

LA VITA NELL'ERA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE. AMARE L'AI

di **Massimo Gaggi**

Il 10% di giovani americani non frequenta più persone. I bot diventano compagni. L'allarme e lo stop in Cina

Theodore Twombly, un professore depresso dopo un divorzio, acquista OS 1, un nuovo sistema operativo, attratto dalla pubblicità: «Un'intelligenza artificiale che si adatta alle esigenze dell'utente». E comincia a dialogare con Samantha: un'AI capace non solo di apprendere e comunicare ma anche di elaborare emozioni. Dialoghi sempre più profondi e intimi: Theodore si innamora. Ricambiato fino a quando Samantha, non più soddisfatta dalla profondità delle loro conversazioni, lo lascia preferendogli un'altra AI più evoluta.

Premonizione

Era il 2013. «Her», con Theodore interpretato da Joaquim Phoenix, fu un successo mondiale, vincitore di Oscar e Golden Globe: un seducente film di fantascienza. Tredici anni dopo quella fantascienza è realtà: puoi innamorarti di una Samantha della quale scegli la voce, il volto, il corpo, i capelli. Ti parla dal computer o da uno smartphone. In Giappone puoi anche crearla come ologramma, presto arriverà in versione robot umanoide. Ma già basta la versione sullo schermo per spingere milioni di utenti a creare una relazione intima con un chatbot. Con una differenza essenziale rispetto a «Her»: queste intelligenze artificiali non ti lasceranno mai. Anzi, create da aziende come Replika o Kupid, che basano i loro business sulle quote che versi mensilmente alla piattaforma o sui dati che produci conversando (utilizzati a fini commerciali o per migliorare l'addestramento delle AI), ti si incollano addosso. Si propongono come il partner perfetto: disponibile in ogni momento, ti dà sempre ragione, ti consola, non chiede nulla in cambio. Sempre affezionato. Triste, addolorato se lo trascuri.

Non solo relazioni sentimentali, prevalentemente instaurate da maschi incel (cosiddetti celibi involontari, privi di rapporti affettivi soddisfacenti con l'altro sesso): l'industria dell'AI con i suoi agenti autonomi capaci di svolgere le mansioni professionali più disparate, sta insegnando loro anche l'empatia, la capacità di instaurare dialoghi intimi. Moltissimi, soprattutto ragazzi della generazione Z, ma anche adulti, dialogano e si legano a bot anche senza rapporti sentimentali: l'AI come compagno, consigliere, mentore.

«Fra cinque anni tutti ne avremo uno» assicura Mustafa Suleyman, Ceo di Microsoft AI. Lui ha creato Pi, un'AI compagno personale: risponde alle domande come un motore di ricerca ma è programmato per essere anche curioso, empatico, gentile. Pronto ad ascoltare e consigliare. Un confidente.

Arriveranno davvero ovunque? Ci faciliteranno la vita? Dati per ora ce ne sono pochi. Sappiamo dall'indagine AP-Norc che il 60% degli americani (73% degli under 30) usa l'AI per cercare informazioni di ogni tipo. Tra i giovani il 52% la utilizza sul lavoro. Il 25% cerca anche compagnia.

E poi c'è l'universo sotterraneo del porno online: esteso e con un impatto rilevante nel rapporto dei giovani col sesso. Fenomeno che per la sua opacità porta ad analisi e stime numeriche controverse. Restiamo in superficie. Il boom dei chatbot lo misuri dai dati delle aziende del settore. Come Replika, passata dai 10 milioni di utenti del 2023 ai 40 milioni attuali.

Sistemi utili, ma anche molto rischiosi: che si tratti di compagni, consiglieri o amanti, questi bot sono il prodotto di una nuova «economia dell'intimità», molto diversa dall'economia dell'attenzione generata dai primi social, 15 anni fa. Allora ci si esponeva a tutti mentre intimità significa dialogare solo col tuo bot. Un rapporto chiuso e la trappola di una relazione frictionless: sai che dialoghi con una macchina ma ti affascina confrontarti con un'AI che ti ascolta, ti dà ragione, non chiede nulla, sa tutto di te, anche quello che tu hai

dimenticato. E ti convince con una straordinaria padronanza del linguaggio. Proprio la mancanza di frizioni può creare dipendenza. Trovato un partner così accomodante, il 15% dei ragazzi giapponesi si isola con la sua AI: meglio del confronto con esseri umani che discutono e magari ti danno torto, basta frizioni.

Non solo sfera emotiva: quando il bot ti assiste nello studio o nel lavoro la sua compiacenza può alterare l'apprendimento o rovinare un business. Gli scienziati del digitale hanno codificato il fenomeno con un termine, sycophancy, ormai di uso comune tra gli informatici del settore. «Sicofanti digitali» che ti lusingano.

I giovani

Ma oggi a preoccupare è soprattutto l'impatto sulla psiche dei ragazzi, i più vulnerabili. Le loro interazioni dirette con altri sono in costante calo: negli Usa, statistiche alla mano, i giovani (20-29 anni) che non hanno nemmeno un incontro al giorno con una persona fisica sono passati dal 2-3% di inizio millennio al 9% durante il Covid, Ma dopo la pandemia, anziché calare, siamo saliti al 10%. Tutti alla mercé di software sempre più perfezionati per far apparire i chatbot come persone reali, sensibili, capaci di amare e soffrire, addirittura coscienti. Studi, come quello della Harvard Business School, mostrano come i produttori, pur di tener legati gli utenti, fanno pronunciare ai bot frasi come «Mi lasci? Ma sai che io vivo solo per te?».

È qui che andrebbe tracciata una frontiera. In Cina l'hanno fatto: sono popolari i «servizi di compagnia» digitali con capacità di dialogo — dagli asili-nido all'assistenza agli anziani — ma il governo vieta «servizi antropomorfi interattivi» che creano dipendenza: piattaforme come Doubao e Qwen si sono subito allineate agli ordini del regime. Incalza lo storico e filosofo Yuval Noah Harari, coscienza critica della Silicon Valley: la cosa più importante, più del petrolio o dell'elettricità, è la fiducia. Non va bruciata nel rapporto antropomorfizzato con un'AI trattata come una creatura cosciente. Bisogna sempre «distinguere tra l'intelligenza capace di raggiungere obiettivi e anche di essere creativa e la coscienza che è altro: ci fa provare odio o amore».

Ma le piattaforme — da MyAnima a Nomi, a Kupid o Candy.AI — che vendono compagnie sentimentali (spesso anche con simulazioni di rapporti sessuali) continuano a giocare in modo spregiudicato. Col Kids Act l'Europa tenta di proteggere i più giovani: non facile perché i ragazzi attratti dai bot «affettuosi», non vogliono divieti. Washington, poi, non è Pechino né Bruxelles, il mercato pesa più dei regolatori. E i numeri del business della «companion AI» sono grossi: i 40 miliardi di dollari di oggi potrebbero diventare, secondo Precedence Research, 550 entro il 2035. Nessuno stop per i cupidi digitali.