/931062/> (ultimo accesso: 4/11/2024).

potrebbe più appellare a un furto d'identità poiché si tratterebbe di appropriazione e uso legittimi dell'immagine fisica di qualcuno. *Joan Is Awful*, uno degli episodi della sesta stagione di *Black Mirror*, è brillantemente concepito come possibile scenario futuro qualora l'industria cinematografica riesca nel suo intento. Nell'episodio in questione, l'attrice Salma Hayek firma un contratto con gli autori di una serie tv, il quale prevede la scansione dell'attrice e la riproduzione della sua immagine per mezzo di un *avatar* all'interno della serie. La situazione precipita quando l'*avatar*-Salma-Hayek fa qualcosa che l'attrice in carne ed ossa si sarebbe rifiutata di girare. Ciò che l'*avatar* in CGI semplicemente ha eseguito ha, invece, ripercussioni sulla vita reale della Hayek, e questo la spinge a fare causa alla casa di produzione senza riuscirvi, poiché delle clausole del contratto, di cui inizialmente non si era curata, le impediscono di farlo. L'episodio si spinge oltre, mostrando come, un domani, non saranno solo gli attori a correre rischi del genere ma chiunque, nel caso in cui vengano apportate modifiche alle leggi a tutela dell'immagine.

Se per ora la scansione degli attori è solo oggetto di dibattito, non lo è, invece, ciò che avviene con la creazione di immagini *fake* su internet. Non avendo ancora delle norme adeguate, il *deepfake* spopola nel *web*, ritraendo persone dello spettacolo e della politica in discorsi, gesti o situazioni mai avvenuti. Per adesso, quello che i governi cercano di fare è tamponare, imponendo delle limitazioni nell'uso delle IA. Ma arginare il fenomeno non vuol dire porvi rimedio. Si apre, inoltre, un discorso più ampio: la manipolazione delle immagini non è qualcosa da poco. È manipolazione dell'informazione che può essere usata per qualsiasi fine (anche politico), divenendo uno strumento di manipolazione di massa bella e buona: la proiezione delle immagini, scambiate per reali, sulla parete della caverna del mito platonico riaffiora anche nel nostro secolo²². Oggigiorno una tale manipolazione delle immagini porta a due problemi fondamentali: 1) la difficoltà di riconoscere l'altro come umano - nel senso di appartenente alla specie umana – che porta anche a casi di antropomorfizzazione dell'IA; 2) il continuo essere soggetti a una manipolazione dell'informazione che con il digitale diviene immersiva. 1) Riguardo alla prima questione: secondo Husserl, il riconoscimento dell'altro avviene attraverso analogie. Riconosco l'altro come analogo a me per via del suo movimento fisico, le sue caratteristiche, il linguaggio e il fatto che esprima un pensiero²³. Un tale riconoscimento può avvenire

²² Platone, *Repubblica*, 514b.

²³ E. Husserl, *Meditazioni cartesiane*, Bompiani, Milano 2009, pp. 127-139.

anche per mezzo di uno schermo (guardando un video o un film). Ovviamente, quello sullo schermo non è un essere umano in carne e ossa ma la sua immagine che, però, rimanda a qualcuno che esiste o è esistito.

Ma oggi la situazione è cambiata radicalmente. Con la proliferazione delle immagini digitali, spesso manipolate o generate al computer, come facciamo a distinguere tra una rappresentazione autentica di una persona e una simulazione? Nel caso di film di finzione o cartoni animati, la distinzione è chiara: sappiamo di trovarci in un contesto immaginario. Ma quando vediamo un video di una persona reale, come facciamo a essere certi che ciò che vediamo sia autentico e non un'elaborazione digitale? Come possiamo riconoscere di avere a che fare semplicemente con un'immagine che non rimanda a nulla, perché è semplicemente un'immagine, da una che, invece, rimanda a una persona che riconosciamo avere un'esistenza nel mondo?

È chiaro, dunque, che il *captcha* «sono un essere umano» assume un significato profondamente diverso. Non si tratta più solo di distinguere tra un essere umano e una macchina, ma di verificare l'autenticità stessa della nostra percezione. In un mondo sempre più mediato dal digitale, siamo costretti a mettere in discussione la nostra capacità di riconoscere la realtà e a interrogarci sulla natura stessa dell'identità.

