

# Intelligenza Artificiale: opportunità o minaccia!

Risultati della ricerca

## Intelligenza Artificiale: un fenomeno pervasivo

L'intelligenza artificiale nel 2018 è onnipresente. Se ne sente parlare dappertutto: le novità e notizie sono all'ordine del giorno, proliferano convegni, libri, programmi divulgativi, esperti, start-up e associazioni.

Si sprecano previsioni mirabolanti: la società di ricerca Markets and Markets, ad esempio, stima che il mercato dell'IA crescerà da \$ 420 milioni nel 2014 a \$ 5,05 miliardi entro il 2020.

Sentiamo parlare di Intelligenza Artificiale in combinazione con i big data nel settore sanitario. Monitoraggio del cuore, monitor della salute ed algoritmi di elaborazione del segnale EEG sono già sul fronte della ricerca.

Sono stati compiuti importanti progressi nel campo delle auto a guida autonoma; la società autonoma di Google (Waymo) ha registrato 4 milioni di miglia di guida autonoma nel 2017.

Sempre Google nella sua convention 2018 ci ha fatto vedere i progressi fatti dal suo assistente virtuale Google Now, che dimora nei nostri telefoni mani nelle nostre case. La promessa è che possa svolgere attività per nostro conto, comunicando per conto nostro in autonomia ad altre persone: abbiamo visto (o meglio sentito) l'IA telefonare a un parrucchiere e a un ristorante per prenotare degli appuntamenti, gestendo il discorso come se fosse un essere umano. Google Now, Siri, Cortana e Alexa condividono tutti ruoli simili, permettendoci di vivere un passo avanti verso le nozioni futuristiche di avere assistenti virtuali AI che possono fare tutto ciò di cui abbiamo bisogno per un capriccio.

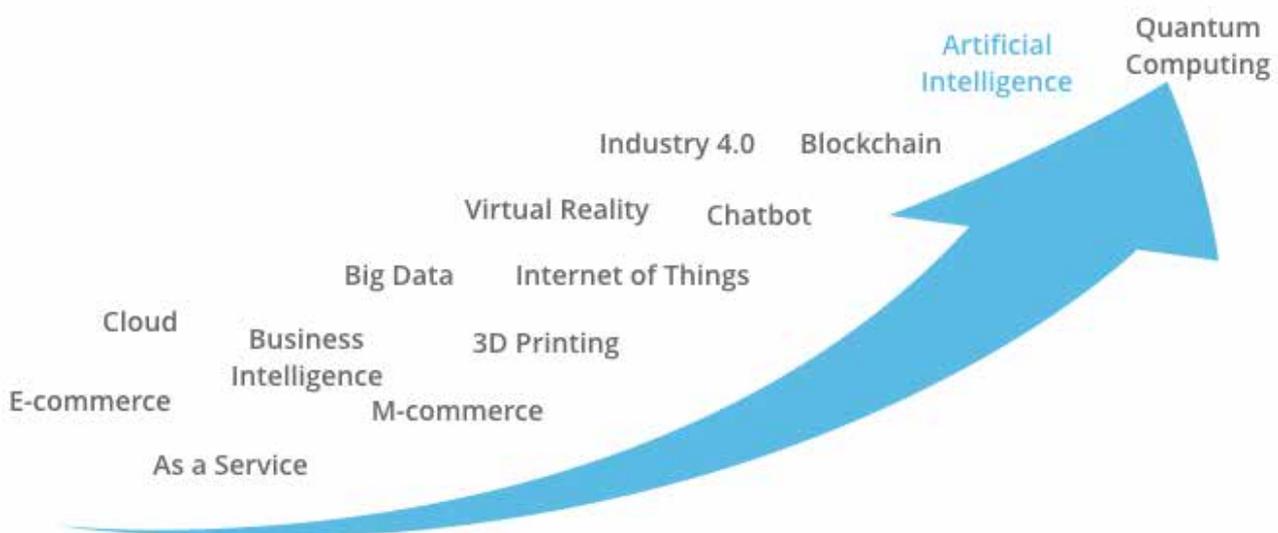


Figura 1: le "mode tecnologiche"

Insomma, l'Intelligenza Artificiale è la moda tecnologica del 2018 e, a differenza di altri fenomeni tecnologici del passato il sogno qui può essere già venduto dal Marketing.

È interessante come ad esempio il noto produttore di device tecnologici Huawei abbia puntato molto ad evidenziare che gli ultimi smartphone messi in commercio sfruttano meccanismi di Intelligenza Artificiale per la gestione del comparto fotografico; in questo caso l'IA è esattamente il punto centrale della comunicazione.

