

COMUNICAZIONE PUNTO DOC

Intelligenza artificiale
e conseguenze sociali

COMUNICAZIONE PUNTO DOC

Rivista semestrale

ISSN 2282-0140

Direttore responsabile:

Mario Morcellini

Comitato scientifico:

Maria Stella Agnoli, Sapienza Università di Roma
Francesco Amoretti, Università degli Studi di Salerno
Marzia Antenore, Sapienza Università di Roma
Erica Antonini, Sapienza Università di Roma
Louis Begioni, Université Charles-de-Gaulle – Lille3, Università di Roma Tor Vergata
Malgorzata Bogunia-Borowska, Uniwersytet Jagielloński, Krakow
Paolo Borioni, Sapienza Università di Roma
Davide Borrelli, Università del Salento
Marco Bruno, Sapienza Università di Roma
Julie Bouchard, Université Paris 13
Stefania Capogna, Link Campus University
Antonia Cava, Università degli Studi di Messina
Marco Centorrino, Università degli Studi di Messina
Mauro Cerbino, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales – Sede Ecuador
Francesca Comunello, Sapienza Università di Roma
Ida Cortoni, Sapienza Università di Roma
Cecilia Costa, Università degli Studi Roma Tre
Nicolò Costa, Università di Roma Tor Vergata
Peter Dahlgren, Lund University
Franca Faccioli, Sapienza Università di Roma
Giovambattista Fatelli, Sapienza Università di Roma
Maria Cristina Federici, Università degli Studi di Perugia
Renato Fontana, Sapienza Università di Roma
Stefania Fragapane, Università degli Studi di Enna Kore
Mihaela Gavrila, Sapienza Università di Roma
Stefan Gencarau, Università di Cluj
María Gómez y Patiño, Universidad de Zaragoza
Ana Maria González Neira, Universidade De Da Coruña
Felipe Julián Hernández Lorca, Universidad de Murcia
Jeong-Nam Kim, Purdue University
Nete Nørgaard Kristensen, University of Copenhagen
Charo Lacalle, Universitat Autònoma de Barcelona
Silvia Leonzi, Sapienza Università di Roma
Geert Lovink, Universiteit van Amsterdam
Jorge Luis Lozano Hernández, Universidad Complutense de Madrid
Rolando Marini, Università per Stranieri di Perugia
Fabrizio Martire, Sapienza Università di Roma
Barbara Mazza, Sapienza Università di Roma
Raffaella Messinetti, Sapienza Università di Roma
Maciej Miżejowski, Uniwersytet Jagielloński, Krakow
Pierre Musso, Université de Rennes 2
Anna Lucia Natale, Sapienza Università di Roma
Sebastiano Nucera, Università degli studi di Messina
Donatella Pacelli, Libera Università Maria Santissima Assunta
Paola Panarese, Sapienza Università di Roma
Isabella Pezzini, Sapienza Università di Roma
Francesco Pira, Università degli studi di Messina
Alessandro Porrovecchio, Université du littoral Côte d'Opale
Michele Prospero, Sapienza Università di Roma
Antonio Rafele, CEAQ – Université Paris Descartes La Sorbonne
Francesca Rizzuto, Università di Palermo
Christian Ruggiero, Sapienza Università di Roma
Diana Salzano, Università di Salerno
Marialuisa Stazio, Università di Cassino e del Lazio Meridionale
Nicola Strizzolo, Università degli Studi di Udine
Juan Carlos Suárez Villegas, Universidad de Sevilla
Federico Tarquini, IULM – Libera Università di Lingue e Comunicazione
Elena Valentini, Sapienza Università di Roma

Numero a cura di:

Raffaella Messinetti
Elisabetta Trinca

Coordinatore editoriale:

Christian Ruggiero

Comitato editoriale:

Erica Antonini
Giovanni Brancato
Milena Casella
Patrizia Cinti
Francesca Colella
Lucia D'Ambrosi
Michaela Liuccio
Raffaele Lombardi
Ludovica Malknecht
Fabio Matassa
Laura Minestrini
Simone Mulargia
Stefania Parisi
Andrea Pranovi
Mauro Santaniello
Cristina Sofia
Elisabetta Trinca
Federico Tarquini
Lorenzo Ugolini
Federica Viganò

Redazione:

Mauro Bomba
Daniele Del Gaudio
Karen Nuvoli
Simone Sallusti
Melissa Stolfi

Progetto Grafico:

Coordinamento e supervisione:
Mauro Bubbico
Marco Tortoioli Ricci

Sistema editoriale:

Tommaso Anceschi
Chiara Coscia
Lorenzo Feliciani
David Giovanatto
Gianluca Piovesan
Impaginazione numero: Gianluca Piovesan
Copertina: Daniele T. Colombo e Gianluca Piovesan

Biennio di Comunicazione Design ed Editoria
2017/2018 dell'Istituto Superiore per le Industrie
Artistiche – ISIA di Urbino