2) Riguardo alla seconda questione: in realtà, una certa manipolazione delle immagini si è sempre verificata con i *mass media*. In *Città Panico*, Virilio parla proprio del modo in cui la demolizione della statua di Saddam Hussein fosse una ripresa organizzata ad arte dai giornalisti, e dunque un *fake* divenuto veritiero per il grande pubblico²⁴. Oggi, però, ci stiamo spostando su un altro livello, dove non è più la singola situazione ad essere modificata (ed era una cosa da poter fare solo in certi casi in cui potesse risultare credibile), ma è tutta la realtà a poter essere alterata o creata *ex novo*: fatti, persone, animali; tutto può essere inventato di sana pianta e mostrato in rete attraverso immagini e video.

Grok, l'intelligenza artificiale di Elon Musk, è stata aperta come versione da poter utilizzare senza censure di sorta, dove è possibile far creare all'intelligenza artificiale foto e video di eventi mai successi, con personaggi politici, celebrità, o, semplicemente, ritrarre il proprio vicino di casa,

²⁴ P. Virilio, *Città Panico. L'altrove comincia qui*, Cortina Editore, Milano 2004, p. 82.

rendendo difficile distinguere il *fake* da ciò che si è davvero verificato: così facendo, la manipolazione dell'informazione è a portata di mano. Musk ha giustificato la liberazione di *Grok* senza filtri come un esperimento per farci comprendere i rischi connessi a queste tecnologie. Tuttavia, le sue motivazioni profonde rimangono oscure. Al di là delle intenzioni dell'imprenditore, è innegabile che la diffusione di contenuti falsi rappresenti una seria minaccia per la nostra società. Infatti, una tale manipolazione dell'informazione, più che entusiasmarci, dovrebbe effettivamente spaventarci, in quanto, come per tutte le cose, bisognerebbe sempre porre un occhio al futuro e alle condizioni della nostra società.

Da sempre, ha potere chi ha dominio sull'informazione, e se la manipolazione di quest'ultima può essere già di per sé pericolosa quando è operata dal singolo, figuriamoci quando a farla sia, invece, un governo. Ciò che stiamo facendo è affinare, sempre di più, strumenti che, nella società odierna, hanno ancora il sapore dell'inoffensivo, e che ci strappano talvolta qualche sorriso ironico (ad esempio l'immagine generata da IA di Donald Trump e Kamala Harris baciarsi appassionatamente²⁵). Un domani, però, una tale complessa artificialità potrebbe diventare un'arma per i governi. La storia ci insegna che il potere tende a corrompere e che anche le democrazie più consolidate possono subire derive autoritarie. Se questa tecnologia finisse nelle mani sbagliate, potrebbe essere utilizzata per manipolare l'opinione pubblica, reprimere il dissenso e consolidare regimi autoritari. Questa possibilità di falsificare visivamente qualsiasi evento, persona o luogo rappresenta una minaccia significativa per la nostra società. Immaginiamo le conseguenze di una campagna di disinformazione su larga scala, con *deepfake* di politici che diffondono messaggi di odio o di false notizie che scatenano il panico. Stiamo consegnando ai governi di domani uno strumento potentissimo, e raffinato, che potrebbe divenire un dispositivo di manipolazione molto pericoloso.

Chi considera simili affermazioni come semplici teorie del complotto dovrebbe ricordare che la storia è costellata di esempi in cui i governi hanno agito in modi inaspettati e talvolta inquietanti. Alla luce di ciò, queste preoccupazioni non sembrano più così infondate. I governi hanno già dimostrato di essere in grado di manipolare l'opinione pubblica attraverso la disinformazione e la propaganda. L'IA

²⁵S. Massini, *Il bacio fake Trump-Harris e l'outlet dei corpi*, la Repubblica, 16 agosto 2024, https://www.repubblica.it/cultura/2024/08/15/news/bacio_fake_kamala_harris_donald_trump_intelligenza_artificiale_stefano_massini_elon_musk-423448280/ (ultimo accesso: 4/11/2024).

non farebbe altro che amplificare enormemente questo potere. Dunque, non bisogna peccare di ingenuità e pensare che tutto sia fatto per il nostro bene, ma occorre anche essere lungimiranti e individuare il potenziale problema prima che si presenti (o meglio, prima che si attualizzi).