Anche alcuni produttori di automobili, tra cui Audi, lanciano suggestioni legate all'intelligenza artificiale legata alla guida autonoma. L'effetto al momento è più che siano interessati della tecnologia in ottica futura, piuttosto che per il presente.

Il fenomeno sembra avere raggiunto un pubblico talmente variegato che ormai abbraccia addirittura anche i giocattoli. Hot Wheels per esempio ha creato una pista per macchinine dove viene ricreata nel mondo fisico l'esperienza di un videogioco grazie all'intelligenza inserita nelle macchinine che possono essere guidate con un radiocomando con diversi livelli di assistenza del computer e simulando situazioni particolari di guida (e.g. la pista cosparsa di macchie di olio).



Figura 2: esempi di pubblicità che contengono riferimenti all'IA

Ma cosa si intende esattamente con Intelligenza Artificiale e perché sembra così pervasiva?

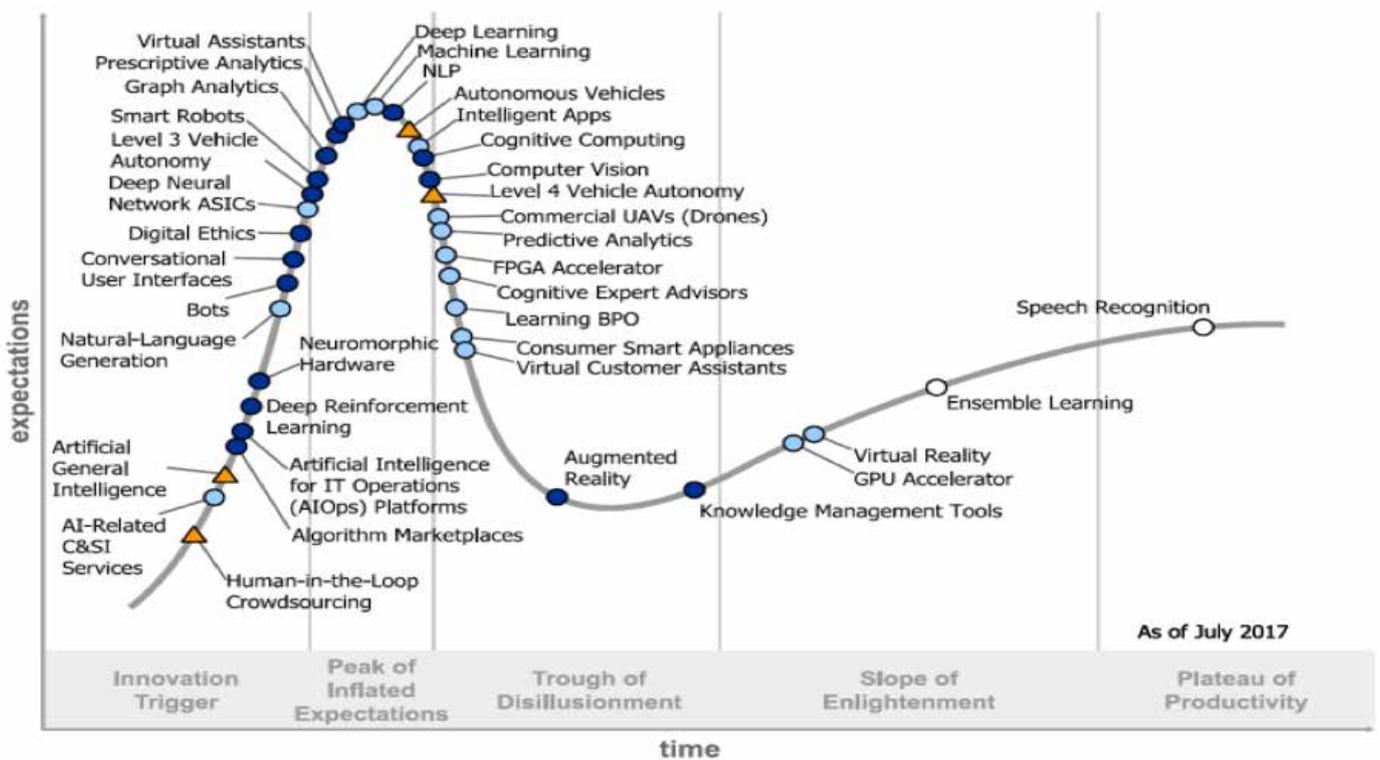


Figura 3: la curva di maturità di Gartner sull'intelligenza Artificiale

La curva di maturità di Gartner può aiutarci a rispondere alla domanda: l'Intelligenza Artificiale non è una tecnologia vera e propria, ma la somma di molteplici tecnologie in diversi stadi di sviluppo. Alcune tecnologie, come il riconoscimento vocale, sono già da anni sul mercato, per cui ci risultano familiari e di uso comune (basti pensare ai vari Google Now, Siri, Cortana e Alexa, che si fondano sul riconoscimento del linguaggio); altre, come le connessioni tra cervello umano e computer ancora ad uno stato embrionale.