Indirizzo mail comunicazionepuntodoc@uniroma1.it

Sito www.comunicazionepuntodoc.it
www.faustolupettieditore.it

Editore Logo Fausto Lupetti Editore
Via del Pratello, 31 – 40122 Bologna

Rivista pubblicata con il contributo del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale,
Sapienza Università di Roma

logo
fausto
lupetti
editore



Formato chiuso: 200x250mm
Numero di pagine: 176
Carattere: Lyon Display di Kai Bernau,
2009, Commercial Type
Carta copertina: Arcoprint EW 300 gr/m²
Carta interno: Arcoprint EW 120gr/m²
Colori: Nero + Pantone 802C

EDITORIALE

L'OCCHIO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE SULLA COMUNICAZIONE. E VICEVERSA di Mario Morcellini	5
---	---

CAPITOLO I 17

IL DISCORSO PUBBLICO SULL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE. UN APPROCCIO CRITICO di Antonella Napoli	19
--	----

COMPRENDERE LA DECISIONE ALGORITMICA. UN DIRITTO? di Raffaella Messinetti	29
--	----

INTELLIGENZA ARTIFICIALE: IL RUOLO DELLE SCIENZE SOCIALI NELL'EVOLUZIONE E TRASFORMAZIONE DEI SIGNIFICATI CULTURALI di Fiammetta Fanizza	43
--	----

HOW CAN AI HELP YOU? L'AGENCY DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE di Elisabetta Trinca	53
---	----

IL PREGIUDIZIO DEGLI ALGORITMI. UNA RIFLESSIONE EDUCATIVA di Francesco Agrusti	69
---	----

I SOCIAL ROBOT COME MEDIATORI DELLA COMUNICAZIONE AL TEMPO DELLA PANDEMIA di Sandro Brignone, Lorenzo Denicolai, Renato Grimaldi e Silvia Palmieri	79
--	----

L'AI ACCELERA. IMPORTANZA E IMPATTO SOCIALE di Alessandro Longo	97
--	----

L'IMMAGINARIO SOCIO-TECNICO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E LE SUE NARRAZIONI MEDIALI di Sara Monaci	107
--	-----

AUTOMATIZZARE IL GUSTO. INTELLIGENZA ARTIFICIALE, SENSO COMUNE E CONSEGUENZE SOCIALI di Federico Tarquini	115
---	-----

AI, CURA E TELEASSISTENZA. LE TECNOLOGIE AI-ORIENTED NEL CAMPO DELLA SALUTE di Luca Benvenga	125
--	-----

UN PRIMO CENSIMENTO DEGLI IMPEGNI SCIENTIFICI
E DIDATTICI DELLE UNIVERSITÀ ITALIANE 137

RIPARTIRE DALLE MIGRAZIONI 139
di Mario Morcellini, *in memoriam* Vito Cardone

L'INTERCONFERENZA E LE MIGRAZIONI 141
di Laura Casaldi

CONNESSIONI

LA COMUNICAZIONE DEI PROGETTI DI CROWDFUNDING CULTURALE. 152
UNA RICERCA SUL CONTESTO ITALIANO
di Milena Cassella, Francesco D'Amato, Cristina Sofia

UNIVERSITY AND TEACHING INDICATORS: THE NEW COURSE 162
OF NORMATIVE INNOVATION
di Andrea Lombardinilo

MARIO MORCELLINI

L'occhio dell'Intelligenza Artificiale
sulla comunicazione. E viceversa.

Intelligenza artificiale
e conseguenze sociali

COMUNICAZIONE PUNTO DOCUMENTO

“I tempi spiegano le tecnologie, ma chi spiega il tempo?”

(Ivano Dionigi)¹

1. — Dionigi Ivano, *Quando la vita ti viene a trovare*: Lucrezio, Seneca e noi. Laterza, Roma 2018.

Quello che già vediamo oggi, osservando *prima facie* i tratti differenziali della nostra società rispetto alle precedenti, è che l'Intelligenza Artificiale si è rapidamente radicata in ogni aspetto della vita quotidiana. Le sue prestazioni si sono evolute in modo così rapido da generare un dibattito intenso sull'impatto che tutto ciò potrà avere dal punto di vista sociale. Sui possibili risvolti legati all'implementazione dell'AI, non c'è al momento un consenso da parte degli studiosi se non nella presa d'atto, spesso assunta a problematicamente, di un nuovo ecosistema, che cambia gli equilibri tra *reale* e *informazionale*, caratterizzato da un aumento del traffico dati prossimo all'exploit, con il rischio di non far apparire un carattere fondamentale dell'innovazione: allargare le autostrade della conoscenza e aprire un futuro diverso.

Occorre dunque un nuovo paradigma conoscitivo che sappia valutare adeguatamente i tempi di elaborazione del nuovo e riesca dunque a individuare tempestivamente scenari molto variegati tra loro, confermando quanto urgente diventi uno sforzo di ricapitolazione dei problemi e un'apertura interdisciplinare, capace di intaccare qualche annessione di troppo da parte delle aree più performative del sapere contemporaneo. Il loro limite è stato quello di rinchiudere tematiche così vaste entro saperi troppo formalizzati, con il rischio di una pericolosa astrattezza.

