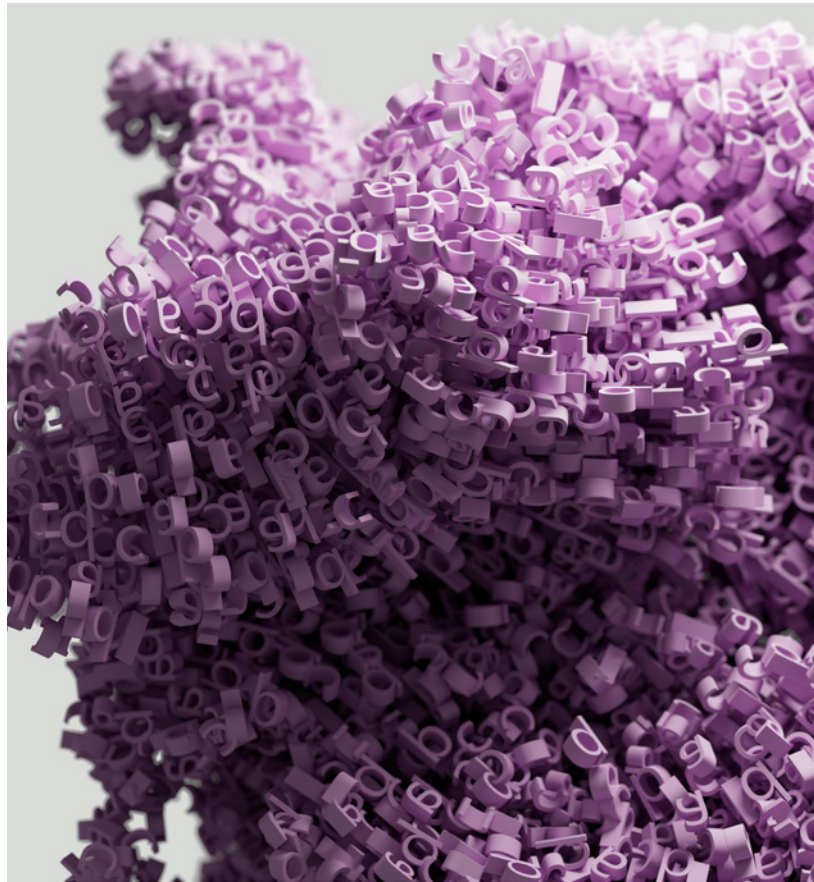




INNOVAZIONE SÌ, MA INCLUSIVA L'ISOLAMENTO DEI VULNERABILI È UN PARADOSSO PERICOLOSO

Le nuove tecnologie sono un'opportunità per la società
Ma occhio ai rischi: il divario digitale si può ampliare
La ricetta? Un accesso equo all'Intelligenza Artificiale

■ **Francesco Caroli***

La comunicazione è una delle leve più potenti per promuovere e attivare il cambiamento sociale, soprattutto quando è in grado di costruire fiducia, stimolare nuove abitudini e creare una cultura collettiva basata su salute e sostenibilità. Con l'avvento dell'Intelligenza Artificiale, questo strumento acquisisce un potenziale straordinario ma pone anche nuove sfide. Come possiamo sfruttare al meglio queste opportunità, evitando che diventino barriere per i più vulnerabili?

In un contesto sovraccarico di informazioni contrastanti e di disinformazione, comunicare in modo chiaro, autentico e autorevole è cruciale. I cittadini - sempre più esposti a dati e opinioni che mettono in dubbio le fonti ufficiali - faticano a fidarsi, soprattutto su temi complessi come la salute. In questo scenario, la comunicazione istituzionale si trova di fronte a una grande sfida e responsabilità: guadagnarsi la fiducia del pubblico e dimostrare credibilità. Senza questa condizione, qualsiasi messaggio - anche il più utile e ben costruito - rischia di cadere nel vuoto. Ma non basta. È necessario ripensare il ruolo del pubblico, non come semplice destinatario passivo del messaggio ma come protagonista di un processo collettivo. Coinvolgere i cittadini nella costruzione del cambiamento stesso è essenziale per trasformare la consapevolezza in azione e costruire una narrativa di fiducia duratura.

La comunicazione, infatti, non è solo uno strumento informativo: è un ponte culturale e sociale. Nei contesti urbani, complessi e multiculturali, i messaggi devono essere inclusivi, capaci di parlare alle diverse realtà sociali e di superare barriere culturali ed economiche. Solo così anche chi appartiene a fasce marginalizzate può sentirsi rappresentato e percepire i benefici come propri, comprendendo l'importanza del proprio ruolo nella costruzione del benessere collettivo. In questo quadro, l'IA offre possibilità uniche. Grazie alla capacità di analizzare grandi volumi di dati e di creare messaggi su misura per specifici gruppi demografici, l'Intelligenza Artificiale consente di raggiungere il pubblico con precisione,

inviando promemoria e consigli personalizzati. Questi strumenti possono educare, sensibilizzare e stimolare cambiamenti significativi nei comportamenti, aiutando i cittadini a comprendere meglio il loro ruolo in relazione alla salute e alla sostenibilità. L'IA può inoltre monitorare e analizzare l'efficacia di una campagna, semplificare l'accesso a informazioni cruciali e persino incentivare la sostenibilità attraverso esperienze interattive, come simulazioni di realtà aumentata, che mostrano i benefici a lungo termine di comportamenti sostenibili. La tecnologia può anche favorire spazi di dialogo e condivisione di esperienze personali, trasformando i destinatari del messaggio in veri e propri "moltiplicatori" del cambiamento.

