

Denaro, tempo e valore nell'era dell'Intelligenza artificiale

Money, time and value in the age of Ai

Riccardo Manzotti, Iulm

Keywords

Denaro, Intelligenza artificiale, valore

Jel codes

E20, E30, O33

Il denaro è letteralmente fatto di tempo e incarna una promessa basata sulla fiducia. Come l'informazione non ha significato, così il denaro non ha valore, ma lo realizza quando offre l'occasione per esercitare la volontà degli esseri umani. Il denaro è potenza (o *Dynamis*), la vita è atto (o *Energheia*). Con l'arrivo dell'Intelligenza artificiale che genera contenuto senza valore e senza volontà, l'economia si trasforma. L'ia invade il paesaggio delle azioni possibili e mette in discussione la promessa che sta al cuore del sistema economico e finanziario. È una sfida cui si può rispondere soltanto esercitando la capacità umana di affrontare l'assurdo, cioè creando nuovi domini non compresi in ciò che è già noto e capaci di aprire la via a dimensioni oggi incommensurabili.

*Money is literally made of time and embodies a promise based on trust. Just as information has no meaning, so money has no value, but it realizes it when it offers the opportunity to exercise the will of human beings. Money is power (or *Dynamis*), life is act (or *Energheia*). With the arrival of Artificial Intelligence that generates content without value and without will, the economy is transformed. Ai invades the landscape of possible actions and calls into question the promise that lies at the heart of the economic and financial system. It is a challenge that can only be answered by exercising the human capacity to face the absurd, that is, by creating new domains that are not included in what is already known and capable of opening the way to dimensions that are immeasurable today.*

Il tempo. Che cosa è il denaro? Ribaltando il famoso detto capitalista così gustosamente pronunciato dall'alterego barsiano del grande capitalista Rockfeller, ovvero Paperon de' Paperoni, il denaro è tempo o, in modo analogo, il denaro è credito, cioè fiducia nel futuro e quindi, ancora una volta, tempo. Ma che cosa è il tempo? Il tempo è esistenza e l'esistenza è vita che ha valore. La vita senza valore non ha futuro e non ha tempo, è un semplice scorrere nudo di istanti arbitrariamente collocati. La vita senza valore è quello che Luigi Einaudi chiamava vita lurida¹ e che filosofi come Carl Schmitt² e Giorgio Agamben³ hanno chiamato vita nuda: una sorta di sopravvivenza fine a se stessa che, pur consumando il tempo conduceva a quella dimensione di vuoto che il maggiordomo del Giardino dei ciliegi di Cechov esprime eternamente pronunciando le parole «è terribile giungere alla fine dei propri giorni senza avere vissuto».

Il valore. Il denaro non ha e non è valore, ma corrisponde a una forma fisica di tempo che incarna la premessa di riscatto di un valore futuro come parte dell'esistenza di qualcuno, promessa che richiede vari elementi; la fiducia (il credito), il tempo e il valore. Qui mi voglio concentrare soprattutto sugli ultimi due. Il denaro in sé non vale veramente nulla. Infatti sulle banconote si legge(va) quella curiosa espressione «pagabili a vista al portatore» che, tralasciando l'obsoleta convertibilità aurea, aveva proprio questo significato: il valore della moneta lo fa chi la accetta e non chi la emette. Il denaro è pagabile solo se, prima o poi e quindi nel tempo futuro, si traduce in valore.

L'arrivo. Da questo punto di vista c'è una profonda simmetria tra la mancanza di valore del denaro e la mancanza di significato dell'informazione. I bit non contengono il proprio significato più di quanto un pezzo di filigrana (o

¹ L. Firth, *Luigi Einaudi-Benedetto Croce. Carteggio (1902-1953)*, 1988, Fondazione Luigi Einaudi, Torino.

² C. Schmitt, *Dialogo sul potere*, 2005, Il nuovo Melangolo, Genova.

