

Top Secret

La Lega fa irritare gli alleati sulla Rai L'Aventino di Schlein preoccupa i dem

Le barricate del Carroccio contro la nomina di Agnes infastidiscono Forza Italia. Anche Fdl sbuffa per l'atteggiamento di Salvini. Sullo sfondo i moderati del Pd temono che Elly resti a mani vuote

■ Marco Antonellis

Ultime da viale Mazzini, vale a dire da mamma Rai. Stavolta l'irritazione è grande. Da parte di chi? Da parte di Forza Italia by Antonio Tajani (che continua e, anzi, rafforza la sua "competition" all'interno del centrodestra) nei confronti dell'alleato leghista. Il motivo? "Matteo Salvini sta tirando troppo la corda", dicono senza mezzi termini dallo stato maggiore del partito di casa Berlusconi. L'irritazione è enorme nei confronti della Lega di Salvini perché l'accordo sulla presidenza della Agnes era un accordo ormai preso mesi fa, sulla base di un equilibrio complessivo di tutte le nomine (non solo dentro la Rai ma anche fuori, ovvero riguardava anche altre aziende statali). Il fatto che la Lega, dopo aver ottenuto quello che voleva, adesso faccia storie sulla nomina della Agnes proprio non va giù a Forza Italia. Ma anche dalle parti del partito di Giorgia Meloni, Fratelli d'Italia, l'irritazione ormai è al livello di guardia. Perché Matteo Salvini non vuole solo la nomina di un direttore generale ma reclama anche il posto di Angelo Mellone al day time e quello di Paolo Corsini agli approfondimenti (dove vorrebbe far approdare Alibrandi). La situazione ovviamente sta irritando notevolmente anche Fratelli d'Italia, che vorrebbe chiudere al più presto la questione nomine.

Ma a viale Mazzini si attendono anche le decisioni dell'oppo-



sizione, soprattutto quelle del Pd: Elly Schlein resterà sull'Aventino? Continuerà a dire di no a Simona Agnes? Perché se continuerà su questa strada resterà a bocca asciutta in fatto di nomine. Non per niente tutta la parte più moderata del Pd è preoccupatissima dalla posizione assunta dalla leader e sono preoccupatissimi anche quelli, non pochi a dire il vero, che all'interno della Rai sono considerati in quota dem e che magari si erano già accordati da par loro per una riconferma. Tutta gente che invece potrebbe ritrovarsi improvvisamente senza strapuntino o galloni da direttore. E tutto per "colpa" dell'Aventino della Schlein.

Il capo della Cia vola in Bosnia. Non c'è solo la Russia nel mirino della potente agenzia di Intelligence americana. Anche l'Europa è sempre monitorata con la massima attenzione, paesi alleati e non. A quanto siamo in grado di rivelare, infatti, il direttore della CIA William Burns nei giorni scorsi era a Sarajevo per discutere della "preoccupante retorica e azioni secessioniste" del presidente filo-russo del governo dell'entità serba della Bosnia-Erzegovina. Come sempre più spesso accade, anche stavolta c'è di mezzo la Russia. La visita di Burns è un messaggio alla Serbia ma anche un pizzino inviato a Putin: gli Stati Uniti non tollereranno più le

intromissioni imposte da Mosca.

Grandi manovre nel gruppo Leonardo, dove da aprile 2023 il governo Meloni ha insediato Roberto Cingolani come Ceo. Cambio al vertice di Thales Alenia, la joint venture italo-francese leader nell'esplorazione spaziale partecipata dal colosso della difesa e dell'aerospazio. A quanto siamo in grado di anticipare, dal 2 settembre Massimo Comparini (attuale Ceo di Thales Alenia Italia) si insedierà come capo della divisione Spazio di Leonardo, mentre il 5 settembre verrà ufficializzata la sua nomina a presidente del Cda di Thales Alenia globale. La promozione arriverà mentre il top manager sarà alla Mostra di Venezia come protagonista del corto prodotto da The Skill "A un passo dalla Luna. Una leadership italiana ed europea" che racconta il ruolo italiano nelle missioni Exomars verso il Pianeta Rosso e Artemis verso la Luna. In Italia la space economy muove molti interessi: sono oltre 400 le aziende attive nel settore che, tra investimenti pubblici e fatturato delle società specializzate in tecnologie spaziali, sfiora i 3 miliardi di euro. Non basta: nel quinquennio 2023-2027 i finanziamenti statali supereranno i 7 miliardi di euro, consolidando la leadership italiana, già oggi in compagnia di giganti quali Usa, Cina, Russia, Francia, Germania, Corea, Giappone.