Ci sono un gran numero di strumenti usati nell'intelligenza artificiale, comprese le versioni di ricerca e ottimizzazione matematica, logica, metodi basati sulla probabilità e sull'economia, e molti altri: da qui le infinite promesse e applicazioni in diversi campi.

L'Intelligenza Artificiale è un argomento che, come abbiamo visto, è molto sfaccettato e non di immediata comprensione e che quindi può prestarsi a esagerate semplificazioni o al contrario a essere percepito come qualcosa di lontano e impenetrabile. Susciterà interesse nell'uomo della strada o parliamo di un tema solo per amanti della tecnologia, esperti e marketing manager a caccia di nuove idee?

## La voce delle persone: cosa pensano, sperano e temono gli Italiani

Ci siamo chiesti quali siano le impressioni, le discussioni, paure e speranze degli Italiani in merito; per scoprirlo abbiamo quindi cercato di dare voce alle opinioni espresse pubblicamente, realizzando un osservatorio sui principali canali Social e fonti nella rete in Italia (i.e. Blog, Forum e siti di News).

### Le conversazioni: volumi, temi, fonti e autori

In sei mesi di monitoraggio (da inizio aprile a fine settembre), abbiamo raccolto più di **56.000 conversazioni** espresse da circa **20.000 utenti**.

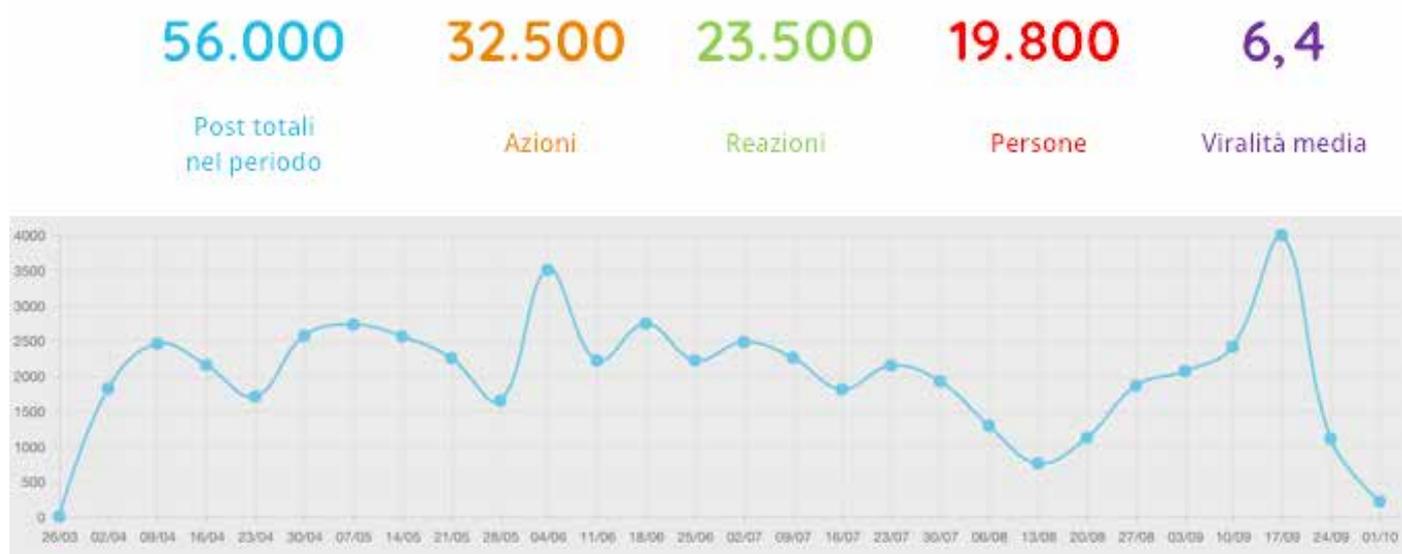


Figura 4: i volumi di conversazioni nei 6 mesi di analisi

Il 60% del traffico è composto da post "originali", il restante è dato dalla condivisione o dal commento dei primi; l'argomento è quindi indubbiamente dibattuto, anche se non troviamo una viralità elevatissima delle conversazioni in media.

