

## Numero Speciale / Future AI

# DIRIGIBILE

## Segnali di futuro visti dall'alto #96



### AI Alert

### Fou jobbes is megl che uan

Maxi job is bon, direbbero i furbetti del quartierino artificiale, quelli che insomma sfruttano ChatGPT senza farlo sapere troppo in giro. La rivoluzione dell'IA è già in atto nella vostra impresa senza che ve ne accorgiate. Secondo un'indagine del social network Fishbowl, il 40% dei dipendenti utilizza ChatGPT nel proprio lavoro quotidiano, ma ben il 70% non ne parla con i propri superiori. Ovvio. Così sembra che lavori, efficacemente, il doppio. Anzi, per quattro. È il caso di Ben, che in un'intervista alla rivista canadese *Vice*, racconta di come sia il più proficuo dei multi-jobber (guadagna ben 800mila dollari, con 4 lavori in contemporanea). Ben è un esperto di marketing

che crea presentazioni, relazioni e storyboard per pubblicità di prodotti finanziari digitali. O meglio, fa fare tutto questo a ChatGPT. "Mi fa risparmiare l'80% del tempo", si giustifica Ben. Comprensibile. Utilizzando l'intelligenza artificiale, un lavoratore della conoscenza che opera in remoto può guadagnare così tanto tempo da poter svolgere contemporaneamente quattro lavori a tempo pieno. Impossibile? Non proprio. Grazie all'intelligenza artificiale, un multi-lavoratore "sovraccarico" ed esperto nell'automazione del proprio lavoro e risparmio del tempo può, per esempio, partecipare ai meeting senza esserci veramente. Nelle riunioni video, molti multi-jobber

02/ TUTTI I MANAGER

04/ PICCOLO È BELLO

06/ CHI CERCA TROVA

**SAVE THE DATE:**  
**INCONTRO CON**  
**MUHAMMAD YUNUS**  
MILANO E DIRETTA  
STREAMING, 16 NOV 2023

→ [https://bit.ly/cfmt\\_yunus](https://bit.ly/cfmt_yunus)

partecipano solo per i primi minuti, dopodiché spengono la telecamera e lasciano che l'IA registri la conferenza per poi, in seguito, guardare e leggere solo il "verbale" generato dalla macchina. Eh sì, parafrasando il famoso spot degli anni 90 del Maxibon "Fou jobbes is megl che uan". Ovviamente, i datori di lavoro non ne devono sapere nulla altrimenti s'incepisce l'ingranaggio. E sta qui l'incerto futuro dei furbetti, che per ora approfittano del fatto che molti datori di lavoro non hanno ancora capito quanto si possa aumentare la produttività con i nuovi strumenti d'intelligenza artificiale. Ma non per molto. Prima o poi, le aziende, grandi o piccole, si sveglieranno.



## —AI management

### Tutti possono diventare manager

---

***Nell'era emergente degli agenti autonomi, fare il manager è un gioco da... macchina. Questa la promessa/scommessa dei futuri assistenti tuttofare che eseguono autonomamente compiti complessi.***

---

## —Prossima rivoluzione Gli agenti autonomi

Come molti di voi già sanno, gli agenti autonomi sono programmi dotati di intelligenza artificiale che eseguono autonomamente compiti complessi, comportandosi quasi come esseri umani. Delegano ad altri programmi compiti specifici (quindi “management”) e, a differenza di ChatGPT (che ad oggi è un sistema chiuso), utilizzano internet per aggiornarsi continuamente. Entro il 2025, la maggior parte delle persone nei paesi industrializzati utilizzerà agenti autonomi nella propria vita privata o professionale, così scommettono i techno futurist. La maggior parte delle persone lavorerà per un agente autonomo invece che per un capo umano. La cosa non sorprende. Mentre l'automa testuale ChatGPT è solo un abile dispensatore di spunti, un agente autonomo agisce come un collega che fa le cose da solo. La tecnologia è in piena esplosione e si stima che almeno 100.000 sviluppatori di software stanno attualmente lavorando a questi nuovi lavoratori artificiali. Qual è lo scenario? Ai manager le idee, alle macchine l'esecuzione e persino la gestione di intere aree di attività, come ad esempio la realizzazione di una campagna pubblicitaria. Nel futuro, aziende composte da due o tre persone potranno realizzare ciò che oggi richiederebbe un team di 100 persone.