Ma non dobbiamo ignorare i rischi. L'uso dell'Intelligenza Artificiale nella comunicazione tende spesso - per sua natura - a favorire un isolamento individuale, accentuato dalla modalità stessa di interazione con gli strumenti digitali. A ciò si aggiunge il rischio concreto di escludere chi, ancora oggi, non ha i mezzi o le competenze per accedere a queste tecnologie. Senza interventi che garantiscano un accesso equo, queste innovazioni possono amplificare le disuguaglianze, creando un ulteriore divario digitale. Le persone con meno risorse economiche o scarsa alfabetizzazione tecnologica rischiano di essere escluse da informazioni e servizi che dovrebbero invece essere universali.

In un momento storico in cui la salute pubblica e la sostenibilità richiedono un approccio collettivo, l'isolamento informativo delle persone vulnerabili rappresenta una contraddizione pericolosa. Perché l'innovazione, da sola, non basta. Senza un accesso equo, l'Intelligenza Artificiale rischia di diventare una forza di esclusione anziché di progresso. E allora la vera domanda è: siamo pronti a usare la tecnologia non solo per risolvere problemi, ma per costruire una società in cui nessuno venga lasciato indietro? O accetteremo un futuro in cui il divario digitale diventa un'altra forma di disuguaglianza sociale? La sfida è aperta, e la risposta dipenderà dalle scelte che faremo oggi.

*Coordinatore Nazionale Rete Città Sane OMS

Aziende, l'ora della *coopetizione* Ced e Farnesina: «Fare sistema»

Presentato al Ministero degli Esteri il Rapporto Strategico del Centro Economia Digitale
La Sottosegretaria Tripodi: «Attenti al mondo che cambia». Cerra: «Solo uniti si vince»

■ **Aldo Torchiano**

Le sfide epocali di questi tempi complessi, con l'IA che impone una corsa senza precedenti, costringono anche i competitor a cooperare. A trovare soluzioni comuni, a testare, verificare, implementare insieme soluzioni tecnologiche capaci di far correre tutti da un livello più alto. Di approcci, contaminazione e dialogo tra le imprese - e tra imprese e Stato - si è occupato ieri l'appuntamento alla Farnesina. La Coopetizione - crasi di "cooperazione" e "competizione" - è sicuramente la più importante tra queste perché è la strategia in grado di prendere il meglio sia dalle dinamiche competitive che da quelle cooperative. Queste le conclusioni emerse dal Rapporto Strategico 2024 del Centro Economia Digitale (CED), uno dei più autorevoli "think tank" italiani, presentato al Ministero degli Esteri. L'incontro è stato aperto dai saluti istituzionali da Maria Tripodi, Sottosegretario al MAECI e ha visto la partecipazione di esponenti di alto livello imprenditoriale, con la moderazione dei giornalisti Manuela Perrone, del Sole 24 Ore e Giorgio Rutelli, Vicedirettore di AdnKronos.

«In un mondo sempre più complesso e iperconnesso, caratterizzato da crescenti tensioni geopolitiche e di intensificazione della competizione per il raggiungimento di una supremazia tecnologica, economica e militare - ha dichiarato Rosario Cerra, Fondatore e Presidente del CED - l'obiettivo di questo Rapporto è quello di evidenziare, sia per le Aziende sia per gli Stati, il potenziale di un approccio di tipo cooperativo. Nonostante, infatti, che tra le aziende e tra gli Stati vi sia sempre più com-



petizione, queste entità non possono fare a meno di collaborare in certi ambiti. Bisogna però essere capaci di farlo per evitare di essere il soggetto che all'interno di una relazione cooperativa ci perde. Dalle analisi condotte, arricchite dai contributi delle aziende socie del CED, è emersa l'importanza di formare competenze specifiche in ambito gestionale e diplomatico per supportare la gestione di relazioni cooperative complesse. Incentivi pubblici, crediti d'imposta e consorzi tra aziende sono suggeriti per stimolare l'adozione di tecnologie avanzate, soprattutto in settori cruciali come la transizione digitale ed energetica».

