

Festival dell'economia



Il confronto. Da sinistra Rocco Cerone, Federico Boffa, Francesco Ravazzolo, Francesco Patton, Francesco Profumo e Cosimo Accoto

L'impatto degli algoritmi evoluti sul mondo dell'informazione

Automazione Macchine e linguaggi

Camilla Colombo

Composizione a caldo, a freddo, digitalizzazione e ora intelligenza artificiale: queste le quattro rivoluzioni dell'informazione. L'ultima è stata al centro del confronto dal titolo "L'impatto dell'intelligenza artificiale sull'informazione", con un interessante punto di partenza: quale contributo può fornire l'economia?

«La materia aiuta metodologicamente lo sviluppo degli algoritmi alla base della Ia e analizza i suoi effetti sul sistema economico, la redistribuzione, l'informazione e, quindi, la tenuta democratica», spiega Federico Boffa, docente di Economia industriale e political economy alla Libera Università di Bolzano. «Ma aiuta anche a creare consenso attorno all'adozione delle innovazioni da parte dell'opinione pubblica, con una regolamentazione che massimizzi il potenziale della Ia e minimizzi gli impatti negativi. Come università - aggiunge Boffa - dobbiamo impegnarci a sviluppare un dibattito serio che renda l'opinione pubblica consapevole di opportunità e limiti dell'intelligenza artificiale».

Con i prossimi modelli, più evoluti rispetto a ChatGPT, sarà inevitabile fare delle scelte sui parametri da applicare: chi le compirà? «Il nodo da affrontare è la fiducia nelle macchine», sottolinea Francesco Ravazzolo, pro-

fessore di econometria. «Come ricercatori a Bolzano e nel mondo stiamo lavorando per capire i modelli e vedere quali scelte contengono».

Oggi siamo di fronte a macchine che imparano a imparare ma, dice padre Francesco Patton, custode di Terra Santa, «bisogna riflettere sull'alimento che viene dato loro, quale tipo di dati pescano». Per il francescano, l'intelligenza artificiale non può sostituire il lavoro del giornalista, perché per un'informazione accurata serve sia la consultazione delle fonti sia il vedere, il percepire i luoghi in cui gli eventi accadono. «Una formazione e un'etica serie sono imprescindibili per un giornalista, come una coscienza critica», aggiunge Patton che ricorda la frase di Papa Francesco («Consumare la suola delle scarpe») perché non si può delegare alla macchina la visione diretta della realtà. «Serve, infine, una formazione in chi attinge alla notizia, un'educazione alla lettura critica fin dall'infanzia».

Francesco Profumo, rettore di Opit, Open Institute of Technology, rammenta che le precedenti rivoluzioni industriali sono durate dai 50 ai 90 anni e sono state caratterizzate da nuove forme di energia, che hanno sostituito parzialmente la forza muscolare dell'uomo. Oggi, invece, vivia-

mo una rivoluzione che ha caratteristiche completamente diverse. «Al centro non è più posta l'attività muscolare dell'uomo, ma quella celebrabile. Poi la rapidità e l'incertezza dell'evoluzione che ci pongono di fronte a temi tecnologici, filosofici, etici. La cultura deve diventare molto più rotonda», commenta Profumo. «Dobbiamo ripensare il modello educativo per le nuove generazioni e dobbiamo trovare il modo di far tornare più volte a scuola le persone già impiegate, perché non escano dalla fase attiva del lavoro, privilegiando la conoscenza, che dura, e non le competenze che scadono velocemente».

Le trasformazioni in corso non riguardano quindi le tecniche, ma il senso che diamo all'umano perché «siamo dentro un momento storico di accelerazione dell'automazione», chiarisce Cosimo Accoto, filosofo che insegna all'Università di Modena e Reggio Emilia e fa ricerca affiliata al Mit di Boston. «Ora abbiamo insegnato alle macchine a calcolare, oltre ai numeri, le parole. ChatGPT è infatti un calcolatore di parole». Ed è qui che entra in gioco il filosofo, perché finora era solo l'uomo a usare il linguaggio e a scrivere: quindi come devono essere accolte queste nuove macchine? Con le giuste regole e i giusti limiti, soprattutto nel mondo dell'informazione, è la conclusione di Alessandra Costante, segretaria generale della Federazione nazionale della Stampa italiana. «Dobbiamo portare l'intelligenza artificiale nelle nostre aziende, purché sia governata dai giornalisti».



CAMILLA COLOMBO
Giornalista
Il Sole 24 Ore