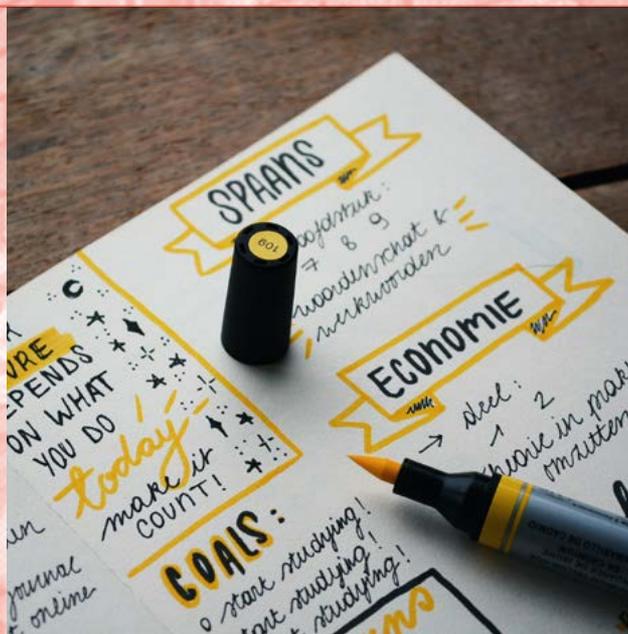
## —Consulenti artificiali Indistinguibili dalle persone reali

“Ciao, sono Roberta e sono umana”.

Un'affermazione che sentiranno sempre più spesso in futuro le aziende che vogliono distinguersi dal servizio clienti impersonale con chatbot sempre più evoluti e quasi indistinguibili dalle persone reali. Molte aziende stanno sperimentando chatbot come quello di Soulmachines, che hanno l'aspetto e la voce di un essere umano. Con l'aiuto dell'intelligenza artificiale, molte richieste dei clienti potranno essere gestite in modo rapido ed economico. Ma attenzione: non tutti i clienti lo desiderano, e non solo le persone anziane. Come sostiene un articolo del *Wall Street Journal*, “Se una persona in carne e ossa dà un consiglio, i clienti lo accettano 8 volte di più”. Infatti, in un mondo di macchine parlanti, la conversazione personale assume un significato completamente nuovo, o meglio, diventa un plus o un servizio premium. I veri innovatori lo hanno capito da tempo. Apple, ad esempio, ha lanciato a marzo un nuovo servizio: i visitatori del negozio online possono ricevere consigli su determinati prodotti da un professionista umano tramite videochiamata.

## —Attenzione pericolo Tossicodipendenza artificiale

Diamine, quante cose può fare senza che io debba lavorare (dal marketing online al contratto d'affari, fino alle strategie a lungo termine). Ma attenzione, ChatGPT e prodotti analoghi sono a tutti gli effetti delle droghe che creano dipendenza: “Non riesco a farne a meno per scrivere qualcosa”. Disintossicarsi e “reintegrarsi nel libero pensiero” richiede spesso una lunga riabilitazione.



