

Usa, esce «County Highway» giornale (di carta) old stile

Nell'era in cui riceviamo notizie letteralmente 24 ore su 24 e tutti i giornali del mondo stanno investendo risorse nelle loro edizioni online e sul digitale, un editore statunitense è tornato indietro nel tempo lanciando un broadsheet esclusivamente cartaceo nello stile di un giornale del XIX secolo. Si chiama County Highway e risponde alla richiesta

dei lettori di avere storie e scritture approfondite, che hanno bisogno di tempo per essere assaporate. Non avrà un'edizione internet. Non parlerà di cosa avviene nel mondo, ma sarà concentrato principalmente sugli Usa, verrà pubblicato ogni due mesi e avrà un formato ispirato a Charles Dickens e ad altri autori di feuilletons del XIX secolo.



«Le persone leggono in modo diverso sulla pagina stampata rispetto a uno schermo» ha detto il direttore del giornale, David Samuels «La pagina

stampata è un'esperienza immersiva senza distrazioni costanti... È un'esperienza molto più arricchente e umana».

Gli articoli e gli argomenti trattati sono divertenti, altri sono scritti da persone seriamente incalzate o che credono che il mondo stia per finire; l'ambizione è che il progetto possa costruire un rapporto tra il lettore e gli argomenti trattati al pari di quello che Mark Twain, William Faulkner, Ralph Ellison e Tom Wolfe avevano quando scrivevano dell'America e degli americani. In un'epoca in cui l'informazione e la lettura vengono sorpassate dalla velocità di fruizione, rischiando di perdere per strada il vero cuore di una notizia,

di lasciare indietro l'esigenza di approfondire e studiare e rinunciare a prendersi un tempo astratto da qualsiasi altra attività per immergersi in un libro, il County Highway spaventa il tavolo. Il potenziale del giornale è stato riconosciuto dai negozi di libri e dischi negli Stati Uniti e in Canada, grazie ai quali gli obiettivi di abbonamento e di vendita del terzo anno sono stati raggiunti nelle prime tre settimane dall'uscita del primo numero... non male per un vecchio fossile.

I.P.

APOSTOLATO DIGITALE

condividere codici di salvezza

ANALISI/2 – IL POTERE DELLE AZIENDE PRIVATE NON È PIÙ SOLO ECONOMICO, MA SOCIALE

La democrazia perduta nella fabbrica

Una volta si diceva che la democrazia non potesse e non dovesse fermarsi ai cancelli delle fabbriche.

Anni di lotte e di battaglie hanno poi prodotto lo Statuto dei lavoratori del 1970, riconoscendo il diritto dei lavoratori alla democrazia e il dovere dell'impresa di accoglierla anche in fabbrica. Ma se la fabbrica è ormai ovunque e in nessun luogo e la società è diventata – come sosteniamo – una società-fabbrica dove ciascun individuo è forza-lavoro per il tecno-capitale – connesso/integrato tecnicamente, ma isolato e sconnesso socialmente e politicamente – come e dove esercitare la democrazia?

Se poi – sempre grazie al digitale (ma è un grazie ironico) – la fabbrica è dispersa quanto a lavoratori/forza-lavoro, ma è sempre più accentrata e autocratica come proprietà privata dei mezzi di produzione e di connessione (le piattaforme, i social, le filiere dell'Industria 4.0), centralizzata cioè in termini di organizzazione, comando e sorveglianza – che fare?

Il problema è duplice: (1) di democrazia nell'Industria 4.0, nelle piattaforme e nei social – e dove ormai ben sappiamo che anche gli imprenditori del digitale (pur osannati dai media come innovatori e visionari) odiano il sindacato e cercano in tutti i modi di impedire la sindacalizzazione dei loro dipendenti, il sindacato resistendo e lottando per estenderla; e soprattutto (2) di democratizzazione dei processi di innovazione tecnologica, perché non è accettabile che in democrazia vi sia un potere (le imprese, soprattutto hi-tech) non controllato e bilanciato da



un altro potere (soprattutto, dal demos) – e che anzi il potere politico sia colluso con queste imprese. Creandoci il paradosso per cui il demos decide almeno formalmente di infinite cose, ma non può mai decidere su ciò che invece e massimamente impatta sulla vita di ciascuno, appunto i processi di innovazione tecnologica. Decisi da imprenditori privati per profitto privato, imposti come dati di fatto immutabili (perché il mantra dice: l'innovazione non si può e non si deve fermare), attivando poi in ciascuno di noi (ancora via management, marketing e social) il bisogno di avere quella innovazione. Siamo cioè dentro a un gigantesco deficit di democrazia economica e tecnologica. Che ha una storia antica, ma che trova nella digitalizzazione la sua apoteosi.