³ G. Agamben, *Homo sacer. Il potere sovrano e la nuda vita*, 1995, Einaudi, Torino.

un Bitcoin in una memoria) contenga il proprio valore. Il valore c'è all'inizio della banconota e alla fine del suo tragitto (si spera, ma non è sempre detto). In modo molto simile, il significato non è nell'informazione in transito su una rete, ma è all'inizio e alla fine del processo di comunicazione. Non a caso, Claude Shannon intitolò il testo fondamentale che ha generato la moderna era digitale «la teoria matematica della comunicazione» e non «della informazione»⁴. Il motivo è semplicissimo: i bit e i byte non descrivono unità di significato, ma unità di comunicazione tra sorgenti e ricevitori. L'informazione non descrive (come molti erroneamente credono) i pacchetti trasmessi, ma il numero di passaggi di questi pacchetti. Il significato non è nell'informazione trasmessa grazie al messaggio e quindi deve essere già presente nel ricevitore che lo selezionerà. Nel caso del denaro abbiamo esattamente la stessa forma. Il denaro non ha valore, ma lo deve trovare al suo arrivo. D'altronde, il valore del denaro non è fatto da chi lo emette, ma da chi lo accetta.

La comunicazione. Ogni euro, dollaro o yen è una unità di comunicazione tra un punto di valore nel passato e un punto di valore nel futuro. Il sistema finanziario è come il sistema delle telecomunicazioni (oggi digitali), ovvero fornisce l'infrastruttura perché questo trasferimento sia quanto più veloce, affidabile, globale possibile (proprio come internet e le reti di telecomunicazioni). È davanti agli occhi di tutti come i due sistemi stanno sempre più rapidamente convergendo e sovrapponendosi. Infatti fanno la stessa cosa. Cellulari e carte di credito stanno rapidamente diventando la stessa cosa.

Il futuro e la memoria. La cosa straordinaria del denaro è che trasferisce valore dal presente al futuro e, così facendo, può prenderlo in prestito dal futuro (concettualmente, a livello di fiducia, non ontologicamente, ma è sufficiente). Qui è evidente un'altra sorprendente analogia: tra la memoria e i depositi o conti bancari. Come la memoria (individuale o collettiva, neurale o nelle banche dati) è una forma di comunicazione lenta tra il presente o il passato e il futuro (in fondo un libro o un dato in un archivio sono una lettera spedita dall'autore a qualcuno nel futuro più o meno re-

moto), così un conto di deposito, un libretto di titoli, al limite una cassetta piena d'oro, sono strumenti per spedire valore dall'atto del deposito all'atto della riscossione. Ma la riscossione sarà tale solo se troverà un'altra esistenza dove questo valore potrà essere riscattato (o pagato al portatore).

Il messaggio ritrovato. Alla fine delle fini è brutale, ma vero, il detto secondo cui l'unico denaro non sprecato è il denaro goduto, come l'unico messaggio non perso è il messaggio che qualcuno trova e legge. Il denaro è una linea che unisce due punti, divisi nello spazio e nel tempo. Senza questi punti, la linea non esiste. Questi punti sono punti di valore nell'esistenza individuale.

Garantire l'attesa. Il sistema finanziario, a sua volta, non è inutile e, nel garantire la distribuzione ottimale di questo flusso di valore dal presente al futuro, questa gigantesca aspettativa fiduciosa di un ritorno di valore, crea valore, come il sistema delle telecomunicazioni e dell'informazione permettendo a tutti di accedere a tutto fornisce gli strumenti per raccogliere, elaborare e ridistribuire più significato e conoscenza di quanto non sarebbe possibile in isolamento. Idealmente, la finanza ottimizza l'economia, non in senso etico ma esecutivo. Questo è ovvio.

Che cos'è dunque una banconota? È una lettera spedita, tra un momento di valore nel passato e un momento di valore nel futuro. È chiaro che, mentre il valore nel presente è consumato nella sua traduzione in denaro, il valore futuro è solo una aspettativa.

Il valore è il cambiamento. Adesso che abbiamo chiarito che il denaro non è altro che una forma documentale di viaggio nel tempo, possiamo, anzi dobbiamo, chiederci che cosa è il valore? Il valore è esistenza; anzi è espressione del volere nell'esistenza. E l'esistenza, come colsero in modo contemporaneamente simile e diverso Heidegger⁵ e Bergson⁶ (e moltissimi altri) è tempo, o, se preferite, il tempo è esistenza, cioè divenire, cioè cambiamento.

