volerelaluna LA POLITICA PUNTOACAPO

Big Tech o democrazia digitale?

Autore: Renato Pisani

Il 21 gennaio 2025, il presidente statunitense Donald Trump ha ospitato alla Casa Bianca i CEO di OpenAI, Oracle e SoftBank, per svelare un progetto colossale: Stargate. **Un piano da 500 miliardi di dollari stanziati per costruire enormi centri di calcolo sparsi in tutto il Paese.** Ciascun centro ospiterà centinaia di migliaia di microprocessori, e sarà usato per allenare i più avanzati modelli di IA (intelligenza artificiale). In particolare, Stargate nutrirà la crescita dell'IA generativa, ovvero quella capace di generare contenuti testuali o grafici, come ChatGPT. Il progetto ha sollevato preoccupazioni per il suo impatto sull'ambiente e il lavoro. Stargate consumerà energia pari a quella consumata da centinaia di migliaia, se non milioni, di italiani, richiedendo anche ingenti quantità d'acqua per i sistemi di raffreddamento. Ma, a fronte delle risorse richieste e dei soldi investiti, secondo OpenAI, i posti di lavoro creati saranno solo qualche decina di migliaia.

L'obiettivo di questo articolo, però, non è discutere gli aspetti appena citati, bensì rintracciare in Stargate, e nei progetti simili finanziati da altre compagnie, **una trasformazione nella struttura del capitale digitale e nei rapporti di forza nella società. Il cuore di questa trasformazione risiede nel ruolo delle grandi aziende del digitale**, che stanno traghettando il mondo, volente o nolente, in un percorso turbolento di trasformazione. Questo cambiamento parte prima di tutto dal loro stesso modello di profitto. Per le big tech, infatti, **è cambiato un paradigma fondamentale: se prima si concentravano sull'accumulo e vendita di dati, oggi vedono quei dati come la materia prima in un processo produttivo nuovo**, ancora più profittevole, e cioè i sistemi d'IA generativa. Di conseguenza, hanno iniziato a investire ingenti somme di denaro non solo per centralizzare i dati degli utenti nei data center, ma anche per centralizzare la potenza di calcolo stessa, che fino ad ora era rimasta diffusa tra i dispositivi degli utenti, come computer e smartphone. Si tratta di una trasformazione, interna al mondo digitale, con un impatto analogo alla rivoluzione industriale che sconvolse il mondo dei grandi latifondi agricoli. Oggi l'IA generativa è divenuta possibile solo grazie alle immense quantità di dati accumulate dall'infrastruttura del vecchio Internet. Ma, per potersi migliorare e crescere, ha bisogno di una potenza di calcolo capace di elaborare tutti quei dati il più velocemente possibile. La conseguenza è un **ulteriore accentramento del potere economico e d'influenza nelle mani delle grandi aziende** a guida di questa rivoluzione.

Il futuro del profitto digitale

Queste grandi aziende sono le solite sospette, come Google, Amazon, Microsoft e Meta, più un nome nuovo: OpenAI, l'azienda start-up dietro ChatGPT. Stanno tutte investendo miliardi di dollari, con progetti più o meno indipendenti o interconnessi, nell'infrastruttura e nello sviluppo dell'IA. Tuttavia, nessuna di loro sta registrando un ritorno economico.