4. Antropomorfizzazione dell'IA e delegazione del pensiero

Oggi giorno vi sono innumerevoli tipi di IA sviluppate per svolgere funzioni diverse: c'è l'intelligenza artificiale che ci aiuta con le lingue, con la scrittura di un libro; c'è quella che ci insegna a cantare, quella che dovrebbe sostituirsi allo psicologo. Insomma, c'è un'IA per tutto; addirittura ne è stata programmata una in grado di riconoscere quando un individuo mente o dice il vero. Indubbiamente, queste IA presentano dei vantaggi. Tuttavia, l'uso sempre più pervasivo di quelli che non sembrano essere più unicamente degli strumenti solleva diverse preoccupazioni.

Potremmo dividere queste problematiche in due tematiche: la prima riguardante la crescente antropomorfizzazione dell'intelligenza artificiale e la seconda concernente l'inversione della relazione con lo strumento.

L'antropomorfizzazione dell'IA è un problema ricorrente e richiama la problematica husserliana mossa sopra. Attribuire all'intelligenza artificiale qualità umane, come la capacità di provare emozioni o di comprendere pienamente il contesto, può portare a aspettative irrealistiche e a una dipendenza eccessiva da queste tecnologie. Inoltre, la sostituzione completa dell'uomo da parte della macchina solleva questioni etiche profonde²⁶. Possiamo davvero affidare a un'IA la cura della nostra salute mentale o la formazione dei nostri figli? Il rischio è di ridurre le interazioni umane a semplici transazioni, perdendo così la ricchezza e la complessità delle relazioni interpersonali.

Il problema è che gli sviluppatori delle IA stanno facendo di tutto affinché il processo di antropomorfizzazione avvenga. Ci si potrebbe chiedere, pertanto, se sia etico sviluppare *robot* con sembianze umane così realistiche da suscitare sentimenti di attaccamento e dipendenza negli utenti, o *chatbot* che simulano tutta una serie di caratteristiche comportamentali umane quali emozioni, ironia, o comprensione a livello affettivo. Si pensi alle applicazioni sviluppate per dare sostegno psicologico. Possiamo davvero rivolgerci ad un'IA in questo caso? Verrebbe completamente a

²⁶ Cfr. S. Salardi, *Intelligenza artificiale e semantica del cambiamento: una lettura critica*, Giappichelli Editore, Torino 2023.

manca la relazione terapeuta-paziente che è tanto delicata quanto fondamentale nella comprensione delle dinamiche inconsce, nella gestione delle emozioni complesse e nell'offrire un supporto personalizzato che solo un altro essere umano può garantire. L'empatia, la capacità di mettersi nei panni dell'altro, è un elemento imprescindibile in un rapporto terapeutico e difficilmente replicabile da un algoritmo, per quanto sofisticato.

Quello che sembra è che l'intelligenza artificiale stia recidendo sempre di più il legame tra gli individui, assicurando però il contrario, attraverso la fornitura di strumenti che dovrebbero aiutare le persone ad interagire (come ad esempio le IA linguistiche): io imparo una lingua per comunicare con un altro essere umano, ma il processo attraverso il quale ciò avviene è artificiale, in quanto parlo con un costrutto. Facendo questo, viene meno tutto ciò che rappresenta un contesto di insegnamento linguistico che non è fatto solo di frasi da dire, ma di linguaggio non verbale, espressioni, conoscenze, emozioni, esperienze di ciascuno che vengono portate all'interno del contesto linguistico. Si può dire lo stesso per l'insegnamento di altre materie. Indubbiamente l'IA può risultare uno strumento valido, ma non si può pensare assolutamente che possa sostituire la relazione che viene a instaurarsi tra il docente e l'allievo. Ad ogni modo, fino a questo punto, siamo ancora in un contesto di apprendimento attivo.