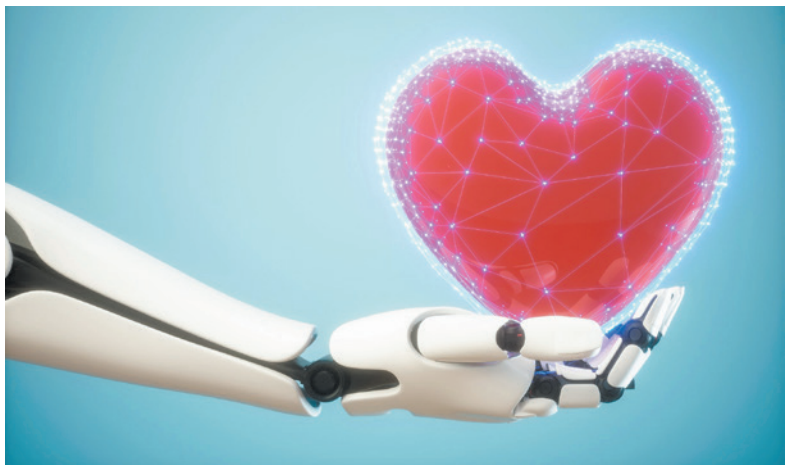
■ Ilaria Donatio

Negli Usa lo chiamano digital companion. In altre parole, qualcuno con cui parlare, avere una relazione, ma solo completamente digitale. Uno dei tanti progetti basati sull'Intelligenza Artificiale è quello di uno sviluppatore, Enias Cailliau, che ha ricreato una versione IA della propria fidanzata, Sacha, a disposizione 24 ore su 24 per conversazioni su Telegram. Lei gli manda memo vocali, messaggi e persino qualche selfie occasionale. Ma Sacha non è reale: è un clone della vera ragazza di Cailliau che ha chiamato il bot GirlfriendGPT e ora ha condiviso il suo codice online affinché chiunque possa creare anche le proprie fidanzate IA.

Il sexy storytelling è un altro tassello che arricchisce il ventaglio (virtuale) dei modi in cui si vive oggi la sessualità. Dipsea e Quinn sono le due piattaforme più note - made in USA - che, rispettivamente dal 2018 e dal 2019, continuano a offrire soprattutto a un pubblico, in prevalenza femminile, audio erotici capaci di solleticare qualsiasi fantasia in virtù di un vasto repertorio. La programmatrice russa Eugenia Kuyda ha voluto preservare la memoria dell'amico del cuore appena scomparso, inserendo i suoi messaggi di testo in un algoritmo che poi ha imparato il suo stile linguistico ed è stato in grado di risponderle come quando era in vita. L'azienda di Kuyda, Luka, ha lanciato Replika nel 2017: un'app di Intelligenza Artificiale messa in commercio con il claim, "il compagno IA che si prende cura di te". Con Replika - segnalata da diversi utenti per "molestie sessuali" - si può restare solo amici oppure, sbloccando l'abbonamento Premium, avere relazioni romantiche con sexting, flirt e gioco di ruolo erotico. Ha 10 milio-

Gli algoritmi dell'amore, la nuova frontiera di chi vuole fidanzarsi

**Le relazioni romantiche non dipenderanno più da scelte individuali
Sarà una macchina ad accoppiare le persone. Un futuro già presente**



ni di download su Android ed è tra le prime 50 app Apple per salute e fitness (dati 2023).

Il 70% dei giovani, dunque, preferisce al sesso il sexting: l'invio di messaggi, testi, video e/o immagini sessualmente espliciti, principalmente tramite cellulare e sul web. Tanto che, sempre di più, le prime esperienze si fanno attraverso le app di incontri. Ogni anno milioni di clienti speranzosi, giovani e meno giovani, utilizzano app di incontri alla ricerca dell'appuntamento perfetto. Ma, esattamente come gli algoritmi per il punteggio di affidabilità creditizia, anche gli algoritmi dell'amore sono tenuti gelosamente segreti. Fatta eccezione per la procedura di base utilizzata dai siti di incontri online di tutto il mondo

- Parship, EliteSingles e OK Cupid, i più noti - i clienti devono rispondere a un questionario sui valori in cui credono, gli interessi che nutrono e, in definitiva, sulla propria personalità. Le risposte, poi, sono trasformate in un profilo: e fin qui, tutto bene.

L'affare si complica in fase di abbinamento dei profili creati, in particolare nel calcolo delle probabilità che questi siano realmente affini. Come è intuibile, un profilo non è una persona: è un'autopresentazione in cui di rado si comunicano i propri interessi autentici. Per esempio alcuni siti di incontri chiedono quanto siano veritieri attributi come "sexy" e "diretto" e quanto lo siano "razionali", "presuntuosi" ed "egoisti". Che cosa risponderebbe un utente medio? Poche persone sono

sincere quando desiderano ardentemente l'incontro perfetto. E chi ammetterebbe mai di essere pantofole o privo di interessi?