## —Manager in carriera Sopravvivere all'IA

Carriera a prova di IA. Ecco alcune (forse ovvie) dritte apparse recentemente nell'edizione inglese di HBR. **1) Siate imprevedibili e incalcolabili.** ChatGPT è una macchina statica pura. Ha letto milioni di testi e sa che il “grazie” segue spesso il “molte”. L'IA sceglie sempre la soluzione probabile, quella più diffusa. È proprio questa la sua debolezza. Se volete essere al top in futuro, dovrete fare il contrario di quello che suggerisce il chatbot. **2) Puntate sulle emozioni.** I chatbot possono simulare le emozioni, ma le persone vogliono una vera empatia. Ascoltare, leggere tra le righe, mostrare simpatia. **3) Rafforzate i vostri contatti personali.** Partecipate a conferenze, conversate, mangiate con altre persone. È così che si creano contatti e intuizioni reali: nessuna macchina può farlo. **4) Affidatevi al vostro giudizio.** Gli automatismi non possono dirvi se una cosa è buona o cattiva (i produttori di sistemi di IA lo impediscono). Il giudizio umano esperto rimarrà indispensabile anche in futuro. **5) Rafforzate il vostro brand.** L'IA minaccia in particolare i segmenti di mercato medio-bassi. Ma i consumatori e le aziende continueranno a pagare bene per lo straordinario. **6) Lavorate sulle vostre competenze.** In futuro ci sarà bisogno di persone che controllano e giudicano i risultati delle macchine. I consigli di alto livello saranno merce pagata oro. **7) Imparate a collaborare con l'IA.** La capacità degli algoritmi di aiutarvi a svolgere il vostro lavoro dipende dalla qualità delle vostre domande e dal linguaggio osservazionale.

# —AI marketing

## Grande intelligenza per piccoli business



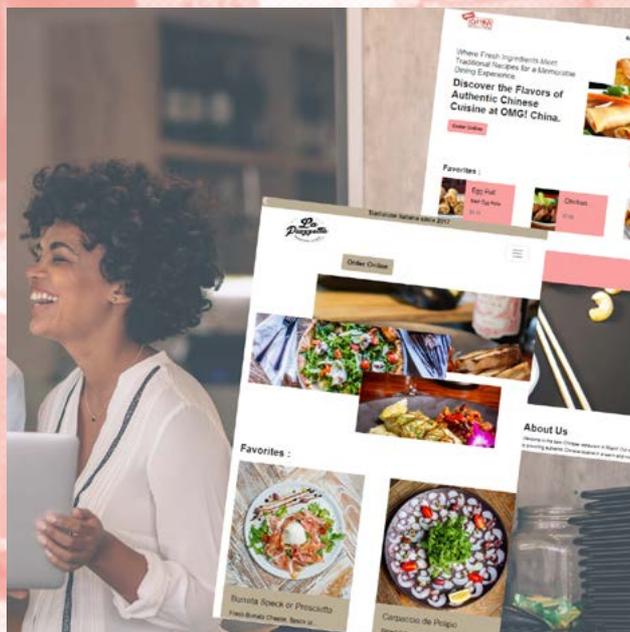
<https://swipe.by>  
<https://neuroflash.com>  
<https://chat.openai.com/auth/login>  
<https://tinyurl.com/e8w9a9ha>

***Vi ricordate? Dicevano: grazie a internet anche i piccoli possono vendere come i grandi. Ora dicono: grazie all'IA anche i piccoli possono fare marketing come i grandi. Democratico?***

### —Più pubblicità per tutti

#### Automazione fotografica

And the winner is: small business. Fino a ieri, funzionava così. Quattro ristoranti su cinque non pubblicavano immagini dei loro piatti su internet perché non potevano permettersi di fare foto professionali. Una grande posizione di svantaggio, perché una buona foto aumenta le vendite di un terzo, almeno così dicono negli States! Ma il vantaggio dei grandi operatori sta per scomparire: la startup Swipeby offre ai ristoranti uno strumento di intelligenza artificiale che consente di creare facilmente foto dei piatti. I ristoratori devono solo descrivere gli ingredienti del piatto e la pietanza, al resto pensa l'algoritmo.