Al contrario, nel caso in cui si richieda all'IA di scrivere articoli, libri, di creare immagini, di comporre musica, si entra nell'ambito della passività, e ci si pone fiduciosi nelle mani dell'intelligenza artificiale che farà il lavoro al posto nostro. Se la tecnica è nata per velocizzare delle procedure e poi per sostituire totalmente la manodopera umana in alcuni ambiti, ciò che richiediamo alla tecnica oggi è di sostituirsi a noi nelle abilità intellettuali: ora chiediamo alle macchine di pensare al posto nostro. Questo ci porta a una dialettica servo-padrone, dove noi, siamo i padroni che, a lungo andare, non avranno la capacità di fare più niente senza dare *input* al servo-IA, depotenziandoci²⁷. Pensiamo che il delegare sia sempre qualcosa di positivo, che ci liberi da incombenze che ci distolgono da ciò che vorremmo fare. Talvolta è vero; è così. Ma nel caso di un'IA che scrive articoli, saggi o romanzi al posto nostro, che dipinge, che compone musica al posto nostro, cosa ci lascia? Da

²⁷ Sebbene non si possa parlare di una dialettica servo-padrone in senso stretto, dato che manca una vera e propria interazione tra due coscienze, è possibile individuare alcuni elementi che prefigurano questa dinamica e che meritano un'analisi più approfondita.

quale incombenza ci libera? Ci libera dall'incombenza del nostro fare, che è poi quello che caratterizza il nostro essere umani e una buona parte del nostro essere liberi. Hegel insegna che il lavoro del servo non è solo una forma di sottomissione, ma diventa anche un mezzo di auto-realizzazione. Attraverso il lavoro, il servo trasforma il mondo esterno e, in tal modo, sviluppa una coscienza di sé e del mondo²⁸. Questa trasformazione permette al servo di superare la condizione di sottomissione e di acquisire una coscienza di sé indipendente. Ma nella dialettica essere umano-intelligenza artificiale, è quest'ultima a fare (inconsapevolmente) ciò che dovremmo fare noi per autoaffermarci e autorealizzarci.

Delegare costantemente a qualcun altro o a qualcos'altro rischia di svuotarci interiormente e di portarci allo stato di dipendenza e minorità di cui parla Kant²⁹. È come se stessi assistendo a una sorta di abdicazione del pensiero umano, una rinuncia a mettere alla prova le nostre capacità e a sviluppare il nostro potenziale. Se c'è qualcun altro o qualcos'altro che può pensare al posto nostro, perché dovremmo sforzarci? Se c'è qualcos'altro che può creare al posto nostro, e addirittura farlo meglio, a che scopo dovremmo metterci alla prova? Sembrano emergere due dinamiche principali: da un lato, una sensazione di inferiorità: ci sentiamo piccoli di fronte a un'intelligenza artificiale che appare superiore in ogni aspetto, con la quale non possiamo competere su un piano paritario. Dall'altro, una pigrizia che ci induce a pensare di poter ottenere tutto più facilmente, delegando all'IA ogni compito. Dovremmo, invece, avere il coraggio di utilizzare la nostra intelligenza per la nostra autorealizzazione, considerando l'IA come uno strumento e non come un sostituto. L'obiettivo dovrebbe essere quello di trovare un equilibrio tra l'utilizzo delle tecnologie e la preservazione della nostra umanità. Tuttavia, è comprensibile come certi fenomeni seguano una corrente primaria e sia complicato porvi rimedio, in quanto fanno leva su meccanismi della psicologia umana difficili da scardinare.

²⁸ G. W. F. Hegel, *La fenomenologia dello spirito*, Einaudi, Torino 2008, pp.128-136.

²⁹ I. Kant, *Risposta alla domanda che cos'è l'Illuminismo*, in I. Kant, *Scritti sul criticismo*, a cura di G. De Flaviis, Laterza, Bari 1991, pp.5-12.

5. Quis custodiet ipsos custodes?

L'intelligenza artificiale sta avanzando a passi da gigante e le sue applicazioni si estendono sempre più in diversi ambiti della nostra vita. Un esempio recente è lo sviluppo di sistemi in grado di rilevare la menzogna analizzando parametri biometrici come la temperatura corporea, il battito cardiaco, il tono della voce e le microespressioni facciali. Si prospetta un futuro in cui queste tecnologie potrebbero essere utilizzate su larga scala, anche a livello governativo, per indagini criminali e politiche. Tuttavia, sorge spontanea una domanda: quanto possiamo fidarci di questi strumenti? È lecito chiedersi se una macchina possa determinare con certezza assoluta se una persona stia mentendo. Sappiamo bene che nei sistemi giudiziari umani, soggetti a errori e pregiudizi, le sentenze possono essere influenzate da fattori soggettivi. Perché dovremmo aspettarci che un'intelligenza artificiale sia completamente esente da errori? È possibile che i parametri biometrici utilizzati per rilevare la menzogna non siano universali e possano variare da individuo a individuo. Inoltre, l'interpretazione dei dati raccolti potrebbe essere influenzata da algoritmi e modelli che presentano inevitabilmente dei margini di errore.