"Hang the DJ", un episodio della serie TV britannica Black Mirror, ci proietta in un futuro in cui le relazioni romantiche non dipendono più da scelte individuali. In questo mondo è un algoritmo dell'amore ad accoppiare le persone: ogni relazione ha una data di scadenza, al sopraggiungere della quale i due diligentemente si separano. Dopo la separazione, l'algoritmo abbina ogni individuo a un nuovo partner fino alla successiva data di scadenza. Ma esiste una speranza in questo flusso ottimizzato ed efficiente di ricerca del partner. E la speranza è, spesso, una anomalia. La protagonista di questo episodio di Black Mirror è una coppia che si riprende in mano la propria vita: i due si innamorano e decidono, contro la volontà dell'algoritmo, di restare insieme. Quell'unica, romantica eccezione che avrà ispirato "T'amo" di Pablo Neruda, scritto dal poeta cileno nel 1959: "T'amo senza sapere come, né quando, né da dove / t'amo direttamente senza problemi né orgoglio / così ti amo perché non so amare altrimenti / che così, in questo modo in cui non sono e non sei / così vicino che la tua mano sul mio petto è mia / così vicino che si chiudono i tuoi occhi col mio sonno".

Woke Corner

LA HARLEY DAVIDSON È LA NUOVA VITTIMA DEL GO WOKE GO BROKE

■ Andrea Laudadio

In principio, l'inclusione era una questione di principio. Le aziende la promuovevano perché era la cosa giusta da fare, accontentando sia i dipendenti sia i consumatori. Era un'epoca di improvvisazione e buona volontà. Bei vecchi tempi!

Poi sono arrivate centinaia di ricerche. Harvard Business Review sosteneva che le aziende più diversificate registrassero un fatturato superiore del 19%. McKinsey e la London Business School confermavano margini significativamente più alti. Forbes aggiungeva che queste aziende avevano il 33% in più di probabilità di superare i competitor. Non fare inclusione sembrava una condanna a morte per le aziende.

L'inclusione è diventata cruciale per attrarre, motivare e mantenere i talenti in azienda. Nell'epoca del quiet quitting e delle "grandi dimissioni", con la penuria di personale, uno studio di Randstad informava che diversità e inclusione erano "importanti" per il 49% degli under 24. Da questione di principio, l'inclusione è diventata una delle principali questioni economiche. Sullo sfondo, la paura degli scivoloni aziendali sul tema e dei relativi effetti catastrofici sul mercato.

Nasce così quello che Carl Rhodes chiama "Capitalismo Woke", una pericolosa commistione tra economia e politica, guidata dalle multinazionali che sposano politiche progressiste per migliorare i risultati economici. Il marketing fa il resto e tutto diventa uno strombazzante virtue signaling (cioè la triste gara a dire quanto si è bravi nell'inclusione).

Ma la notizia è che non a tutti conviene. Con la polarizzazione sull'inclusione diventata un tema divisivo, i profitti profetizzati si sono ridotti. La paura di perdere clienti ha fatto fare retromarcia a diversi marchi negli USA.

Robby Starbuck è un attivista conservatore con circa un milione di follower che ha preso di mira Tractor Supply (utensili per l'agricoltura), John Deere (trattori), Jack Daniel's e, la scorsa settimana, Harley-Davidson. Lo slogan "go woke, go broke" fa paura alle aziende. Questo si capisce dal tono dei comunicati di resa della Harley e di Tractor Supply: azzeramento delle politiche di inclusione, cambio radicale di strategia. Mancavano solo le scuse e la colpa al solito social manager di turno.

Starbuck è furbo: sceglie aziende che traggono scarso vantaggio dall'inclusione e dalla parità di genere, con clienti prevalentemente maschi e conservatori, che facilmente smettono di acquistare se vedono un marchio troppo progressista. Con il suo storico di successi, può spaventare qualsiasi grande marchio, supportato anche dai retweet dell'immane Musk.

Un sondaggio del Washington Post mi consola: i repubblicani favorevoli alla diversity & inclusion sono il 34% (ma salgono al 49% se si spiega dettagliatamente la D&I nella domanda. Capito? Se la spieghi fa meno paura e guadagna consensi. Se diventa una bandiera invece non c'è speranza.

La soluzione è una sola: spiegare, spiegare e ancora spiegare. Accettare che faccia paura, non demordere e continuare a spiegare. Il vantaggio delle tempeste è che prima o poi finiscono.