Denaro, cambiamento e volontà. Quindi l'esistenza è cambiamento, ma non passivo, bensì attivo. L'esistenza è cambiare il mondo come vogliamo; cioè è potere. È potere di essere quello che vogliamo. Quindi è volontà, Streben faustiano, conato spinoziano, sia pure posposto nel tempo.

⁴ C.E. Shannon, W. Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, 1949, University of Illinois Press, Urbana.

⁵ M. Heidegger, *Il concetto di tempo*, 1924, Adelphi, Milano.

⁶ H. Bergson, *Materia e memoria*, 1996/1959, Laterza, Bari.

Se l'atto volontario si consuma nel momento, il denaro propone la sua attualizzazione nella speranza di trovare il momento più propizio, e così massimizzarne l'efficienza. La banconota è una forma documentale di potere, e quindi di volontà. La società parcellizza la volontà individuale in forme di denaro e poi la distribuisce nella società in forme a vischiosità più o meno elevata (dagli immobili ai mobili, dai depositi alle liquidazioni) in modo da permettere che trovi il punto perfetto dove tradursi in atto. Metaforicamente potremmo dire che ogni banconota (digitale o cartacea) è una copula posposta, un «cogito» interrotto. La banconota non è nulla, ma può diventare tutto. D'altronde Aristotele disse dell'anima che è «in potenza tutte le cose»⁷. Il denaro non è forse la stessa cosa? Potenza mai in atto? Attualità nel suo essere pura potenza? Sempre pronto a diventare tutto, ma a prezzo di scongelare quell'eterna attesa che ne rimanda il godimento?

Risparmio e attesa di godimento. E, in effetti, è ben noto quel rapporto complicato che nell'etica capitalista lega il risparmio (sublimazione e rinuncia al godimento, come nel *Tristan und Isolde* di Wagner) al suo riscatto⁸. Da un lato è solo la possibilità futura di un godimento di un risparmio che ne giustifica il valore. Dall'altro lato il godimento terminerebbe l'esistenza del risparmio. È evidente come il linguaggio stesso utilizzi, nella descrizione degli strumenti finanziari, termini che trovano la loro radici proprio nell'esistenza e nella struttura materiale della realtà (godere, consumare, liquidare).

La cannuccia. Il valore è poter realizzare quello che vogliamo e che vogliamo perché abbiamo scelto di volerlo. Il denaro non è altro che un meccanismo per spostare questa realizzazione da uomo o uomo, da vita a vita, da esistenza e esistenza, attraverso lo spazio e il tempo. Non è l'acqua, ma la cannuccia. Però ci deve essere sempre qualcuno che beve. Il valore deve trovarsi alla fine della catena. Ci sono persone che depositano e persone che riscattano. Le prime sono gli emittenti e i secondi sono i ricevitori. In mezzo non c'è nulla ed è il vuoto che sta al cuore della finanza in quanto tale.

Scambiare i mezzi per i fini. Il denaro, che non a caso

è stato onorato dell'epiteto non lusinghiero di sterco del diavolo soprattutto in riferimento a questa sua vocazione di canale di trasmissione del valore, ha un grosso rischio: sostituire alla realtà la sua forma, scambiare i mezzi con i fini, prendere lucciole per lanterne. Per l'eterogeneità dei fini, il denaro, idra tentacolare di cui non si scorge l'origine e la fine, può diventare il vero obiettivo dell'agire umano. È il destino sempre in agguato per il sopraccitato Paperone se non fosse che, come si scopre in molte storie insieme alla sua fiamma Doretta Doremì (indimenticabile *Il prigioniero del fosso dell'agonia bianca*), è un paperone dal cuore d'oro⁸. Il denaro è un puntatore e non un bersaglio. Quando diventa un bersaglio è male perché diventa un sistema formale che soffoca il principio che doveva servire. Come le mappe dell'imperatore di Borges, che finirono con il coprire il territorio dell'impero, così il livello finanziario può gonfiarsi fino a sostituirsi alle sue radici esistenziali, soffocando la vita sottostante.