Analogamente, l'applicazione medica *Sarah*, che ha fornito informazioni errate o poco affidabili, solleva preoccupazioni sulla possibilità di affidare la nostra salute a sistemi informatici³⁰. La diffusione sempre più capillare di sistemi di intelligenza artificiale per il monitoraggio dei dati degli utenti pone, infine, il problema della *privacy* e del controllo sociale³¹. La raccolta massiccia di informazioni personali potrebbe portare a forme di sorveglianza senza precedenti, limitando la nostra libertà e *privacy*. Si pensi, ad esempio, alla proposta europea di *Chat Control*. Prendendo le mosse da una nobile intenzione di combattere la pedopornografia, questa normativa prevede lo sviluppo di sistemi di intelligenza artificiale in grado di scansionare indiscriminatamente tutte le nostre

³⁰ D. Rosa, *L'Oms lancia Sarah, il medico digitale dotato di IA. Ma occhio agli errori*, affaritaliani, 5 aprile 2024, <https://www.affaritaliani.it/mediatech/l-oms-lancia-sarah-il-medico-digitale-dotato-di-ia-ma-occhio-agli-errori-910575.html> (ultimo accesso: 4/11/2024).

³¹ V. Alvich, *Cos'è Chat Control 2.0 e perché secondo gli esperti di sicurezza metterà a rischio la privacy degli europei*, Corriere della Sera, 19 ottobre 2024, https://www.corriere.it/tecnologia/24_ottobre_12/cos-e-chat-control-2-0-e-perche-secondo-gli-esperti-di-sicurezza-mettera-a-rischio-la-privacy-degli-europei-c54d5143-bdc6-4e22-b344-92bb4024bxlk.shtml (ultimo accesso: 4/11/2024).

P. Dimalio, *Chat control, l'Europa verso la sorveglianza di massa online: il primo passo del Consiglio e del Parlamento (nel nome dei minori)*, ilFattoQuotidiano.it, 4 settembre 2024, <https://www.ilfattoquotidiano.it/2024/09/04/chat-control-leuropa-verso-la-sorveglianza-di-massa-online-il-primo-passo-del-consiglio-e-del-parlamento-nel-nome-dei-minori/7679390/> (ultimo accesso: 4/11/2024).

comunicazioni, comprese quelle criptate, alla ricerca di contenuti illeciti. L'implementazione di *Chat Control* significherebbe sottoporre ogni nostra comunicazione a un controllo costante e invasivo. Email, messaggi istantanei, videochiamate, contenuti condivisi online: tutto verrebbe monitorato senza il nostro consenso e senza un fondato motivo. In pratica, avremmo una spia digitale che ci osserva 24 ore su 24, registrando ogni nostra parola, ogni immagine, ogni video. Questa misura, presentata come uno strumento di lotta alla criminalità, potrebbe facilmente trasformarsi in uno strumento di controllo sociale. Basti pensare che i criteri utilizzati per identificare i contenuti illeciti potrebbero essere manipolati per censurare opinioni dissidenti o per perseguire specifici gruppi sociali. Inoltre, il rischio di "falsi positivi" è elevato, con conseguenze potenzialmente devastanti per la vita delle persone coinvolte. Immaginiamo, ad esempio, un genitore accusato ingiustamente di detenere materiale pedopornografico solo perché ha condiviso una foto innocua di suo figlio. In sintesi, l'introduzione di *Chat Control* avrebbe conseguenze disastrose sulla nostra *privacy* e sulla nostra libertà in quanto, attraverso la fine della crittografia, la capacità di comunicare in modo sicuro e privato verrebbe compromessa, rendendoci vulnerabili a intrusioni e attacchi informatici. Inoltre, la paura di essere sorvegliati potrebbe portare all'autocensura e limitare la libertà di espressione. In ultima istanza, si potrebbe arrivare a una vera e propria profilazione di massa, ove i dati raccolti potrebbero essere utilizzati per creare profili dettagliati di ogni cittadino, con gravi implicazioni per la nostra vita privata e professionale.