La ricerca del CED, basata su un campione di circa 2.000 imprese globali, dimostra che la Coopetizione è in forte crescita: sono 15.000 i casi di collaborazione tra aziende competitor registrati dal 2003 al 2022; il numero di brevetti collaborativi è aumentato del 159%, con una quota che è quasi raddoppiata sul totale dei brevetti (+82%). Settori come Salute, ICT ed Energia

guidano questa applicazione, evidenziando come l'innovazione collaborativa sia cruciale e necessaria per competere sui mercati globali. A livello internazionale la collaborazione tra Stati Uniti e UE rimane fondamentale, nonostante la crescita delle co-brevettrazioni con Cina e India. Il rapporto affronta anche le dinamiche geopolitiche, proponendo la nozione di Sovranità Tecnologica Cooperativa: una strategia per mezzo della quale gli Stati competono per la leadership tecnologica ma collaborano nella generazione di tecnologie critiche, fondamentali per la sicurezza economica ma anche per l'autonomia strategica.

Di grande interesse il panel delle imprese che ha visto alternarsi Giulia Gasparini di AWS; Fabio Florio, Cisco; Claudia Squeglia di Eni; Diego Ciulli, Google Italy; Mario Tartaglia, Gruppo FS; Fabio Tognon di Hewlett Packard; Francesca Biondo, Microsoft Italy; Andrea Falesi, di Open Fiber; Francesco Salerni, di Terna e Sabina Strazzullo di TIM.

Woke Corner

L'IA non sia un privilegio per pochi

■ **Andrea Laudadio**

Se finissi in carcere negli Stati Uniti, un algoritmo potrebbe influenzare la decisione del giudice sulle misure alternative. Si chiama COMPAS (Correctional Offender Management Profiling for Alternative Sanctions) ed è progettato per stimare il rischio di recidiva di un individuo basandosi su dati comportamentali, psicologici e demografici. Tuttavia alcuni studi sostengono che COMPAS sia "un po' razzista", sovrastimando il rischio di recidiva per gli afroamericani rispetto ai caucasici.

Questo problema è vecchio quanto l'IA. Già 8 anni fa il Guardian titolava, per il primo concorso di bellezza giudicato da un'Intelligenza Artificiale, "ai robot non è piaciuta la pelle scura". Le cause sono note: dipendono dai dati utilizzati per addestrare l'IA e dai criteri impostati dagli sviluppatori, spesso un gruppo di maschi bianchi caucasici o asiatici dell'East Coast americana. L'IA generativa ha poi intensificato il dibattito sulla perpetuazione di stereotipi etnici e di genere. Chiedete a un generatore di immagini una "donna ricca" o un "uomo ricco" e noterete facilmente la presenza di stereotipi. Che queste rappresentazioni siano uno spec-

chio fedele di una società che non vogliamo accettare o delle distorsioni è ancora oggetto di discussione. Ma il rischio di rafforzare tali stereotipi è reale, specialmente quando vengono diffusi sui social media.

Sebbene questi temi siano importanti, rischiano di oscurare un'altra questione cruciale: l'esclusione dall'accesso all'Intelligenza Artificiale stessa. Siamo così impegnati a evitare che l'IA discrimini da trascurare chi è già discriminato dal suo arrivo. Oggi restare aggiornati sull'IA e sperimentare prodotti e servizi ha un costo significativo. Gli abbonamenti mensili spesso si aggirano sui 200 euro l'anno per ciascuna applicazione, e raramente una sola è sufficiente per comprenderne appieno il potenziale. Gli over 55 sono reduci dalla rivoluzione dell'Office Automation (Word, Excel e PowerPoint, che quest'anno compiono rispettivamente 41, 39 e 37 anni). All'epoca software piratati e dischetti acquistati per strada permisero di imparare a usarli anche senza poterli comprare. Oggi le versioni "free" dei più noti software di IA sono limitate e servono solo come esca per futuri acquisti. Forse, più di tanti altri incentivi, servirebbe un "bonus IA" per aiutare tutti a familiarizzare con questi sistemi.

Molti studi evidenziano come l'età sia inversamente proporzionale alla propensione all'uso dell'Intelligenza Artificiale e alla capacità di sviluppare rapidamente le competenze per poterla usare al meglio. L'IA fa paura! Tante persone la vedono come l'ennesimo competitor che rischia di portargli via il lavoro. In più, questa popolazione è spesso vittima "passiva" dell'IA. Guardate sui social: sono coloro che più facilmente mettono "like" a immagini generate dall'IA senza accorgersi della contraffazione. Bambini che costruiscono opere straordinarie e agricoltori nei loro campi sono solo alcuni esempi di immagini che raccolgono migliaia e migliaia di like.

Oggi, purtroppo, la narrazione sull'Intelligenza Artificiale è già polarizzata. Da una parte gli entusiasti, dall'altra le persone spaventate. E questo rischia di trasformare l'IA in uno strumento di amplificazione delle già tante discriminazioni. Sembrerebbe che in un discorso a degli studenti Albert Einstein abbia detto: "La preoccupazione dell'uomo e del suo destino devono sempre costituire l'interesse principale di tutti gli sforzi tecnici. Non dimenticare mai questo nel mezzo dei tuoi diagrammi ed equazioni". Oggi aggiungerei: "E - soprattutto - dei tuoi algoritmi".