OpenAI prevede il suo primo profitto netto per il 2029.
Oggi si discute se il valore stellare del mercato dell'IA non sia più che altro frutto di una bolla speculativa. La giovane OpenAI ha un valore stimato intorno ai 500 miliardi di dollari, mentre Nvidia, quasi-monopolista dei chip usati per l'IA, è valutata oltre i 5.000 miliardi. È molto probabile che una bolla ci sia, che le cifre esorbitanti crolleranno e che alcune aziende accessorie falliranno. Ma, agli occhi delle big tech, le prospettive di guadagno sul lungo termine giustificano ogni dollaro speso. **I ritorni economici sono attesi dalle più disparate applicazioni.** Si includono **aspetti strategici, come sistemi da guerra, amministrazione pubblica, sanità. Ma è probabile che la maggior parte dei profitti continuerà a derivare dalle enormi masse di consumatori digitali individuali.** La scommessa delle grandi aziende è che gli utenti saranno sempre più attratti da un'offerta tecnologica estremamente comoda e personalizzata rispetto ai sistemi statici del "vecchio digitale".
L'IA promette ambienti virtuali dinamici e personalizzati, con cui è sufficiente parlare per ottenere tutto ciò che si desidera: un salto notevole rispetto a un motore di ricerca come Google o a un sistema operativo come Windows. Gli LLM (Large Language Model) come ChatGPT o Gemini sono al centro di questa offerta, e si integrano con sistemi sonori, grafici, e app di terze parti, per un'esperienza più completa. In cambio, attraverso le sue conversazioni con gli LLM, l'utente fornisce alle aziende informazioni estremamente capillari e raffinate sul proprio conto. Questo migliorerà la qualità della raccolta dei dati in mano alle big tech, che potranno ulteriormente affinare strategie di comunicazione personalizzate e quasi intime per proporre contenuti profittevoli, come la pubblicità. **Saranno, cioè, ancora più in grado di influenzare gli utenti, ed è questo il vero potere in mano al capitale digitale.**

Generazione dell'IA e degenerazione dell'utente

L'influenza si trova alla base della forza del capitale digitale. Oggi, la maggior parte delle big tech usa questo potere per produrre profitto attraverso la pubblicità. Ancora oggi, la capacità principale è data dagli algoritmi dei social o dei motori di ricerca che, attraverso una forma di IA chiamata *machine-learning*, adottano strategie autonome specifiche per ogni individuo. Queste strategie variano per i contenuti proposti, ma in generale si riducono a tre tattiche basilari: **1) la personalizzazione, per prolungare la permanenza online dell'utente; 2) l'emotività, per indebolirne le difese psicologiche; 3) l'atomizzazione, cioè la disgregazione degli utenti in tante piccole bolle separate, per migliorare la presa su singoli gruppi o individui**, ma con l'effetto aggiuntivo di rendere più ardua una reazione collettiva. Non si tratta necessariamente di strategie elaborate a monte, bensì di pattern che l'IA ha scovato per poter eseguire al meglio il suo lavoro, a beneficio delle grandi aziende.
L'IA generativa e le nuove reti neurali consentono di potenziare tutte e tre le strategie, ad esempio producendo i contenuti e non limitandosi a riorganizzarli. In primo luogo, la personalizzazione viene superata grazie a un prodotto propriamente personale. Un LLM come ChatGPT è programmato per imitare chi lo sta usando, emulandone il registro e

assecondandone i desideri, e adottando autonomamente strategie di ingaggio. In secondo luogo, l'emotività si amplifica perché il rapporto umano-macchina richiede sempre meno sforzo intellettuale da parte dell'uomo. L'IA può guidare l'esperienza dell'utente attraverso ogni forma di consumo, reagendo esclusivamente a input di tipo emotivo. Infine, il processo di atomizzazione si solidifica, con la nascita di tante piccole bolle informative e interattive non più confinate a una singola app, ma trasversali a tutta l'esperienza digitale. Un sistema diffuso d'IA, analogo a un sistema operativo, può offrire ogni forma di interazione necessaria, mediando l'ingresso di tutti i contenuti esterni. È naturale che le big tech usino i nuovi sistemi per aumentare la loro influenza. Però, si tratta di un percorso che rischia di produrre una sorta di "degenerazione dell'utente", favorendone la riduzione a un modello ideale per la generazione del profitto, piuttosto che uno adatto a una società democratica. Se l'utente non è libero e indipendente nello spazio digitale, è difficile che il cittadino che gli corrisponde possa esserlo completamente nello spazio fisico. Per questo, **l'IA pone la società di fronte a un bivio. O si andrà nella direzione di un'infrastruttura digitale diffusa e di una massa di utenti liberi, o la strada del profitto privato prevarrà, mettendo a repentaglio tutti i diritti, a partire da lavoro e benessere.**