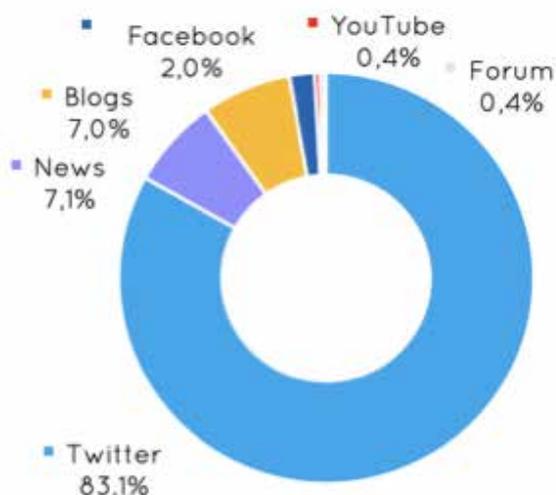


Figura 5: le fonti delle conversazioni

La maggior parte delle conversazioni (circa il 90%) ha avuto origine da Twitter e da siti di News: molta parte del dibattito è originato dalla stretta attualità e in alcuni casi si limita alla condivisione delle novità. Il restante 10% del traffico è in prevalenza originato da Blog e in misura minore da Facebook: questi canali si prestano molto bene invece ad analisi e commenti anche più ricchi sui temi.

Osservando ad alto livello i concetti legati alle conversazioni cominciano ad emergere gli elementi che saranno i driver dell'amore/odio di chi scrive; vi sono anche sorprese interessanti.

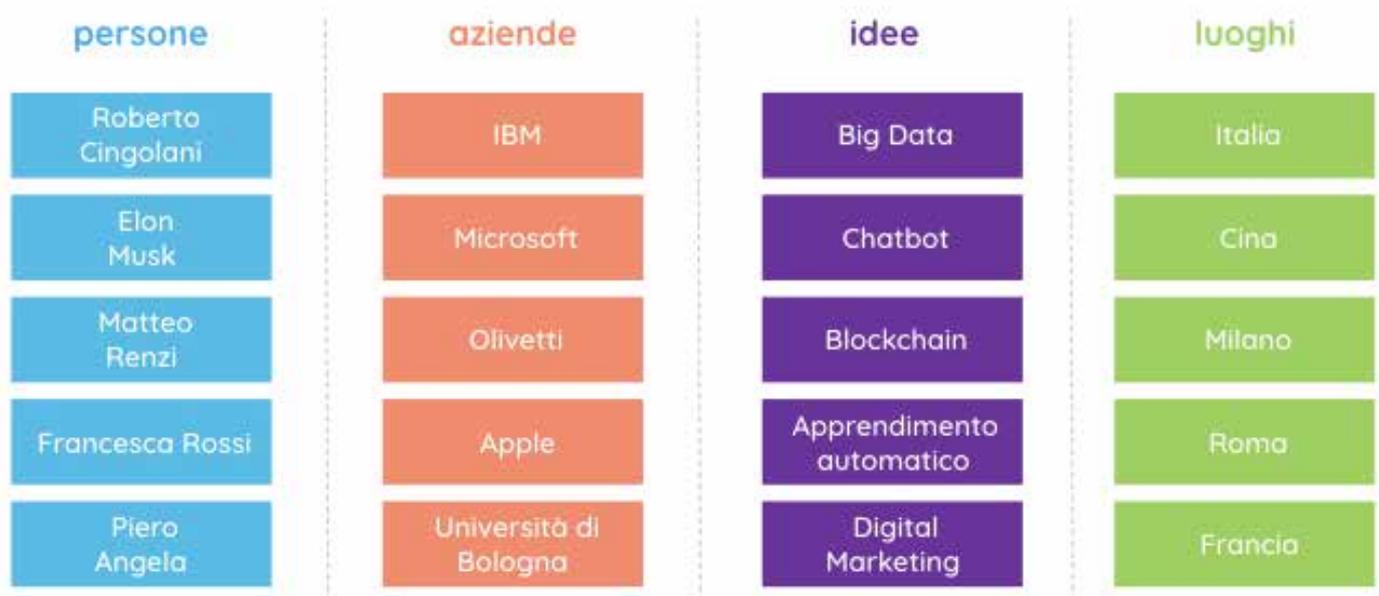


Figura 6: i principali concetti citati nelle conversazioni

Guardando alle **persone** citate all'interno delle discussioni troviamo scienziati, pensatori e divulgatori, ma anche un politico. Non è un caso, perché vedremo anche in seguito che la politica ha un forte impatto nella formazione delle opinioni sull'Intelligenza Artificiale, soprattutto per le connessioni con il tema del lavoro.

