

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E IL BENESSERE DIGITALE

Di Andrea Tangredi, Founder & Chief Designer Officer di Indigo.ai

La società IDC ha rilevato che nel 2018 c'erano 33 Zettabyte di dati in tutto il mondo (dove uno Zettabyte corrisponde a un miliardo di Terabyte), ma prevede che entro il 2025 si arriverà ai 175 Zettabyte. Non è tutto, l'IDC dice anche che le persone mediamente passeranno dalle 601 interazioni giornaliere con i propri device a 4.800 nel 2025.

Anche se è difficile dare un senso a questi numeri, è chiaro che fanno impressione. E infatti sono un problema, teorizzato già dallo psicologo David Lewis nel 1996 e chiamato Information Fatigue Syndrome: troppi dati affaticano e riducono le nostre capacità analitiche e quindi la nostra capacità di distinguere cosa per noi sia importante e necessario.

Meno capacità analitiche abbiamo, meno capacità di scelta possediamo e a ridotte capacità di selezione e di scelta corrispondono ancora più informazioni in entrata. Un cane che si morde la coda.

Questo processo, ripetuto, porta ad una specifica forma di malessere digitale, noto come Information Overload che non è nient'altro che l'incapacità cognitiva di restare al passo con tutte le informazioni che si hanno a disposizione. Sentiamo la pressione di rimanere sempre aggiornati e sempre sul pezzo, ma questo è impossibile perché le informazioni sono troppe.

Una volta pensavamo che quello che ci infastidisce fosse soprattutto quello che ci arriva senza filtri, senza che lo abbiamo scelto, senza che sia per noi in alcun modo rilevante. Non importa quale sia la fonte: notifiche push, thread di email in cc, social farciti di messaggi promozionali, banner invasivi in app... Ma oggi l'information overload è "ambientale" e si genera quando siamo circondati da grandi quantità di informazioni tutte rilevanti: le abbiamo scelte cliccando link, registrandoci a newsgroup, seguendo un blogger, spargendo in rete i nostri



Andrea Tangredi

Andrea Tangredi, Chief Design Officer, ha lavorato per varie agenzie e per brand internazionali, alternando l'attività di UI/UX designer a quella di Creative Director.

Quando non è impegnato con la tecnologia, si dedica alla meditazione, alla scrittura e alla pratica di arti visive.

like. Queste informazioni riguardano cose per noi importanti, sono cose che ci piacciono, ma sono talmente tante che facciamo fatica a elaborarle.

Per risolvere questi problemi dobbiamo cambiare prospettiva ed esplorare a fondo le potenzialità dell'Intelligenza Artificiale che può diventare il più potente filtro tecnologico mai inventato prima e regalare alle nostre vite segnali e informazioni rilevanti.

Già oggi qualsiasi sistema di raccomandazione esistente sfrutta l'AI: da Spotify a Netflix, tutti stanno facendo a gara per diventare i nostri migliori amici e conoscere i nostri gusti meglio di chiunque altro. Ma l'intelligenza artificiale può spingersi anche molto oltre, creando filtri tecnologici che non solo conoscono i nostri gusti, ma che sono in grado di creare dal nulla contenuti unici per quel momento e quella situazione, informazioni che saremo le uniche persone al mondo ad avere in quella forma.

Noi che ci occupiamo di Intelligenza Artificiale dobbiamo iniziare a sentire il carico della responsabilità di quello che creiamo e aiutare le persone ad evitare il loop della fatigue syndrome mettendo al nostro servizio la potenza dell'AI, in particolare nella elaborazione e nella generazione del linguaggio naturale.

Grazie a questa tecnologia possiamo alimentare, rallentare e quindi migliorare, i nostri processi cognitivi, rimanere in contatto con la nostra natura, ritrovare la capacità di pensare criticamente e la calma e il benessere interiore necessari per formare le proprie opinioni e pensare creativamente.

Tutti stanno facendo a gara per diventare i nostri migliori amici e conoscere i nostri gusti meglio di chiunque altro.



Indigo.ai

Indigo.ai è nata nel Settembre 2016 da un'idea di cinque giovani tra i banchi del Politecnico di Milano: Gianluca Maruzzella (CEO), Enrico Bertino (Chief AI Officer), Marco Falcone (CTO), Denis Peroni (Chief Architect Officer) e Andrea Tangredi (Chief Design Officer). Ci occupiamo di intelligenza artificiale e abbiamo sviluppato una piattaforma per progettare assistenti virtuali, tecnologie di linguaggio e chatbot. In breve, aiutiamo le aziende e le istituzioni bancarie ad automatizzare conversazioni, efficientare processi, alleggerire il customer care e ingaggiare i clienti in maniera super personalizzata. Abbiamo realizzato assistenti virtuali per alcune delle aziende più innovative al mondo, tra cui banche, assicurazioni, case farmaceutiche, etc.

indigo.ai