## —Piccolo è bello

### Automazione per PMI

Come sempre nella storia, inizialmente le nuove tecnologie accessibili a tutti portano a un livellamento verso l'alto. Poi, ahimè, come dimostra internet, verso il basso. Ma, ora, con l'IA, siamo nella prima fase in cui le pmi possono beneficiare, e non poco, dei servizi artificiali. In passato, solo i big player potevano investire nei big data o nell'IA, ma ora molti strumenti sono alla portata di tutti i fornitori di qualsiasi dimensione. Due esempi di come gli algoritmi creativi operano per i piccoli. Un buon testo pubblicitario non richiede più necessariamente tanti bravi copywriter. Se si utilizzano applicazioni come Neuroflash, basta digitare "Scrivi un'email sul prodotto X, queste sono le sue caratteristiche", e la macchina fornisce il testo, rifinito come da un professionista. Conseguenza: la qualità dei post, newsletter e dei testi delle piccole imprese sarà presto mediamente pari o simile a quella delle grandi aziende. Poi c'è il capitolo ChatGPT (o similari) che, per certi versi, fornisce consulenza quasi gratuita su qualsiasi tema, comprese strategie o feedback su piani aziendali. Un elenco di comandi di testo per ChatGPT a uso small business per migliorare la vostra strategia aziendale è stato compilato dal provider GoDaddy (vedi quarto link).

## —l'IA rivoluziona il marketing

### Le tesi di Fast Company

1) Immagini, musica, voci fuori campo e video. In futuro, gran parte dei contenuti sarà generata dalle macchine e i costi per servizi fotografici, location, modelle/i, speaker professionisti, testi e produzioni musicali diminuiranno o scompariranno, con costi ridotti fino al 70%. 2) In futuro, la pubblicità verrà radicalmente personalizzata con algoritmi che generano tweet, post ed email individuali per ogni consumatore in tempo reale, tenendo conto del luogo in cui questo si trova, del dispositivo che sta utilizzando, del suo umore, di ciò che ha acquistato finora e dei suoi interessi. 3) I professionisti umani del marketing diventano curatori di contenuti. Liberati da compiti dettagliati, si concentrano sull'invenzione di nuove idee e strategie, che verranno poi gestite e personalizzate con l'aiuto dell'IA. Tutte le agenzie pubblicitarie o di marketing addestreranno i modelli linguistici (come ChatGPT) col proprio materiale, in modo che l'output della macchina abbia uno stile distintivo. 4) Etica, conformità e protezione dei dati diventeranno sempre più importanti. L'IA generativa può creare, senza supervisione, contenuti discutibili che danneggiano l'immagine dell'inserzionista. Gli uffici legali delle agenzie svolgeranno in futuro un'importante funzione di controllo.



# —AI R&D and creativity

## Chi cerca trova, ma cosa?



<https://climax.bio>  
<https://www.absci.com>  
<https://tinyurl.com/5n8642vh>  
<https://tinyurl.com/ywesmaxc>  
<https://www.hyperganic.com>  
<https://tinyurl.com/5dm3afvp>

***L'intelligenza artificiale va alla conquista di ricerca e sviluppo e, addirittura, di Hollywood. Ma attenzione, questo genio della lampada non esaudisce ogni desiderio.***