È importante, infatti, che la comunità scientifica lavori in un'ottica di attraversamento delle conoscenze, anche al fine di sollecitare i *policy makers* nella messa in campo di normative di regolazione per circoscrivere e prevenire gli effetti critici dell'innovazione tecnologica, già sul tavolo di molti gruppi di lavoro internazionali che si stanno misurando sulla complessità dei temi coinvolti: si va dalla formazione alla salute, dal benessere alle imprese, dal lavoro all'ambiente fino alle conseguenze politico-istituzionali e valoriali. Rispetto a tutte queste dimensioni spesso intersecate e in cui dunque è difficile concordare una lista di priorità, tanto più in un paese messo duramente alla prova dal Covid, vanno poste al centro le politiche europee, come rivendica il saggio di Raffaella Messinetti. Quella di cui parliamo, infatti, sembra una questione fondamentale per l'Europa, se non vuole restare alla retrovia dell'innovazione, rinunciando in modo innaturale alla propria leadership culturale.

Già questo auspicio chiama in causa il territorio della formazione, in un paese che certo non è messo bene sul capitale umano, per di più ulteriormente indebolito da un mix disordinato di didattica a distanza e inevitabili lacune provocate dall'emergenza Covid. La stessa moltiplicazione di dati, a cui si aggiunge una crescente sovraesposizione al mondo

digitale, rende più indispensabile che mai un'educazione all'autonomia e alla selezione, che deve assurgere oggi a vera e propria *policy* innovativa, attribuendo centralità all'università ma soprattutto alla scuola. Una decisa scelta in questa direzione avrebbe anche il vantaggio di ridimensionare la soglia delle preoccupazioni in ordine al *mondo nuovo*, in cui le tecnologie rischiano di configurarsi come *black box*, evitando che si traducano in forme di resistenza culturale motivate dalla tumultuosità dei cambiamenti.

Uno tra i settori che più sta incentivando, e al tempo stesso traendo vantaggio dall'uso dei 'sistemi intelligenti' è senza dubbio quello della comunicazione, che con l'avvento di tecnologie quali il *cloud computing*, la *big data analysis* e il *deep learning* sta accompagnando una sorta di 'industrializzazione' dell'AI, promuovendo anche forme di acclimatazione sociale del nuovo. Con l'avvento del web 2.0 i flussi di informazione e dati sono aumentati esponenzialmente, e assieme ad essi anche la necessità di gestire servizi personalizzati e customizzati. Sono sfide che hanno incentivato i colossi della comunicazione a sviluppare sistemi in grado di rafforzare il calcolo, la profilazione e più in generale la gestione della moltitudine di dati prodotti ogni secondo dagli utenti; questa convergenza tra *machine learning* e tecnologie della comunicazione ha di converso potenziato anche la costituzione di veri e propri *potentati monopolistici* (Mezza 2018) che stanno avendo un'influenza notevole sulla stessa comunicazione digitale.

Definire l'impatto dell'Intelligenza Artificiale sulla comunicazione è un'impresa ardua anche per quanti avevano per tempo approfondito il *passaggio dalla tecnologia meccanica ed analogica a quella digitale*². Oggi si assiste ad una strettissima convergenza tra l'industria delle telecomunicazioni e quella dei media, che sta ridelineando i contorni del settore ICT ricreando quello che di fatto assume la forma di un'*ecosistema digitale complesso e articolato*, in cui gli scambi tra operatori di rete, *service provider* e contenuti generati dagli utenti restituiscono una realtà immersiva di cui gli "Over The Top" hanno saputo far tesoro, affermandosi come principali stakeholder a livello globale.

Sono proprio i 'big five' ad aver impiegato negli ultimi anni ingenti risorse nell'implementazione di competenze tecniche sull'AI: non solo i cosiddetti sistemi di raccomandazione, ma anche studio del linguaggio naturale, riconoscimento vocale, *supply chain*, sensori biometrici etc.

In forza di questa "sovranità tecnologica", sottolinea Antonella Napoli nel suo saggio, le grandi aziende "intercettano sempre più gli interessi dei governi: gli uni garantiscono i fondi e il sostegno politico-economico della ricerca, e le altre offrono i vantaggi derivanti dal progresso scientifico".

