

Per comprendere l'IA ci vorrebbe McLuhan



di **Andrea Granelli**

McLuhan ha battezzato le tre rivoluzioni legate alla diffusione della conoscenza – la tradizione orale, la stampa e il digitale (che ha vissuto solo nella fase iniziale) – legandole a tre parole specifiche: orecchio, occhio, elettrico. Nella tradizione orale viene coinvolto l'orecchio che deve captare e plasmare e con la lettura assume un ruolo centrale l'occhio.

Durante la prima rivoluzione digitale, ci siamo tutti concentrati sull'automazione e sulle interfacce digitali, per cui l'espressione elettrico ci sembrava antiquata per descrivere questa rivoluzione, da chi non aveva veramente vissuto e interagito con lo tsunami digitale.

Poi, con i progressi dell'intelligenza artificiale ...e anche con i primi test di Neuralink – che hanno consentito a un paraplegico di giocare a scacchi muovendo la tastiera solo con il pensiero – abbiamo capito meglio l'espressione "elettrico" usata da McLuhan. Indica i neuroni, le sinapsi. L'IA farà progressivamente sparire le interfacce tradizionali (tastiere, mouse, bottoni) e consentirà un dialogo diretto cervello-algoritmo.

In questo senso possiamo dire che le piattaforme generative sono la vera incarnazione di quella che McLuhan ha chiamato l'era elettrica.

E probabilmente questa nuova tipologia di comunicazione – elettrica e alimentata da un algoritmo – prelude a un vero e proprio salto di paradigma.

Per tornare a McLuhan, ritengo interessante richiamare una riflessione fatta da uno dei massimi studiosi del pensatore canadese – Derrick de Kerckhove – fatta a margine del convegno Megatrends del marketing e della comunicazione digitale - La rivoluzione dell'intelligenza artificiale, organizzato presso la Facoltà di Economia dell'Università di Tor Vergata.

Egli sostiene che «la trasformazione digitale, di per sé, non è retorica, perché la retorica si basa sul linguaggio, una scienza della persuasione attraverso il significato, mentre tutte le operazioni digitali si basano su algoritmi; quindi, la loro moda-

**TASTIERE, MOUSE E BOTTONI
SPARIRANNO PER LASCIARE
SPAZIO AL DIALOGO DIRETTO
TRA CERVELLO E ALGORITMO**

lità di persuasione non è linguistica, ma performativa».

Mi viene da integrare questa riflessione dell'amico Derrick richiamando il fatto che, nell'ambito della retorica, Aristotele aveva identificato tre leve per la persuasione – logos, pathos ed ethos – e considerava l'ethos (la credibilità dell'interlocutore, il suo carisma personale e la coerenza tra il suo discorso e il suo agire e in particolare la sua esperienza riconosciuta) la leva più efficace.

Pertanto i responsi oracolari delle nuove piattaforme generative dell'IA fanno leva su una nuova forma di ethos – l'ethos digitale – che, come nel caso retorico, persuadono (anzi spingono ad agire) non richiedendo la verifica della correttezza logica degli argomenti enunciati, ma chiedendo la fiducia in quanto ipse dixit. Questo è noto da molto tempo ed è, ad esempio, il meccanismo persuasivo dei testimonial pubblicitari (e talvolta anche degli imbonitori politici).

La differenza sta nelle opportunità di verifica. Nel caso pubblicitario, ad esempio, se un potenziale acquirente decide di neutralizzare l'incantamento pubblicitario e analizzare in modo obiettivo il prodotto raccomandato, magari confrontando prestazioni e prezzo con prodotti simili, lo può fare e in questo modo "riattiva" il logos e può scegliere in modo razionale.

Nel caso delle piattaforme generative, invece, il detto oracolare non è ricostruibile, non possiamo sapere in base a quali informazioni e inferenze il programma ha detto quello che ha detto.

Questo ovviamente alza il livello di rischio e di possibile manipolazione e quindi ci richiede un maggiore tasso di attenzione e pensiero critico.