Tra le **aziende** citate, invece colpisce la citazione di Olivetti; non a proposito di ricerca, prodotti o servizi erogati dell'azienda stessa, ma anche in questo caso per lanciare riflessioni sul mondo del lavoro guardando all'esperienza del passato. L'Università di Bologna è invece citata per le numerose reazioni e condivisioni della notizia che nel 2022 ospiterà la più importante conferenza scientifica mondiale sul tema (la International Joint Conference on Artificial Intelligence e in contemporanea la European Conference on Artificial Intelligence).

Le **idee concettuali** attorno a cui si genera movimento sono in gran parte di tipo tecnologico, come elementi fondanti della stessa (i.e. apprendimento automatico, big data) o sue applicazioni concrete (i.e. ChatBot); è invece interessante trovare riferimenti e collegamenti ad altri fenomeni tecnologici "di moda" come la Blockchain e ad un ambito come il Digital Marketing, dove sono in atto già esperimenti e si attendono rapide evoluzioni in futuro.

I **luoghi** invece non presentano particolari sorprese: Milano e Roma sono citate relativamente a convegni e ad aziende che operano sul tema, la Francia e la Cina sono invece riferimenti con cui si confronta l'Italia in termini di politiche di ricerca e innovazione.

Scendendo più in dettaglio nell'analisi abbiamo voluto identificare gli **autori** che hanno **generato maggiori discussioni** o che hanno **maggior seguito** (e quindi possono essere considerati più influenti) nei canali su cui sono intervenuti.



Figura 7: i 10 autori più rilevanti

Possiamo identificare diverse categorie di autori, ognuna peculiare dal punto di vista della formazione delle opinioni e della creazione/ animazione del dibattito sui temi dell'Intelligenza Artificiale:

- **Giornalisti:** la trasmissione Report ha realizzato una trasmissione dedicata alla ricerca di "frontiera" sull'intelligenza artificiale, che ha generato molto dibattito, i giornalisti Riotta e Scandellari citano il tema rispetto a notizie di attualità;
- **Intrattenitori:** autori come Breaking Italy e Quei Due Sul Server 2 esplorano l'argomento per intrattenere i loro followers e per informare su aspetti più leggeri o di costume;
- **Esperti di tecnologia:** Franz Russo e Francesco Paolicelli sono esperti nell'ambito Digitale/ Tecnologico e spesso rilanciano e commentano notizie di attualità;
- **Professionisti/Aziende:** Tamara McLeary, CEO di un'azienda che opera nel mondo dei Social Media Marketing, è molto attiva su questo tipo di argomenti, fortemente connessi al suo lavoro. Google Italia invece ha comunicato nel corso dell'anno innovazioni nella sua gamma di prodotti dedicati alla "smart home" che si basano su assistenti vocali abilitati dall'intelligenza artificiale. Questo tipo di contenuti sono sicuramente di tipo più promozionale, ma capaci di generare commenti e discussioni.

Un caso particolare è rappresentato da **Beppe Grillo**: il suo Blog, tra i più seguiti in Italia, si è recentemente formalmente svincolato dal movimento politico 5 Stelle e ha modificato la linea editoriale andando a trattare sempre di più temi legati allo sviluppo della tecnologia e l'impatto di quest'ultima sulla vita attuale e futura.

Rispetto all'Intelligenza Artificiale è costante la presentazione di una tesi di fondo: quest'ultima tenderà a cambiare profondamente il mondo del lavoro, per cui si impongono riflessioni sul futuro del binomio uomo – lavoro.

## Le opinioni: opportunità o minaccia?

Esaminati quindi i concetti e gli autori che sono risultati più rilevanti nella formazione del dibattito, non ci resta che approfondire le vere e proprie **opinioni degli Italiani sul tema**.

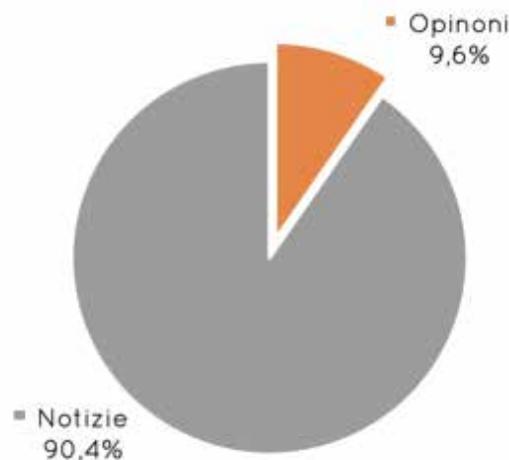


Figura 8: quota dei commenti sul traffico

L'analisi della composizione del traffico conferma quanto visto nella ripartizione delle fonti da cui sono originate le conversazioni: circa il **10% del traffico** è composto da veri e propri **commenti**, il restante traffico è invece legato alla diffusione e condivisione di novità e informazioni.