L'impatto di questa trasformazione, che si rivela soprattutto nel mondo dei servizi, sta avendo ripercussioni non solo sull'economia ma anche sul sociale. Siamo infatti all'inizio di un processo di cambiamento

2. — Ho affrontato questo tema in un articolo pubblicato da Agenda Digitale, dal titolo "La comunicazione pietra angolare della storia: le nuove sfide sociali" pubblicato il 18 dicembre 2020

che sta per rivoluzionare la storia umana: Internet, il World Wide Web, social media e big data stanno convertendo la nostra in una società digitale (4.0) (Floridi 2014), in cui gli *scambi mediati dalle tecnologie per le comunicazioni riconfigurano velocemente la mappa del cambiamento accelerato*. A breve, l'economia sarà infatti probabilmente contrassegnata da una massiva automazione di processi gestionali che causerà un impatto dal punto di vista del lavoro ancora non quantificabile. D'altronde la stessa nozione di industria culturale restituisce un immaginario utopico e distopico allo stesso tempo, culminante in “una nuova vera e propria teoria delle emozioni che emerge da un campo di studi denominato *affective engineering*, secondo cui la macchina è dotata di autonomia esistenziale, dunque capace di agire e interagire con l'essere umano perché sa cosa significa fare esperienza emotiva” (cfr. Monaci, *infra*).

Chiaramente, l'ondata di cambiamenti in corso non dipende solo dall'attuale implementazione dell'AI nel quotidiano, quanto dalla centralità assunta dalla comunicazione digitale in ogni sfera della vita: dalla conoscenza ai servizi, compresi quelli di welfare, come dimostra Luca Benvenga nella sua rassegna sull'impatto delle tecnologie in telemedicina. Le comunità scientifiche studiano questi temi da oltre un decennio ma si è ancora ben lontani da un quadro definitorio completo, proprio per la complessità dei fenomeni che abbiamo di fronte. Dobbiamo evitare, dunque, che lo stesso destino contraddistingua più in generale l'avvento dell'AI quale ultima e più impattante innovazione sociale. Molto dipenderà dalla visione con cui approcceremo quella che sembra *una lente attraverso cui ridefinire tutto ciò che è già in atto*, comunicazione compresa, ma soprattutto tenendo adeguatamente presente l'indispensabile regolazione normativa e giuridica.

Ricorrendo alla storia, e in particolare a precedenti che possano essere ritenuti congruenti, la prima questione che si presenta è la differenza tra il tipo di dibattito che ha accompagnato la nascita dei grandi media mainstream, e in particolare della tv, e quello – a prima vista più scarso – che si è sviluppato sull'avvento di Internet e soprattutto dei media digitali. Sembra paradossale che le comunità scientifiche della metà del Novecento abbiano prevalentemente indossato un habitus di preoccupazione, ben simbolizzato dalla fortunata formula echiana “apocalittici e integrati”, mentre per la rete è prevalso un atteggiamento di benevola attenzione non sempre accompagnata dall'interrogativo di *cosa si nasconde dietro un fatto sociale così luccicante*.

È infatti raro trovare un'osservazione scientifica non ispirata a un tono euforico, *quasi da consumatori più che da studiosi*, e questo trova una riprova quando si apre la domanda fondamentale che ci ha insegnato la sociologia della comunicazione e la sua storia: *quali sono gli effetti di lungo*

termine di una tecnologia così pervasiva? Un quesito come questo non è eludibile se vogliamo avviare una prima sistematizzazione del dibattito, attenta anche alle criticità che inevitabilmente non mancano nelle fasi aurorali e di primo insediamento sociale. È possibile, infatti, che il passaggio a una fase di maggior “acquisizione” dei media digitali addolcisca gli interrogativi critici, a fronte magari di prove di ricerca empirica, senza escludere i vantaggi in termini di chiarezza e di accreditamento sociale derivanti da una regolamentazione meno ingenua di quella attuale.

Un secondo nodo del dibattito, relativamente carente, è la presa d'atto di quanto manchi una chiara percezione che l'infrastruttura digitale è vista senza riconoscerne l'ovvia dimensione di economia politica, che nasconde così il dominio incontrastato degli *Over the Top*. Questo è osservabile con chiarezza nella produzione degli immaginari, nella loro penetrante profilazione, e dunque nella circostanza che essa diventa *la forma culturale del nostro tempo*, ad onta della capacità di presentarsi come nuovo spazio di espressione dei soggetti sociali (Van Dijck et al. 2018), che, invece, come spiega Federico Tarquini, si trovano a conformare i propri gusti a quelli dell'artificiale.

Un terzo aspetto concerne i *processi di sostituzione* a cui la dominazione digitale dà luogo; noi siamo abituati a leggere il nuovo per la sua capacità di gratificare e inseguire i nostri bisogni e il legittimo “piacere dei testi”. Senza un'adeguata formazione, e senza riflessività, si staglia sullo sfondo la domanda di cosa perdiamo in termini di *tempo dedicato* e dunque di rimozione di precedenti priorità assorbendo le nuove, spesso senza alcuna consapevolezza di ciò che c'era prima e dei valori che la cultura preesistente portava con sé.