6. Conclusione

Se nello scritto *Proposta di premi fatta dall'Accademia dei Sillografi*, Leopardi si beffa della tecnica, proponendo l'invenzione di tre tipi di macchine, a suo dire impossibili, simulanti un amico, un uomo artificiale a vapore, e una donna³², oggi non siamo poi così lontani dal rispondere all'*Accademia dei Sillografi* e vincerne il premio. La tecnica ha raggiunto vette inimmaginabili, spingendosi in territori un tempo ritenuti impossibili. In futuro, l'ulteriore sviluppo dell'intelligenza artificiale potrebbe persino portare all'emergere di una coscienza artificiale, rivoluzionando la nostra comprensione della coscienza umana. Tuttavia, ogni progresso tecnologico, pur offrendo nuove opportunità, genera anche nuove sfide. Sembra che ogni passo avanti nell'ambito tecnico apra la porta a una serie di problemi

³² G. Leopardi, *Operette morali*, cit., pp. 114-117.

complessi, per i quali non sempre troviamo soluzioni immediate. Spesso, infatti, tendiamo a reagire alle situazioni piuttosto che anticiparle, affrontando le difficoltà solo quando diventano ineludibili. Lo sviluppo dell'intelligenza artificiale ha generato un dibattito polarizzato: da un lato, gli ottimisti che vedono in questa tecnologia un futuro promettente, ricco di nuove opportunità; dall'altro, i critici che ne temono gli impatti negativi e le potenziali minacce. Inoltre, sembra innegabile che il progresso tecnologico sia un fenomeno inarrestabile guidato da forze economiche e politiche complesse. L'arresto da parte di un singolo governo non sarebbe sufficiente a fermare lo sviluppo globale dell'intelligenza artificiale, creando così squilibri a livello internazionale. L'avanzamento tecnologico è, in realtà, un gioco di potere. La spinta incessante verso l'innovazione, di cui spesso percepiamo solo gli effetti più superficiali, è guidata da interessi ben più profondi e da una competizione globale per il dominio.

Ho scelto di intitolare questo intervento *L'impatto dell'uomo sull'uomo* proprio per sottolineare che siamo noi stessi i principali artefici delle trasformazioni che stanno plasmando la nostra società, in meglio e in peggio. Non possiamo attribuire alla tecnologia una volontà autonoma: siamo noi a progettare, a svilupparla e a determinare il suo utilizzo. In definitiva, siamo noi stessi a creare gli strumenti che, a loro volta, ci plasmano. Se l'avanzamento tecnologico è inarrestabile, nonostante i rischi che comporta, sarebbe opportuno chiedersi quale approccio dovremmo adottare. Forse potremmo ispirarci alla figura del timoniere descritta da Aristotele nell'*Etica Nicomachea*³³. Il timoniere, infatti, affronta le tempeste con coraggio, ma anche con prudenza, consapevole dei pericoli insiti nella navigazione. La paura, in questo contesto, non è un segno di debolezza, ma piuttosto una virtù che ci mette in guardia e ci permette di anticipare le difficoltà. Agire con temerarietà, invece, è segno di follia e conduce inevitabilmente a conseguenze disastrose.

³³ Aristotele, *Etica Nicomachea*, 1104a, 1115b.



Sesto San Giovanni (MI)
via Monfalcone, 17/19



**AlboVersorio
Edizioni**

& AlboVersorio Edizioni
di Ass. NonsoloSophia
nonsolosophia@gmail.com

© Metabasis.it, rivista semestrale di filosofia e comunicazione.
Autorizzazione del Tribunale di Varese n. 893 del 23/02/2006.
ISSN 1828-1567



Quest'opera è stata rilasciata sotto la licenza Creative Commons Attribuzione-NonCommerciale-NoOpereDerivate 2.5 Italy. Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/it/> o spedisci una lettera a Creative Commons, 559 Nathan Abbott Way, Stanford, California 94305, USA.