Ma cosa pensano gli Italiani dell'Intelligenza Artificiale? **Più della metà** dei commenti risulta essere **neutrale**; andando a misurare il **net sentiment** (i.e. la differenza tra i commenti positivi e quelli negativi) notiamo che il giudizio sia **tendenzialmente positivo** (+16%). Mediamente quindi chi discorre del tema ha delle aspettative ottimiste dei benefici che la tecnologia potrà apportare, ed esprime curiosità rispetto al futuro.

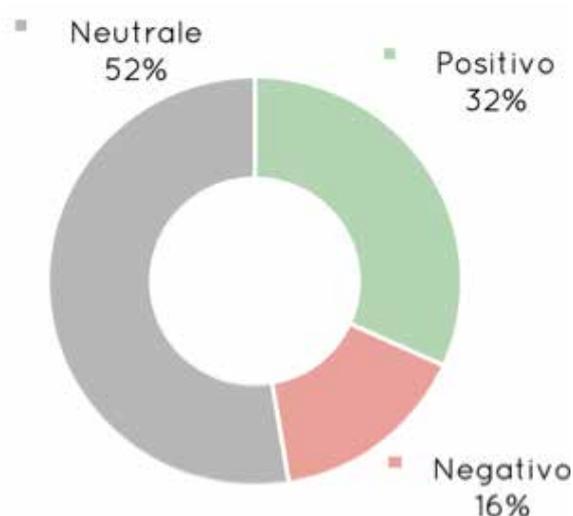


Figura 9: il sentiment dei commenti

Molte opinioni sono generiche o strettamente riferite alla tecnologia, quindi non consentono di ottenere ulteriori elementi significativi. Ci siamo concentrati quindi all'analisi di un sottoinsieme di ambiti di interesse, esplorati più in dettaglio per capire le aspettative, le domande e le paure concrete che suscita l'Intelligenza Artificiale:

- Lavoro
- Divertimento
- Etica
- Shopping
- Trasporti
- Salute

Come vedremo di seguito, nel dettaglio di ciascun approfondimento, le opinioni in questi ambiti presentano distribuzioni di positività e negatività molto diverse rispetto alla media generale.