Facendo tesoro di quanto già discusso da diversi studiosi in un recente volume della Rivista *Paradoxa* su *La comunicazione al posto della politica*³, in molti ambiti la comunicazione digitale segue alcune tendenze all'ultrapersonalizzazione della *political communication* dominante, innescando derive pericolose, in cui i media fanno e disfano continuamente il tessuto comunicativo che lega politica e cittadini. Ciò ha trovato una clamorosa riprova anche nei recenti fatti di Capitol Hill⁴: certamente non l'unico caso a dimostrazione di quanto scrivo, ma che è servito in modo lampante a sottolineare il grottesco *suprematismo digitale* degli *Over The Top*. Non è un caso che Trump sia l'uomo che più ha fatto affidamento sui media, al punto da consegnare ad essi la chance di tacitarlo nel ritmo inevitabile del “cambio di scena”. C'è un insegnamento per tutti dalla fine di una carriera politica sovralimentata e sempre ispirata a un'idea della comunicazione vissuta come la bestia evocata nella Divina Commedia. E la lezione riguarda esattamente gli eccessi di personalizzazione della

3. — Cfr. il monografico 3/2020 della rivista *Paradoxa*, “La comunicazione al posto della politica”, a cura di Mario Morcellini e Michele Prospero.

4. — A questo proposito cfr. M. Morcellini, “Sovranismo digitale: è ancora democrazia?” pubblicato il 31 gennaio 2021 su Formiche.net: <https://formiche.net/2021/01/sovrano-digitale-e-ancora-democrazia-le-riflessioni-di-morcellini/>

politica contemporanea che un sistema presidenziale, per definizione, non può dosare, e che invece sistemi più ispirati al parlamentarismo riescono meglio ad antagonizzare. Non c'è bisogno di saperi psicologico-politici per capire che un uomo solo al comando è esposto alla tentazione di sentirsi sopra le leggi che regolano la vita degli altri e, ricorrendo ancora alle sfumature del latino, sciolto dai vincoli (*legibus solutus*).

Dobbiamo dunque scrutinare criticamente l'adagio (ormai quasi uno stereotipo) secondo cui *l'ipercomunicazione digitale è la novità radicale del nostro tempo*. Esso è certamente vero e persino timido rispetto alla fenomenologia dei cambiamenti, ma risulta insufficiente a sollecitare un passo avanti nel processo di conoscenza (Gillespie 2018). A questo punto del discorso, dunque, dobbiamo verificare quanto la comunicazione sia diventata strategica e quanto più lo diventi nell'attuale trend di una sua compenetrazione con l'AI, concentrando l'analisi su tre dimensioni:

- Essa è centrale in quanto *soggetto sorgente* del cambiamento radicale delle priorità, dei gusti, delle dinamiche di relazione, e quindi motore culturale principale dei nostri tempi.

- Lo è altrettanto come *oggetto*, e non solo di studio. La comunicazione digitale è il veicolo con il quale apportiamo modernità e complessità alla nostra società, stimolando comunque una presa di parola che potenzia l'autonomia del soggetto moderno, anche se talvolta nasconde forme di imitazione "subita".

- È centrale infine come *contesto*, sia formativo che culturale, perché è la principale fonte di approvvigionamento simbolico e informativo⁵.

Se si tiene conto della debolezza di stimoli del contesto sociale e istituzionale, coinvolto in una crisi di credibilità e di fiducia che la pandemia ha in parte attenuato, non possiamo non porci la questione di un *rischio inculturazione* in capo all'universo digitale. Per aprire un conseguente dibattito basterebbe interrogarci su quanti discorsi pubblici, e quanta letteratura empirica, si sono accumulati intorno a un quesito che diventa tanto più fondamentale: *chi forma davvero il soggetto moderno*.

Cerchiamo dunque di approfondire proprio il primo item del trittico proposto, spostandoci letteralmente sul fronte dei soggetti, e dunque aprendo con decisione la tematica degli effetti della cultura digitale. Essa è decisiva nella vita quotidiana soprattutto dei giovani, e molti dati, con inconsueta coerenza, indicano parametri di esposizione ai device digitali sicuramente tali da ridurre la varietà della socializzazione e da competere da posizioni di forza persino con i processi formativi.

Dove allora dobbiamo sfidare idee nuove per sorreggere una visione positiva della nuova centralità digitale, intesa come cultura quotidiana e

5. — Per un approfondimento su questo si veda il numero 22 della Rivista "Comunicazione punto-doc" Dati che contano per le scienze sociali, a cura di M. Antenore, M. Delmastro e G. Pecchinenda.

aumento di disponibilità alla comunicazione, e perfino alla presa di parola? È indiscutibile che siamo di fronte a un doppio fenomeno da valutare in termini di principio di precauzione: da un lato, registriamo una forte pressione sociale della rete, certamente legata alla debolezza del tessuto culturale circostante e dunque più capace di “attaccare” soggetti impreparati al potere suggestivo degli schermi (Morcellini 2015). Dall'altro, non possiamo nasconderci l'aspetto di iperstimolazione della mente e dell'emotività dei soggetti, non accompagnata da un minimo dosaggio di formazione al tempo nuovo e alle sue macchine pensanti. Assemblando questi due ragionevoli motivi di preoccupazione si può profilare l'ipotesi sconcertante che, al di là di qualunque imputazione di responsabilità, la crisi della socializzazione contemporanea, definibile come postsocializzazione, sia sotto il segno della conquista di tutti gli spazi e gli interstizi riconducibili allo scambio culturale da parte dell'impero digitale. Non è avvenuto quel processo di domiciliazione del nuovo che costruisce incessanti mediazioni con le culture preesistenti; in altre parole, il motto oraziano *Graecia capta ferum victorem coepit* non si è per il momento avverato.