Lo ricordava il grande sociologo Luciano Gallino, più di dieci anni fa: oggi «la grandissima maggioranza della popolazione è totalmente esclusa dalla formazione delle decisioni che ogni giorno si prendono» anche nei settori dell'economia e della tecnologia, «per l'azione di quel soggetto che si chiama grande impresa». Aggiungeva più recentemente Shoshana Zuboff: «Il

potere delle aziende private non è più solo economico, ma anche sociale [...] e non potrebbe esistere senza le tecnologie proprie del XXI secolo [...]. Non abbiamo votato queste aziende perché governassero. [Eppure] gli imperi privati della sorveglianza hanno di fatto compiuto un golpe epistémico e antidemocratico».

Quindi, assistiamo a una crescente tripla sparizione: della classe operaia come soggetto sociale e politico, anche se oggi è diventata dispersa e insieme di massa e interclassista – tutti siamo forza-lavoro nella società-fabbrica; della democrazia dai luoghi di lavoro e soprattutto dai processi di innovazione tecnologica (a cui nessuno pensa); della democrazia in sé, tra fake-news, hacker e social (acceleratori di egolatria/solipsismo, di rabbia e di cinismo, di desocializzazione neoliberale e soprattutto tecnologica), illusione di uno vale uno, fascismo, trumpismo, populismo digitale e anarcotecnocapitalismo, con l'IA/ChatGpt che produce un pensiero standardizzato – e quindi industriale (appunto, la fabbrica) – che offre sì infinite possibilità/illusioni di variazioni (come per la falsa personalizzazione delle merci), ma solo del già detto/pensato/narrato/prodotto.

E anche questo è un effetto della razionalità strumentale/calcolante-industriale su cui concentriamo la nostra critica. E che oltre a distruggere, per sua essenza accrescitiva (produrre e consumare e sfruttare sempre di più), la biosfera e l'uomo, sta distruggendo – per sua essenza antidemocratica (considerandola irrazionale secondo la propria razionalità strumentale/calcolante-industriale) – anche la democrazia e la libertà, nella società-fabbrica come nella vecchia fabbrica. E sempre di più.

Lelio DEMICHELIS
docente di Sociologia economica
Dipartimento di Economia,
Università degli studi dell'Insubria
(2.fine)



Oggetti Buoni
progettare tecnologie
per i valori umani.

AI – NUOVE FRONTIERE

Elon Musk presenta Grok nuova chatbox

Il 29 marzo 2023 Elon Musk (nella foto) firmava una richiesta di moratoria di 6 mesi sullo sviluppo dell'AI e recentemente ha presentato «Grok», versione X (già Twitter) di ChatGPT, ma non proprio. Considerando che per allenare un AI del genere servono dai 3 ai 6 mesi di calcolo per generare i modelli, dai 3 ai 6 mesi di raccolta dei dati per l'allenamento e dai 3 ai 6 mesi per la progettazione, «Grok» è in cantiere dall'acquisizione di Twitter e potrebbe rappresentarne anche la vera ragione. Un dataset linguistico da 44MLD di dollari può sembrare costoso, ma non così tanto perché farcito di Hashtags utilissimi per il topic-modelling, link esterni ed interni per la costruzione di reti GraphCNN ed immagini per allenamento di AI multimodale, il tutto in centinaia di lingue e dialetti, curato e costruito da miliardi di umani. Con questa mossa, prendono senso anche altre mosse: il cambio nome, che ha gettato un brand conosciuto da



miliardi di persone, ma che ha ridefinito ogni cosa rispetto al vecchio Twitter; la protezione avanzata verso lo scraping, da pubblico che era, l'attuale X è opaco per chi non possiede un account del Social Network; il rilassamento sulla moderazione umana.

Il fatto che X sia ora stimato tra i 10 ed i 15 MLD di USD, e che non sembri preoccupare più di tanto il signor Musk. 44MLD di USD è stato forse il prezzo per 1MLD di annotatori (utenti addestratori di AI) e i loro 10 anni di lavoro? 4 USD/anno a persona, non sembra una cifra così elevata se paragonata ai 2 USD/giorno che servono per pagare un annotatore in Africa.

Venendo alla parte interessante, cosa potrebbe saper fare «Grok» che le altre AI non sanno fare? Grazie al suo allenamento all'AI di Musk sa cosa piace alle persone, come si scrivono contenuti ad effetto, come si spostano gli interessi delle persone. Per ricapitolare, mentre si firmano lettere aperte e si producono comitati che stabiliscono micro e macro regolamenti, gli investimenti e le AI evolvono, insieme ai modelli di business ed alle capacità di questi sistemi. Elon Musk, nel bene o nel male, ha cambiato molti paradigmi ed ha già rivoluzionato il mercato dell'Auto e dello Spazio. Ci chiediamo soltanto se avvicinandoci al 2024 i «progettisti di comitati sull'AI», che magari sono anche utenti di X, abbiano chiaro che essi stessi siano degli addestratori di AI per alcuni attori e che «Grok» non è un «chatbot», ma più un «recommendation system» human curated, quasi un'arma o da considerarsi direttamente un sistema d'arma. Sta sorgendo il sole.

Nicola GRANDIS