Democrazia digitale e partiti italiani

L'Italia, come apparato politico e statale, non ha molte speranze di invertire la degenerazione dell'utente o di impedire l'accentramento del capitale digitale, principalmente per due motivi: **la dipendenza informatica dagli USA** e **l'inazione della politica italiana**. Per quanto riguarda il primo aspetto, Italia ed Europa sono dipendenti dagli USA per tantissime tecnologie, dai sistemi operativi ai servizi cloud, dai social all'IA. Questa è una grossa lacuna nella prospettiva di un controllo democratico del digitale. Il rischio di ritorsioni politiche ed economiche impedisce ai governi democratici di attuare decisioni radicali, restando, volenti o nolenti, alla mercé di decisioni opache prese oltreoceano. Riescono a far passare solo proposte moderate, come il GDPR (General Data Protection Regulation) o l'AI Act, i due storici regolamenti europei sul digitale, rispettivamente del 2016 e 2024. Nonostante siano atti di grandissimo valore, radicali rispetto allo sfrenato mercato statunitense, non bastano a invertire la degenerazione dell'utente perché non risolvono il problema dell'infrastruttura e della struttura del profitto. Le big tech statunitensi restano padrone del digitale, agendo in stretti rapporti con il Governo statunitense e col Pentagono, con cui hanno un rapporto antico, profittevole e sempre più stretto. La reazione normativa europea non è perciò sufficiente, per quanto capillare possa essere. Le proposte europee rischiano di essere aggirate, ignorate, o indebolite da pressioni future, lasciando i cittadini europei in una situazione di protezione lacunosa e precaria. Per quanto riguarda l'azione politica italiana, **un esame dei programmi elettorali delle varie liste alle elezioni per il Parlamento europeo del 2024, mostra un quadro privo grandi idee**. In generale, tra le varie forze, il Movimento 5 Stelle sembra offrire la visione più capillare collegando il digitale a moltissimi aspetti della vita umana, ma il discorso resta più che altro confinato a dimensioni di rischio specifiche, come

il cyberbullismo o l'ambiente. La forza più interessata all'aspetto del controllo democratico è invece il Partito Democratico, che si spinge a elaborare proposte significative, come l'affido dei data center a entità non profit, per assicurare un uso trasparente dei dati, lontano dalle big tech. Nessun programma, però, elabora una visione che colleghi tutti i punti della trasformazione digitale e dell'IA. Nessun partito sembra preoccuparsi della degenerazione dell'utente, o dell'accentramento della potenza di calcolo, fattori cruciali per alterare la corsa del digitale privato.

Quattro principi per una democrazia digitale

In mancanza di volontà partitica, **l'iniziativa resta nelle mani delle persone. Servirebbe una prospettiva di democrazia digitale in grado di attrarre la curiosità delle persone, e gettare le basi per l'emancipazione degli utenti**. Di seguito, si suggeriscono alcuni principi che potrebbero aiutare a impostare un discorso radicale e concreto sul tema. ***Primo*, l'utente non può essere sfruttato**. Le attività digitali devono partire dal presupposto di non raccogliere dati a scopo di lucro, e che questo avvenga solo attraverso sistemi che prevedano una redistribuzione economica a beneficio diretto dei cittadini. Trasparenza e open source dovrebbero essere obbligatori per ogni piattaforma che scelga un modello di business del genere. ***Secondo*, l'utente non può essere manipolato**. La super-personalizzazione dei social e dell'IA deve essere superata. I contenuti dell'IA dovrebbero sempre auto-segnalarsi come contenuti generati artificialmente, citando le fonti usate, ma anche evitando gli atteggiamenti personali ed amichevoli che inducono emotività. Le carrellate di contenuti social dovrebbero essere meno strategiche e basate su parametri trasparenti, per evitare assuefazione e atomizzazione. ***Terzo*, l'infrastruttura digitale deve essere diffusa**. La potenza di calcolo dovrebbe essere distribuita tra pubblico, privato, individui e società civile, impedendo una centralizzazione in stile Stargate. Le comunità territoriali dovrebbero poter scegliere se e quando costruire centri di calcolo e data center, con quote rilevanti di controllo e beneficio economico diretto. ***Quarto*, il popolo deve avere il controllo**. Occorre stabilire una filiera digitale il più possibile autonoma e senza strettoie, per garantire che il controllo democratico passi attraverso le istituzioni locali, e non attraverso le scelte di governi o aziende straniere. I governi nazionali e sovranazionali democratici dovrebbero impegnarsi a fondo affinché questo diritto si concretizzi.