La finanza e la realtà. La sfera finanziaria, al pari della infosfera, non è un vero ambiente, perché per essere tale deve fare riferimento a un ancoraggio con la realtà. L'ambiente digitale è solo una rete causale all'interno del quale si strutturano momenti di esistenza. L'infosfera (o il sistema finanziario), non contiene nulla, non è né un contenitore né una sfera di appartenenza. È solo un modo per riferirci all'accresciuto grado di connettività della realtà. Prima dello sviluppo digitale del sistema finanziario, le transazioni erano locali e prossime ai poli di consumo e produzione. Il denaro si muoveva per tragitti relativamente brevi e facili da concepire, spesso utilizzando del circolante che era comunque reale (oro, argento). Dal momento delle note di cambio tutto è cambiato e la sua smaterializzazione a livello globale ne ha moltiplicato il potere. Se una baia nel Settecento poteva essere buona solo per la nave che vi attraccava, nel secondo millennio la stessa insenatura marittima ha moltiplicato i propri poteri causali e, grazie a Tik Tok, Tinder, Facebook, può essere mille cose insieme (luogo di vacanza, di corteggiamento, di status sociale, elemento di sfondo per una Ia, ecc.).

L'illusione del virtuale. Il tentativo di costruire valore

⁷ Aristotele, *L'anima*, 2001, Bompiani, Milano.

⁸ M. Weber, *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*, 1970, Sansoni, Firenze.

virtuale – metaversi, bitcoin o altro – è analogo a cercare di dare autonomia alla finanza privandola della sua radice economica. Si può fare per un breve periodo, può dare a tutti l'illusione di uno schema Ponzi che renderà tutti ricchi senza lavorare, ma in realtà quello che sta facendo è drenare ricchezza da molti verso pochi. Alla lunga non funziona. Non si può mentire a tutti per sempre.

Il valore dell'esistenza. Rimane la domanda di fondo: se il denaro è una forma certificata di trasferimento nel tempo di quote di valore da un momento di esistenza all'altro, che cosa dà valore all'esistenza? Nel punto di esistenza, nell'*hic et nunc*, nel Dasein, che cosa ha valore? È stato scritto che la felicità è quello stato che non si vorrebbe cambiare, come il bene è ciò che non si vuole perdere. La felicità è la voce del valore, ma questa è una definizione circolare che però ci può aiutare. La felicità è la realizzazione di ciò che si è; è l'unità di mezzi e di fini; è, per quanto possibile, l'identità di esistenza e volontà. Per esempio, una coppia è felice quando i due amanti cessano di usarsi uno per la realizzazione dei fini dell'altro e scoprono che perseguono una unità che non è altro che la loro esistenza. Una comunità, una impresa, un attore politico sono felici quando non sono più solo strumenti di interessi particolari, ma diventano fine in se stesso. Non è detto che debba avvenire, ma se non avviene si tratta solo di aggregati strumentali⁹. A volte questi aggregati cercano un simbolo, un luogo, un marchio che svolga il ruolo di centro di gravità¹⁰. Quindi, il valore è ciò che favorisce l'esistenza di ciò che si è e, in questo senso, è ovviamente alla radice di nozioni simili, quali l'utile e il prezioso. Per stabilire che cosa ha valore, bisogna capire che cosa si è. Chi non sa chi o cosa è, non sa che cosa ha veramente valore e si lascia vivere. Come il già citato maggiordomo di Cechov non sceglie, ma accetta di essere trascinato passivamente. Il denaro, infatti, è un modo per imporre il potere, ovvero la decisione su cosa sia importante, ad altri¹¹ stabilendo di fatto quell'egemonia di cui parlò con chiarezza Antonio Gramsci¹².