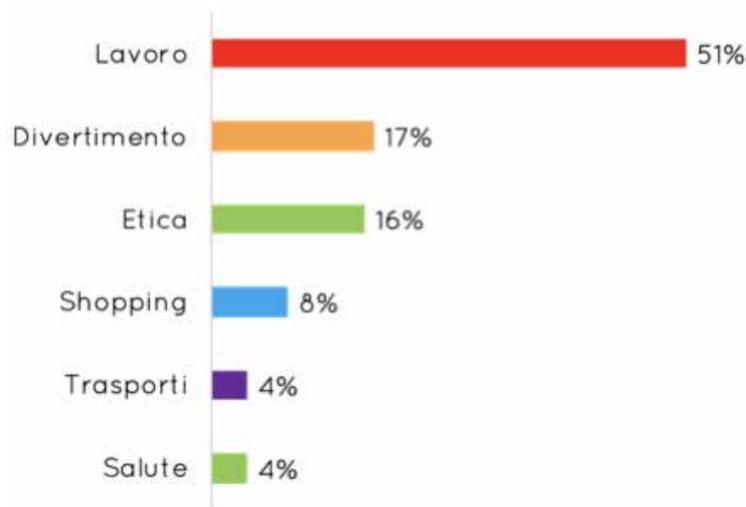


Figura 10: distribuzione dei commenti sugli ambiti approfonditi

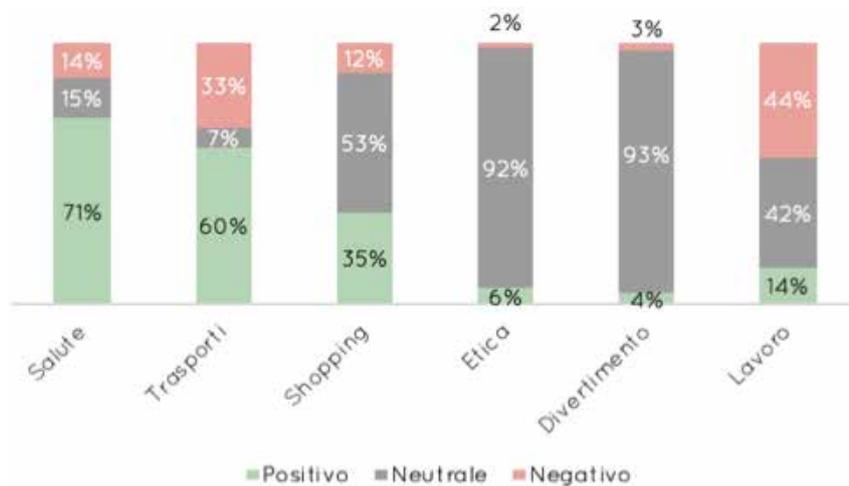


Figura 11: sentiment espresso sugli ambiti approfonditi

## Lavoro

Il lavoro è l'ambito che raccoglie la **maggior parte dei commenti** all'interno degli ambiti analizzati in dettaglio.

Il sentiment espresso in questo caso è in **larga parte negativo**: si evidenziano timori per i posti di lavoro, anche per professioni intellettuali, che saranno messi a rischio dall'intelligenza artificiale, unita alla robotica. Sono presenti anche molte discussioni rispetto alla necessità di un "reddito di cittadinanza" che possa compensare la perdita del lavoro. Le opinioni positive si focalizzano sul miglioramento della qualità lavoro (meno lavori pesanti e/o ripetitivi) e sulla nascita di nuove professionalità.

## Divertimento

All'interno dell'area del divertimento abbiamo raggruppato tutte le opinioni che riguardano l'applicazione dell'Intelligenza Artificiale a **passioni e tempo libero**, come fotografia, musica, sport.

Il **sentiment netto** espresso è **positivo**, ma è curioso notare che in questo caso le opinioni apertamente negative o positive sono molto poche rispetto al totale, segno che in questo ambito prevale ancora la curiosità di capire potenzialità e benefici delle applicazioni dell'intelligenza artificiale e ci sono meno certezze. I commenti più positivi riguardano il mondo della fotografia, con persone entusiaste delle potenzialità delle nuove macchine fotografiche (e smartphone), che consentirebbero di fare foto quasi professionali anche a non esperti; il contraltare negativo invece evidenzia che A.I. sembra ormai un mezzo di marketing per innalzare i prezzi di beni e servizi tecnologici.

## Etica

L'etica è un ambito di conversazioni molto interessante più concettuale, ma fortemente correlato ad altri ambiti più concreti approfonditi (ad esempio lavoro, salute, trasporti). Le discussioni su questo tema vertono sui limiti che si dovrebbe porre all'intelligenza artificiale, ai dilemmi che questa superi e renda "obsoleto" e inutile l'uomo ed ambiti, come quello bellico, dove l'applicazione dell'intelligenza artificiale potrebbe portare gravi minacce.

Anche in questo caso, come per il divertimento, le persone sembrano più interessate a **capire e formarsi un'opinione** rispetto ad aspetti percepiti come molto complessi. Non manca comunque chi esprime fiducia ed ottimismo (6%), pensando che l'uomo non verrà mai sorpassato, che la tecnologia possa avere grandi benefici se correttamente regolamentata e utilizzata; chi esprime invece avversione e paura (2%) pensa che sarebbe meglio abbandonare questo campo di sviluppo tecnologico prima che accadano catastrofi.

## Shopping

Alcune conversazioni prendono spunto da fatti di cronaca e notizie, come ad esempio il recente lancio del negozio fisico di Amazon completamente automatizzato o la recente e crescente disponibilità di assistenti vocali nelle case italiane, per riflettere sul **cambiamento dell'esperienza di acquisto**, sia fisica che digitale, resa possibile dall'intelligenza artificiale.

Sull'argomento prevale (35%) chi evidenzia la **comodità e libertà** data da questa nuova possibilità, su chi invece (12%) vede più l'aspetto negativo legato alla perdita di posti di lavoro nell'ambito della distribuzione.

## Trasporti

L'intelligenza artificiale promette di rendere possibile nell'arco di pochi anni un profondo **cambiamento della mobilità**, grazie a veicoli a guida autonoma (macchine e camion in primis, ma anche aerei e navi a tendere). I commenti espressi in quest'ambito non sono numerosissime, rispetto alle notizie vengono spesso lanciate sui mezzi di informazione, ma chi esprime un'opinione sembra farlo con più decisione e cognizione di causa: solo il 7% dei commenti è neutrale.

