

# DIFENDERSI DALL'OMOLOGAZIONE DELL'AI

di MARIA MORO

I RAPIDI CAMBIAMENTI NELLE APPLICAZIONI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE RISCHIANO DI APPIATTIRE I MESSAGGI E ANNULLARE LE DIVERSITÀ. LE STRATEGIE DELLE COMPAGNIE DEVONO PARTIRE DA UNA FORTE DEFINIZIONE DEI PROPRI VALORI E DALL'INDIVIDUAZIONE DI UNA GOVERNANCE CAPACE DI VALORIZZARLI

Già da tempo molti hanno la sensazione di una maggiore difficoltà nel tenere il ritmo dei cambiamenti in ambito tecnologico, acuita con il lancio di ChatGpt nel settembre scorso.

Al di là degli appelli lanciati dagli stessi autori delle innovazioni sulla necessità di porre delle regole a un cambiamento di cui si rischia di perdere il controllo, è indubbio che gli utilizzatori percepiscano una sorta di disorientamento.

**Marco Burattino**, direttore commerciale Italia e Polonia di **Guidewire**, ha definito il momento attuale dell'evoluzione tecnologica come un "effetto palla di neve", dato dal fatto che "machine learning e deep learning hanno caratteristiche di performance incrementale e quindi una capacità accelerata di produrre novità".

Gli effetti collaterali di una evoluzione così rapida si sintetizzano in tre parole: verità, diversità e governance. Gli strumenti di intelligenza artificiale permettono già oggi di alterare la percezione del vero, con un effetto di disorientamento che allontana sempre di più dal concetto di verità assoluta, "al di là dei dati di fatto – ha osservato Burattino – si dovrà prendere atto che esiste una dimensione di vaghezza che rappresenterà una costante".

La tendenza, governata dagli algoritmi, di creare contenuti che vanno verso ciò che la gente sembra gradire d'impulso sta portando a un'uniformità nei gusti, appiattendolo le diversità con il rischio di una omologazione totale e dell'esclusione di ogni suggerimento che potrebbe contribuire a una visione più aperta e ricca.

## RICERCARE LA PROPRIA VALUE PROPOSITION

Verità e diversità portano direttamente al tema della governance: se a preoccuparsi dell'impatto dell'AI



**Marco Burattino**, direttore commerciale Italia e Polonia di **Guidewire**

sono per primi i ceo della Silicon Valley, a maggior ragione è necessaria una riflessione da parte di ogni decisore d'impresa.

Come possono le compagnie distinguersi ed essere autorevoli in questo contesto? "Se la verità non è più una certezza, è la fiducia che consente di essere credibili agli occhi dell'interlocutore". La diversità è un valore che va ricercato: non significa essere migliori o peggiori ma "avere caratteristiche differenti rispetto all'omologazione che viene percepita", far valere le qualità che già identificano l'approccio della compagnia.

Infine la governance, che per Burattino è legata a due termini: visione e delega. La visione fornisce l'indirizzo per "gestire con chiarezza i tanti input che arrivano da un contesto in rapido cambiamento": avendo questi punti fermi è più semplice anche la delega, affidandosi a esperti che hanno le competenze per creare soluzioni in linea con la visione aziendale.