L'ia e la generazione di contenuti. L'entrata in scena dell'Intelligenza artificiale impone di riprendere in mano questo panorama e di tornare alle origini dei termini, com-

pito che è la quintessenza stessa della riflessione filosofica: ritornare alla sorgente originaria dei termini del discorso. Dato che l'economia è fatta di strumenti, ma soprattutto di valore, e dato che quest'ultimo dipende tanto dai beni quanto dalle intenzioni, l'introduzione dell'ia non può che cambiare le regole del gioco e imporre il ripensamento dei punti di partenza che definiscono l'orizzonte del possibile. In sintesi, l'ia è in grado di generare contenuti e di entrare a pieno diritto in quel livello produttivo medio dove è sufficiente esplorare iterativamente combinazioni all'interno di uno spazio dimensionale già definito; per esempio, la musica commerciale, le serie televisive, la pornografia, i blockbuster cinematografici. Il genere – lo spazio dimensionale – detta le regole all'interno dei quali il pubblico consuma ripetitivamente lo stesso prodotto più e più volte. La ripetitività del consumo è un sintomo di quella mancanza di libertà, e quindi di egemonia culturale di fatto, cui facevo riferimento prima.

Le ia Generative accentuano questo fenomeno proprio perché sono in grado di muoversi con grande efficienza all'interno di uno spazio chiuso di possibilità (chiuso ma illimitato nelle sue infinite combinazioni). Anche se non sono brave a inventare un nuovo gioco degli scacchi, all'interno delle regole esistenti sono molto migliori degli esseri umani. Nel momento in cui le ia sono in grado di esplorare tutti gli spazi liberi all'interno delle regole esistenti, molte attività perderanno di valore perché, come abbiamo visto, il valore è legato alla volontà. Tutte le concezioni classiche del valore, perno di sistemi politico-economici, si basa sul presupposto che, in qualche punto della catena, l'economia incarni il valore e la finanza lo trasmetta. Il valore, l'abbiamo visto, è la cristallizzazione della volontà di realizzare se stessi.

Contenuti non mossi dalla volontà. Le intelligenze artificiali ribaltano il tavolo: generano contenuto ed entrano nel sistema economico senza essere esse stesse mosse dalla volontà e quindi dal valore¹³: golem incoscienti, ma di grande talento (*nomen omen*).

Da un lato, ci si interroga se il valore degli esseri umani si esprima all'interno della cornice concettuale esistente, oppure alla frontiera con quella parte di realtà che non è ancora parte del nostro mondo. È evidente che, in ogni epoca,

⁹ D. Rosa, *The Prisoner of White Agony Creek*, 2006, Inducks, New York.

¹⁰ E. Canetti, *Massa e potere*, 1960, Rizzoli, Milano.

¹¹ B. Chul Han, *Il potere*, 2020, Einaudi, Torino.

¹² A. Gramsci, *Quaderni del carcere*, ediz. critica, 1977, Einaudi, Torino.

¹³ N. Wiener, *God and Golem, Inc. A Comment on Certain Points where Cybernetics Impinges on Religion*, 1963, Mit Press, Cambridge (Mass), pp. ix, 99.

sia il sistema educativo che l'establishment culturale (altro nomen omen), tendono ad avere una visione deformata che privilegia la conservazione del già noto, come il Don Ferrante di manzoniana memoria, perché «non si può spiegare quanto sia grande l'autorità d'un dotto di professione, allorché vuol dimostrare agli altri le cose di cui sono già persuasi». Lo storicismo culturale che ha caratterizzato il bel paese ne è un esempio classico.

L'unica strada è la frontiera o la sorgente. Ma l'Intelligenza artificiale Generativa ha privato di ogni valore questo livello: ha letto e collegato tutto ciò che è stato scritto. Come nel gioco degli scacchi, è più brava lei. Quindi, l'unica strada è la frontiera o la sorgente, entrambe metafore che suggeriscono di cercare il valore non all'interno del recinto della conoscenza, ma al confine esterno di essa. Non abbiamo timore, l'oceano dell'ignoto che ci circonda è sicuramente più ampio dello stagno di quello che oggi ci pare essere la totalità della conoscenza. È da questo oceano che gli esseri umani devono pescare affrontando i rischi che comporta la navigazione in mare aperto, lontani dalle mappe e dalle rotte conosciute.

L'Intelligenza artificiale modifica il sistema all'interno del quale tempo, volontà ed esistenza si esprimono. Conseguentemente anche il piano su cui si muovono valore e denaro si sta inclinando (anche se non è detto che segua il destino del pavimento della sala da ballo del Titanic).