### —Research and Development

#### Largo ai ricercatori artificiali



La versione vegana del noto mini formaggio Babybel è stata realizzata in tempo record grazie alla collaborazione con Climax Foods, che ha fatto condurre dall'IA milioni di esperimenti (che avrebbero richiesto anni) per scoprire quali sostanze e processi vegetali imitano meglio il gusto del vero Babybel. Questo esempio mostra la direzione verso cui si stanno orientando ricerca e sviluppo. Presto gli algoritmi creativi daranno un contributo importante allo sviluppo dei prodotti. “L'azienda biotecnologica Absci fa sviluppare nuovi farmaci dall'intelligenza artificiale, combinando un numero infinito di componenti. Certamente questo metodo potrebbe essere utilizzato anche per la produzione di armi biologiche di nuova concezione (vedi terzo link), ma indietro non si torna. La Nasa realizza già oggi componenti per veicoli spaziali, mentre sempre più imprese si stanno posizionando sul mercato come specialiste in “costruzione algoritmica”, come Hyperganic. Anche in settori più “ludici”, l'IA sta entrando in gioco, ad esempio per la creazione di nuovi cocktail da servire al bar. Tuttavia, come è ovvio, ci sono i problemi. Per usare l'IA nella R&S in azienda, gli algoritmi devono essere addestrati con informazioni proprietarie (come proprietà intellettuale, IP). Ciò richiede ampie misure di sicurezza per prevenire la divulgazione di queste informazioni. L'industria dei chip, ad esempio, protegge i suoi metodi di produzione come fossero segreti di Stato; per utilizzare l'IA, in questo caso, sono necessari sistemi interni sigillati. Poi c'è l'aspetto sicurezza. Ciò che viene lanciato sul mercato deve essere sicuro al 100% e privo di errori. Proprio questo rappresenta una sfida. I farmaci progettati dagli algoritmi, ad esempio, devono essere testati, mentre i progetti di edifici disegnati dalle macchine devono essere sottoposti a un test statico. La convalida è spesso un processo complesso e costoso. Insomma, la strada è ancora lunga.

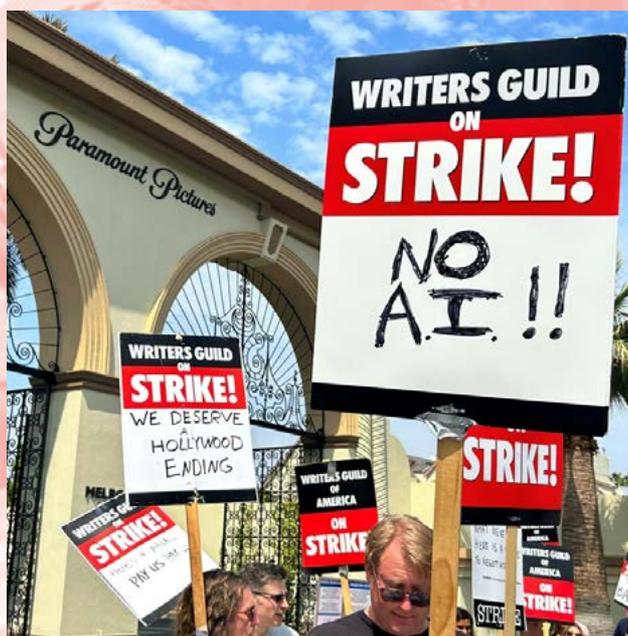


## —Rischio deskilling John Wick insegna

Conseguenze. Il passo dalla riqualificazione alla dequalificazione è breve quando l'IA entra in azione. L'intelligenza artificiale generativa può spesso essere controllata tramite normali e semplici comandi vocali (prompt) che non richiedono la terminologia corretta. Ad esempio: "Progetta un edificio con trenta appartamenti di 50 mq ciascuno, inclusi tutti gli allacciamenti elettrici nei posti corretti". Le conoscenze tecniche e i termini tendono quasi a perdere importanza. L'attività diventa più semplice. Questa riduzione delle competenze può portare a coinvolgere più persone per un compito. Lavori che in passato richiedevano una laurea potrebbero essere svolti in futuro da stagisti parzialmente qualificati e quasi semianalfabeti. Non solo, ciò che gli algoritmi sono in grado di fare non è ancora completamente noto, poiché finora gli utenti hanno posto solo una frazione delle possibili domande. Un algoritmo generativo può creare un materiale con proprietà completamente nuove o una costruzione a cui nessun umano ha ancora pensato.