Questo significa che siamo di fronte a una novità storica assoluta, paragonabile forse a quanto è successo nel passaggio dal latino alle lingue volgari all'alba del Medio Evo, per non citare un fenomeno ancor più pertinente quale l'impatto esercitato dalla scoperta della scrittura e della riproduzione di testi nell'età di Gutenberg. Per un cambiamento di questo genere serve una cultura scientifica di svolta, non condizionata dai parametri di impatto che decretano non solo una vittoria ma un consenso profondo da parte degli utenti, evidentemente gratificati dal nuovo *stato di cose culturali*. L'approccio corretto non è quello troppo subalterno *modello relazioni pubbliche*, a cui non pochi studiosi si sono adagiati. Più utile alla società è un assiduo lavoro di ricerca delle prime manifestazioni di cambiamento dei comportamenti degli utenti, attento alla dimensione della graduazione degli effetti; e in questa direzione *chi studia comunicazione è in vantaggio*: può scorgere prima il vistoso aumento di possibilità e stimolazioni culturali ma anche le criticità, se non addirittura lo shock che può determinare nella dinamica dello scambio formativo.

È comunque l'inculturazione il tema di cui stiamo parlando, sia perché la ventata culturale proviene prevalentemente da un unico contesto avanzato come gli Stati Uniti, sia perché essa non è mai uniforme ma certo neppure neutra. Per smascherare quest'ultima qualità occorre adottare un linguaggio crudo, relativo agli inequivocabili cambiamenti di atteggiamento nei confronti del capitale sociale quale fonte di benessere per gli individui. È lungo questo *trend* che si è affermata una sorta di *società a chilometro zero*, favorita dai disinvolti immaginari contemporanei e da un indebolimento della comunicazione acutizzato dalla disintermediazione, al punto che essa

tende troppo spesso a pensare il meno possibile, rischiando di alimentare distrazione sociale. È vero che questo dipende largamente da una novità storica non affermata per caso: quando la formazione e la cultura non sono più al centro della scena, la comunicazione tende ad occuparne i vuoti; altrettanto vero che un pezzo di società ha tratto alimento dai media per diventare più forte e competente allargando la propria mente e la propria vita. Ma una platea ben più ampia viene sospinta a recludere gli spazi di intellettualizzazione evocando una formula cara agli studi americani e rubricata sotto l'etichetta di *public ignorance*. In altri termini, e chiamando in causa la definizione potente di *periferie sociali ed esistenziali* popolarizzata da Papa Francesco, troppi esseri umani introiettano nuove cognizioni pensando di appropriarsene, e finendo per vivere a rimorchio dei cascami della comunicazione *pop*. È così che entro le nuove aspettative dei moderni perdono terreno valori e punti di riferimento a favore di un relativismo presto tradotto in frammentazione sociale.

Ecco perché occorre una particolare attenzione critica nei confronti del rischio di omologazione connesso alle tecniche massificate di profilazione degli utenti digitali, ma la sfida al dibattito scientifico è comunque posta dalla presa d'atto che dobbiamo fare i conti, per la prima volta, con una *cultura fondata essenzialmente sulla disintermediazione*, rendendo più complesso per il soggetto moderno il processo di generazione del senso. È questo *network* di cambiamenti stratificati a rendere particolarmente delicato il momento in cui la comunicazione subisce un ulteriore *switch sistemico* dovuto all'AI, imponendoci di accompagnare i nuovi processi con tempestive mappature conoscitive, senza contare la necessità di adeguate policies volte a guidarli entro un piano regolatore dell'innovazione.

Chiediamoci allora perché, oggi più che mai, è *fondamentale un punto di vista etico sull'intelligenza artificiale*⁶, soprattutto in connessione alla presa d'atto che la cultura si inverte quando offre una tempestiva copertura conoscitiva dei cambiamenti in corso. La stessa idea medievale di università nasce letteralmente su bisogni di promozione e simbolizzazione della vita e dell'esperienza che, all'abbrivio della modernità, hanno costruito una relazione sempre più avanzata tra scoperte scientifiche, innovazioni tecnologiche e trasformazione sociale, ridefinendo in avanti un'interazione non meccanica e tantomeno subalterna fra uomini e macchine. Si può così smontare la tentazione di potenza a cui la modernità continuamente ci sottopone grazie alla fiducia smisurata nel potenziamento cognitivo degli esseri umani, ben echeggiata dal motto biblico "poco meno di Dio hai fatto l'uomo".