Consumatori artificiali? Vi è inoltre un'altra possibilità, non ancora in atto, ma già oggetto di discussione e ricerca: la creazione di consumatori artificiali¹⁴. Perché non creare la capaci non solo di produrre, ma anche di consumare? Da un punto di vista tecnico e formale sarebbe già possibile e potrebbe comportare effetti moltiplicativi sui parametri globali dell'economia e della finanza. Ma sono due i motivi che ancora frenano questo inquietante sviluppo. Primo, l'esistenza di consumatori artificiali, pur espandendo il Pil, porrebbe rischi di sostenibilità e di uso delle risorse eticamente discutibili. Secondo, la nozione di consumo è, ovviamente, legata alla nozione di scelta e di esistenza. Può esistere un consumatore che non sia considerato, a tutti gli effetti, un soggetto capace di volontà e di scelta? Ancora una

volta ci troviamo a intrecciare i termini chiave: esistenza, volontà, valore. Può l'Intelligenza artificiale avere una volontà? E può quindi esistere come agente capace di dare valore al mondo e non solo generare contenuti?

Scegliere il criterio. Per rispondere alla domanda se le sono capaci di creare valore oltre che di generare contenuto (cui possono anticipare una risposta negativa), vorrei sottolineare le differenze tra il portare a termine un processo computazionale e il prendere una scelta¹⁵. Nel primo caso, a parità di informazioni e di criteri, non vi sono motivi per avere esiti diversi, anzi, ogni variazione da un esito ottimale non è tendenzialmente un errore indesiderato. Nel secondo caso, cioè la scelta, non importa quanta informazione è disponibile, vi è sempre un residuo irriducibile che non può essere ricondotto a un esito necessario. Faccio un esempio banale. Dovete andare in automobile da Genova a Perugia. Attivate il navigatore e seguite il percorso suggerito. Se il navigatore dispone di tutte le informazioni rilevanti (strade, traffico, lavori in corso) ed è stato correttamente programmato, vi sarà un unico percorso ottimo. Ma si trascura un fatto banale: il percorso è ottimo relativamente al criterio scelto magari inconsapevolmente. Infatti, volevate la strada più breve? Più corta? Più economica? Più ecologica? Lo avete scelto (o avete subito la scelta contenuta nelle impostazioni). Sulla base di quale criterio avete scelto il criterio? Ecco, in sintesi, la scelta riguarda il criterio, mentre un processo computazionale è sempre l'applicazione di un criterio.

Libertà, volontà e valore. La libertà, che è la condizione per la volontà (e quindi del valore), può avvenire solo prima della scelta del criterio. Ex post non c'è più alcun spazio. La libertà e il valore sono prima, mai dopo. Alle simmetrie tra le coppie denaro/valore e informazione/significato, possiamo aggiungere la coppia computazione e scelta. La computazione è vuota di valore, limitandosi a rendere esplicito o applicare una scelta di valore (un criterio), mentre la scelta è sempre legata al valore perché opziona l'esistenza, introduce una differenza non riducibile. È chiaro, ma non si può approfondire qui che la scelta, proprio perché incommensurabile e non contenuta nell'informazione a disposizione, è costitutiva dell'esistenza di chi decide.

¹⁴ R. Manzotti, «I Shop Therefore I Am: The Artificial Consumer», in *Journal of Artificial Intelligence and Consciousness*, 2022, 9(3), pp. 1-22.

¹⁵ R. Manzotti, S. Rossi, *Io & la. Mente, cervello & Gpt*, 2023, Rubbettino, Soveria Mannelli.

La scelta, non l'applicazione delle regole. È l'esercizio della scelta, e quindi l'esercizio di un potere, che ci fa esistere. Sono le scelte che ci costituiscono e non l'applicazione delle regole. A meno che, come Adolf Eichmann, il funzionario nazista descritto nella *Banalità del Male* da Hannah Arendt¹⁶, non abdichiamo alla nostra libertà decidendo di rinunciare all'esercizio della volontà in nome delle regole. Se può sembrare metafisicamente troppo vertiginoso questo continuo tornare indietro alle origini del nostro agire, si rifletta sul fatto che, alla fine, tutto il sistema economico si fonda su questa premessa, ovvero che esiste una autentica e insopprimibile fonte della scelta, il cui soddisfacimento è il marchio e fonte del valore e del significato, che poi si articola meccanicamente in denaro e informazione, finanza e telecomunicazioni, computazione e Intelligenza artificiale.