Gli **ottimisti** (60%) evidenziano tutti i **benefici** che potremo avere grazie all'innovazione tecnologica, soprattutto in ambito urbano: minore traffico, minore inquinamento, maggiore rapidità negli spostamenti e molte vite salvate dal diminuire di incidenti. I pessimisti (33%) invece esprimono diffidenza rispetto all'utilizzare dei mezzi totalmente automatici e, anche in questo caso, evidenziano l'aspetto della perdita di lavoro di tassisti, autisti e piloti.

## Salute

I miglioramenti nell'ambito della medicina, salute e del benessere personale potrebbero essere veramente radicali nel giro dei prossimi anni, grazie alle potenzialità offerte da intelligenza artificiale e robotica.

Anche in questo caso i commenti espressi non sono numerosissimi; probabilmente non viene percepita un'immediatezza di applicazione e il tema **non suscita grande dibattito**: la gran parte delle opinioni (71%) è di **fiducia e speranza** negli apporti benefici della tecnologia alla vita umana. I pochi commenti negativi (14%), sono anche in quest'ambito riferiti non tanto ai progressi della tecnologia, quanto alla ricaduta occupazionale negativa.

## Conclusioni

L'intelligenza Artificiale è un tema su cui nell'ultimo anno si sono sviluppate **numerose discussioni**. Al di là dell'appropriamento del tema che è stato fatto dagli uffici **marketing** di grandi aziende, come per molti fenomeni tecnologici di rilievo negli ultimi anni, solletica la **curiosità**, il **bisogno di informazione** e stimola discussioni e confronti.

Le **opinioni sono molto variegata**; d'altra parte, come ogni tecnologia, il risultato che si produce, dipende dall'uso che se ne fa. Può facilitare la comunicazione tra le persone, ma allo stesso tempo amplificare facilmente i discorsi di odio; aiuta gli operatori sanitari, ma può avere impatti sulla salute, aiuta le aziende a crescere e a generare profitti, ma crea allo stesso tempo un sacco di disoccupazione. L'Intelligenza Artificiale è **liquida, permea ogni ambito** e dà l'impressione di poter giocare un ruolo da protagonista ovunque.

Gli Italiani sembrano essere per lo più **ottimisti** al riguardo e a vedere il **bicchiere mezzo pieno**: i potenziali benefici che potremo ottenere in diversi ambiti del lavoro, del tempo libero, dei trasporti, della medicina e anche nel cambiare il modo di approcciarsi allo shopping. Non dimenticano tuttavia che **vi sono anche dei rischi** (soprattutto nel mondo del lavoro) e che è necessario regolare attentamente per evitare di trovarsi in futuro sopraffatti, non tanto fisicamente quanto intellettualmente dalle "macchine".

Al momento quindi ci sentiamo di dire che siamo in una **fase di speranza** che le **grandi promesse** odierne vengano mantenute nell'applicazione concreta alle nostre vite del domani.



Chorally è una startup innovativa, nata in Italia, ma con visione internazionale, che ha sviluppato una piattaforma dedicata alla gestione efficace del Customer Engagement sui canali digitali.

La piattaforma è in grado di raccogliere ed organizzare interazioni con clienti, fan e prospect da ogni touchpoint digitale - Social Media come Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn e YouTube Chat, e-mail, App - e mettere in grado un'azienda di gestirle nella maniera più rapida ed efficace possibile grazie al motore di intelligenza artificiale che sfrutta la sinergia tra umani, ChatBot e crowdsourcers.

Oltre al Customer Engagement la soluzione lavora anche in campo brand monitoring e social intelligence, grazie ad un modulo evoluto ed integrato che permette alle aziende di ascoltare, interagire, analizzare e creare report partendo dai dati online.

Chorally è una realtà nuova, ma già utilizzata da grandi brand italiani e stranieri nei settori Telco, Hi-tech, Automotive, Travel & Transportation, Fashion & Luxury e Retail Products

[www.chorally.com](http://www.chorally.com)

[write@chorally.com](mailto:write@chorally.com)



CMI Customer Management Insights è un sistema dedicato alla Customer Experience e alla Customer Centricity.

Dal 2012 CMI contribuisce a far crescere la cultura della relazione che pone al centro il cliente, mettendo a disposizione articoli di approfondimento, dibattito e informazione, organizzando eventi e proponendo formazione.

CMI è ideato, realizzato e coordinato dall'agenzia di design delle relazioni L'Ippocastano.

[www.cmimagazine.it](http://www.cmimagazine.it)

[redazione@cmimagazine.it](mailto:redazione@cmimagazine.it)