Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento
Piazza Dante 15, 38122 Trento
Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615
uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 1404 del 26/05/2024

Intelligenza artificiale e creatività: un binomio possibile

Questa mattina al Festival dell'Economia di Trento si è parlato del ruolo che i software di intelligenza artificiale stanno assumendo nel marketing e nella comunicazione. Un punto di vista privilegiato su potenzialità e buone prassi per scongiurare i rischi connessi a un utilizzo acritico di questi strumenti è stato fornito da addetti ai lavori e professionisti settore.

Stefania Siani, CEO e CCO di Serviceplan Italia, ramo italiano del più grande gruppo di agenzie creative d'Europa e Presidente di ADCI, Art Directors Club Italiano, l'associazione che riunisce creativi e comunicatori italiani, ha iniziato il suo intervento sottolineando l'importanza di promuovere una ridefinizione del concetto di intelligenza artificiale: «Sarebbe più opportuno parlare di comunicazione artificiale. Gli algoritmi alla base dell'IA simulano la comunicazione umana ma non sono in grado di pensare né di attenersi al vero in quanto gli output forniti sono restituzioni di modelli statistici». Secondo l'imprenditrice, riuscire a porre le giuste domande ai software di intelligenza artificiale sarà una competenza fondamentale nel futuro prossimo. Un'esigenza che potrebbe tradursi in un livellamento del divario tra le discipline STEM e quelle umanistiche, oltre alla possibilità per le aziende di utilizzare l'IA al fine di creare e mantenere una comunicazione coerente rispetto all'identità del brand.

Sulla consapevolezza nell'uso dell'intelligenza artificiale generativa si è concentrato anche il contributo di Gabriele Venturini, ingegnere informatico, content creator ed esperto di posizionamento online. Nell'era digitale questi nuovi strumenti dovrebbero rivestire un ruolo di "assistente" cui delegare operazioni semplici e ripetitive, arricchendo, ma non sostituendo il contributo proveniente dall'esperienza umana. Più che "scorciatoie" che conducono inevitabilmente a un'omogeneizzazione dei contenuti, la concezione da privilegiare è quella di un uso sempre più accessibile improntato a un'accelerazione ed espansione del pensiero creativo.

Gli interventi di Laura Cattaneo e Luca Salvioli, entrambi giornalisti de Il Sole 24 Ore, hanno avuto come focus le nuove frontiere aperte dall'intelligenza artificiale anche nel lavoro giornalistico. Si è sottolineato che se da un lato i nuovi algoritmi possono essere utilizzati in maniera proficua per la semplificazione di attività di ricerca complesse, o per la sintesi, dall'altro è fondamentale mantenere l'occhio critico del giornalista in quanto c'è il rischio concreto di un appiattimento informativo a causa della limitata disponibilità delle fonti e del mancato controllo dei fatti presi in analisi.

(sg)