La risposta all'interrogativo etico connesso all'AI è dunque articolata e deve radicarsi sempre nella storia. Ai suoi albori, essa si è manifesta-

6. — Per un approfondimento su questo si veda un mio articolo pubblicato sul numero 165 della rivista Formiche, dal titolo "Mai più algoritmi senza etica" (dicembre 2020).

ta nella madrepatria americana caratterizzandosi per una *retorica delle magnifiche sorti e progressive* strettamente enfaticamente le fabbriche tirate a lucido dell'Intelligenza Artificiale. Non possiamo trascurare che nella fase aurorale ciò ha comportato una sostanziale indifferenza a vincoli e regole di ordine politico e sindacale, ma anche per qualche amnesia rispetto ai diritti civili degli addetti e a quelli dei cittadini. Abbiamo assistito tutti all'esibizione muscolare di un liberismo dal sapore quasi ottocentesco, incurante persino di un'ovvia parità dei generi e delle etnie. Ma al tempo stesso, troviamo la prova di quanto diritti e livelli di avanzamento della democrazia, che sembravano irrevocabilmente acquisiti, possono essere messi in disparte quando l'innovazione tecnologica occupa senza specifici contrappesi critici la retina degli uomini con le sue promesse e la sua esuberante retorica del nuovo che avanza.

Non è un caso, del resto, che le tematiche connesse al mondo del lavoro e ai diritti siano state ampiamente discusse in letteratura, con particolare riferimento alla plausibile contrazione delle risorse 'umane' a favore di quelle 'artificiali' nel campo non solo della produzione ma anche della gestione dei processi lavorativi (*recruiting*, selezione del personale, etc.).

Più in generale le scienze dell'uomo in società, a partire da quelle che avrebbero dovuto custodire i diritti individuali e collettivi, sono rimaste quasi attonite, in un contesto in cui le aree più applicative e prevalentemente legate all'informatica non hanno opposto un'adeguata resistenza a incanalare, in termini di equilibrio sociale, la promessa di trasformazione dell'AI. È la prima volta, del resto, che il rapporto tra scienza, tecnologia e società è così accelerato e impaziente da stordire l'osservazione scientifica, mentre nella storia degli uomini le innovazioni erano così lente da dar tempo agli individui di mettere in campo un adattamento non compulsivo e agli studiosi di elaborare un sapere che solo rende una società pienamente consapevole del ruolo e dell'impatto delle tecnologie.

A questa criticità oggettiva della scienza, sempre più in difficoltà a inseguire cambiamenti profondi e rapidissimi, non si sottrae la politica che pure in tutte le latitudini dovrebbe essere la garante di un disegno di uomo e di società legato ad un progetto consapevole di trasformazione, ma anche di regolazione dell'innovazione. Possiamo misurare il costo dell'impreparazione culturale delle élite politiche contemporanee, spesso riluttanti a riconoscere il ruolo degli esperti e della ricerca scientifica; del resto, rispetto all'aumento di conoscenza incorporata nelle imprese e nelle macchine, se non si imbecca la strada di aumentare le competenze della politica, il rischio è restare alla retrovia del cambiamento o di intervenire maldestramente *ex post* con una "regolazione del nuovo" che, nel tempo moderno, dovrebbe essere sostituita, ovunque sia possibile, da una pianificazione *ex ante*.

Ecco perché l'etica di cui rivendichiamo l'istanza è anzitutto quella pubblica, e ha a che fare con l'idea che, in un tempo di mutamenti tumultuosi, si deve esercitare con sapienza un'efficace funzione di analisi dell'innovazione, attenta essenzialmente all'impatto sulle società, e allo sguardo sulle nuove disuguaglianze che possono prodursi ingrossando le periferie sociali e culturali messe a dura prova dalla crisi del Covid. In quest'ottica, si può dire con assoluta sicurezza che la prima dote di un politico del tempo che verrà dovrà essere quella di una solida preparazione culturale, senza cui non dovrebbe esserci diritto di cittadinanza se la politica vuole restare il momento più alto della decisione democratica sullo sviluppo.

A questo punto della storia, solo una convinta scelta per l'etica sprigiona la portata rivoluzionaria dell'AI, trasformando la tecnologia in evoluzione sociale e benessere collettivo. Il passato ci ha insegnato che i cambiamenti provocano scompensi se e quando *non sono guidati, accompagnati e mediati dalla cultura*. È in questa direzione che dunque va vista con empatia l'attenzione che la Commissione europea e le università stanno riservando all'AI, anche dal punto di vista della AI Education, come ampiamente documentano Alessandro Longo e Francesco Agrusti in questo volume.

Non dimentichiamo in proposito la forza innovativa messa in campo, oltre che dalle Università, dalla Commissione Europea, ma anche dalla Pontificia Accademia per la Vita, presieduta da Monsignor Vincenzo Paglia, con la proposta pubblica di un vero e proprio *Manifesto sull'Etica dell'AI*, recentemente firmato da importanti stakeholder del settore come Microsoft e IBM, coinvolgendo per la prima volta anche un grande ateneo come Sapienza Università di Roma. In questa fase è importante che l'Accademia svolga un ruolo centrale assumendo la scommessa di *formare per il cambiamento*. E qui è pertinente ricordare che Sapienza ha già predisposto, grazie a una partnership formativa con TIM e Google, tre Corsi di Formazione sull'Intelligenza Artificiale nell'ambito della *AI Academy*.