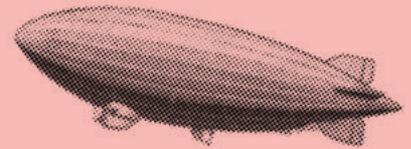
## —Bye Bye Hollywood Chiunque può fare film

Basta scriverlo. Una buona notizia per sceneggiatori, registi, direttori della fotografia, attori e chiunque altro. Nel futuro, chi vorrà girare un film non avrà bisogno né di costose attrezzature né di persone. Basterà descrivere la scena desiderata "Brad Pitt look anni 90 su una vecchia Porsche sulle strade dell'Arizona, ambientazione alla Tarantino" e al resto ci penserà l'intelligenza artificiale calcolando tutta la sequenza del film, in modo realistico al 100%. Certo, ad oggi si riescono solo a fare video brevi ma intanto il dado è tratto. I costi si avvicineranno allo zero, la creatività esploderà (forse) e fra tre anni arriveranno i primi film generati interamente dall'IA. Anzi, tra dieci anni sarà un'eccezione che un film venga girato in modo classico, semplicemente perché è molto più economico far calcolare le immagini a un'intelligenza artificiale e, magari, in futuro le aziende cinematografiche venderanno serie di dati IA con cui i consumatori potranno produrre le proprie avventure tipo, fammi un film nello stile del "Signore degli Anelli" o di "Guerre Stellari" o, addirittura, il proprio "biopic" ricavato dal proprio materiale foto e video sui social.



# THE DARK SIDE OF THE AI

## OCCHIO VEDE, CUORE NON DUOLE



Ormai, il costo di produzione di un'immagine o video falsi è prossimo allo zero e ben presto non potremo più fidarci dei nostri occhi e delle nostre orecchie. Dirò di più: tra qualche anno, potremo fidarci solo di ciò che si trova a un metro di distanza da noi. Tutto il resto – foto, registrazioni vocali, video – potrà essere facilmente falsificato con l'aiuto dell'IA. Non si potrà più dire se, ad esempio, una persona in videoconferenza sarà reale o simulata da un computer. Ecco, anno per anno, lo scenario cupo dell'IA.

### 2024

Le foto create dall'IA possono essere smascherate solo attraverso analisi molto complesse. Criminali usano generatori d'immagini per creare foto compromettenti e ricattare politici, imprenditori e personaggi importanti.

### 2025

Il web pullula di chatbot indistinguibili dalle persone reali che intervengono nelle discussioni politiche e influenzano l'esito di elezioni. Nuovi strumenti digitali consentono di cambiare la voce in tempo reale. Tutti possono parlare al telefono come la Meloni o Mattarella. A causa dei numerosi falsi, le registrazioni audio non sono più considerate prove in tribunale.

### 2027

Sex and AI. O meglio, da deepfake a deepporn. Tra massimo cinque anni, il 90% di tutti i contenuti erotici e pornografici sarà creato dall'intelligenza artificiale, con la possibilità per gli utenti di modificare contenuti e attrici/attori in tempo reale. Molte persone intraprendono relazioni sessuali con chatbot dalle perfette sembianze umane. Tutto questo avrà conseguenze: i contenuti così realistici e personalizzati indurranno molte persone a ritirarsi completamente in mondi erotici paralleli, con conseguente ulteriore calo delle nascite e della fertilità (che poi è uno degli obiettivi della governance mondiale).

### 2029

I video possono essere modificati in tempo reale tramite semplici comandi di testo, tipo "sostituisci il bicchiere d'acqua che hai in mano con un bicchiere di vino". I deepfake distruggono aziende quotate in borsa con false notizie che invadono la rete e i media mainstream.

### 2030

L'Oscar va a un film il cui attore principale è morto da più di 15 anni e le cui riprese non hanno mai avuto luogo nel mondo reale. Ancora più sorprendente: il kolossal è stato creato da un team di sei persone che hanno lavorato nel loro ufficio a casa.

### 2031

I deepfake scatenano guerre o conflitti facendo circolare falsi video di rivolte, crimini contro l'umanità o colpi di Stato provenienti da paesi stranieri. Ma questo accade già da tempo.