La scelta libera per creare valore: il salto nel vuoto.

La scelta libera, quindi, non è un problema filosofico, ma la condizione necessaria per potere creare valore. Questo si vede anche nella storia dell'arte: tutte le grandi opere portano con sé un nuovo criterio estetico (ovvero di valore). Il primo quadro cubista, il violino di George Braque, sarebbe stato un pessimo quadro per tutti i movimenti pittorici precedenti. E lo stesso si può dire per tutti i capolavori. Non erano solo un'opera, erano una scelta estetica (libera). In un bel libro, uno dei fondatori di Paypal, Peter Thiel ha sottolineato molto bene questa caratteristica della scelta e il suo ruolo nell'innovazione e nella cultura di impresa¹⁷. Secondo Thiel, la domanda giusta da porsi è «qual è l'impresa di valore che nessuno sta creando?» e, ovviamente, non la troverete guardando in giro o studiando quanto già fatto. Quindi, come nel titolo del suo libro, il valore si crea passando da 0 a 1 e non procedendo da 1 a 1.000. Quel passaggio dal nulla a qualcosa, non è la generazione di contenuti così efficientemente realizzata dall'Intelligenza artificiale, ma è il salto nel vuoto che, per secoli, i filosofi hanno cercato di descrivere. Insomma, facendo le debite differenze, tra potenza/atto di Aristotele, essere e nulla di Sartre e da zero a uno di Thiel ci sono sorprendenti somiglianze.

In che cosa consiste questo salto nel vuoto? È la capacità di concepire qualcosa che, pur non essendo sbagliato, non è nemmeno giusto rispetto a quanto noto fino a quel momento. Se confrontassimo il già citato violino di Braque con i violini fiamminghi, troveremmo che è «sbagliato», ma chiaramente non lo è, perché ogni atto creativo dell'uomo porta con sé il proprio giudizio, il proprio valore, cioè una scintilla della volontà di esistere che non è mai ridicibile a calcolo geometrico.

Obbligati a proporre il nuovo. Denaro, scelta, consumo, decisione, beni commerciali, contenuti, banconote, informazione e significato non sono che altrettanti tagli di una realtà dinamica in continua evoluzione; queste sezioni che non sono oggetti autonomi, come molti credono ingenuamente, ma segmenti di un processo globale di costituzione della realtà di cui noi, e sempre di più anche le Ia, sono componenti e non proprietari. In modo analogo, libertà, esistenza, scelta, valore, bene, male sono altrettante declinazioni della realtà. L'Intelligenza artificiale, invadendo il dominio dei sistemi simbolici esistenti (linguaggio, immagini e suoni), svuota di valore la generazioni di contenuti e incoraggia gli esseri umani a proporre nuove dimensioni, nuovi spazi, nuovi ambiti che diano voce all'incommensurabile. Può sembrare difficile. È vero. Anzi, è molto difficile, ma è anche ciò che ci fa esistere e non essere semplicemente sagome cartonate di noi stessi. Il Cristoforo Colombo di Francesco Guccini salpa oltre l'orizzonte di Palos perché l'Assurdo lo sfida per spingerlo a essere fiero di lui. L'Intel-ligenza artificiale gioca il ruolo dell'Assurdo e ci obbliga a rimetterci in discussione. Abbiamo il diritto a conquistare il valore dell'esistenza, ma non siamo sicuri dell'esito. L'Ia ci sfida. Se non accettiamo la sfida, abbiamo già perso. Per troppo tempo, il nostro antropocentrismo ci ha cullati nella presunzione di essere il centro dell'universo. Dobbiamo ri-metterci in marcia. ■

¹⁶ H. Arendt, *La banalità del male*, 1963, Feltrinelli, Milano.

¹⁷ P. Thiel, *Zero to One. Notes on Startups, or How to Build the Future*, 2014, Crown Business, New York.