Durante il lockdown pandemico, infatti, i tre partner hanno dato vita a incontri e sessioni di un Gruppo di lavoro, da me coordinato nella fase preparatoria, finalizzati a studiare rapidamente i percorsi più attuali e sostenibili per fornire competenze volte ad uscire dalla crisi. Il Gruppo si è incaricato di "mettere a terra" alcune proposte per avviare una rapida sperimentazione di percorsi formativi, partendo da quelli più flessibili entro l'architettura universitaria dei titoli, e dunque scegliendo preferenzialmente i Corsi di Alta Formazione. È stata ovviamente comune l'adesione convinta a prendere atto che il Covid-19 indicava nuove tematiche, criticità e bisogni professionali e formativi da delineare con maggior precisione e in tempo reale. I temi, dunque, si sono autoselezionati con facilità: la salute,

la gestione e il management delle sue rinnovate esigenze e professionalità, l'etica e le conseguenze sociopolitiche e regolatorie dell'Intelligenza Artificiale, le strategie di business *AI-oriented*. E questi, dunque, sono i terreni di impegno conoscitivo con cui i tre Corsi dedicati all'AI si misureranno attraverso una didattica sinergica che unisce accademia e mondo delle imprese in *una scommessa per il futuro*.

Infine, dal punto di vista della formazione, è importante sottolineare che le tecnologie intelligenti si faranno strada come componente educativa all'esterno e all'interno delle mura scolastiche e universitarie. Rispetto a ciò, il bel saggio di Grimaldi, Brignone, Denicolai e Palmieri offre un insight su come i robot educativi si stiano diffondendo nel contesto didattico, nella scuola dell'infanzia e della primaria, dimostrandosi "un utile strumento per l'acquisizione di competenze disciplinari e trasversali, tra cui le conoscenze spazio-temporali, base di molti apprendimenti successivi". Sebbene, come è già stato sottolineato (Edwards et al. 2018), molto spesso la reazione immediata sia quella di respingere l'idea che la tecnologia si affianchi alla componente umana in contesti scolastici, è essenziale che gli studiosi (soprattutto quelli legati alla cultura e alla comunicazione) si impegnino in una ricerca programmatica e rigorosa che guidi l'industria e i progettatori nella messa in campo di prodotti in grado di non nascondersi un obiettivo così complesso.

Ecco perché questo editoriale ha volutamente insistito sulla fragilità della comunicazione contemporanea: la sua apparente performatività guarda stoltamente solo in avanti trascurando la profondità dei cambiamenti già promossi da media e tecnologie. Occorre invece concentrarci sempre più sulla parte grigia e sottostante di questi discorsi, puntando a capire la nuova relazione che i soggetti costruiscono con le scintillanti e multiformi vetrine dei device, come sottolinea Fiammetta Fanizza nel suo saggio. Fuori da questa visione critica, i mutamenti arrecati dalla comunicazione sembrano indolori e impercettibili, mentre sono tutt'altro che irrilevanti fino al momento in cui la conoscenza diffusa ne fa il centro di una nuova illuminazione, rendendo l'innovazione un portato della soggettività e non il prodotto della mediamorfosi, intesa come cambiamento *dall'esterno*.

In altre parole, stiamo enfatizzando ancora il concetto di *copertura formativa e culturale delle innovazioni tecnologiche*, che rappresenta l'unica garanzia contro lo *spodestamento dell'umano*, nella presa d'atto che trasformazioni come quella dell'AI, al pari delle rivoluzioni nel pensiero scientifico, spostano in avanti una società solo se puntano a coinvolgere l'intera comunità umana. E solo così si realizza una potente profezia di Albert Camus, richiamata nello straordinario saggio di Ivano Dionigi: *ogni creazione autentica è un dono al futuro*.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

EDWARDS CHARLES, EDWARDS AUTUMN, SPENCE, PATRIC R., E LIN, XIALING, 2018, *I, teacher: using artificial intelligence (AI) and social robots in communication and instruction*, in "Communication Education", n. 67(4), pp. 473-480.

FLORIDI LUCIANO, 2014, *The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*, Oxford University press, UK.

GILLESPIE TARLETON, 2018, *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*, Yale University Press, Londra.

MEZZA MICHELE, 2018, *Algoritmi di libertà*, Donzelli, Roma.

MORCELLINI MARIO, 2015, *La storia della comunicazione rivista*, in "Sociologia della comunicazione", n.50, 2015, pp. 32-42.

MORCELLINI MARIO, 2020, *Antivirus. Una società senza sistemi immunitari*, Castelvecchi, Roma.

VAN DIJCK JOSE, POELL THOMAS, DE WAAL MARTIN, 2018, *The platform society: Public values in a connective world*, Oxford University Press, UK.