**Comunicato stampa**

**Saper porre le domande giuste è la competenza necessaria**

***A Milano focus su IA e l’era dei prompt***

“*Nell’era del prompt saper fare le domande diviene una competenza determinante”.* Ne è convinto **Derrick de Kerckhove**- “*Ricordo la metafora di McLuhan sull’uomo del XXI secolo che corre in strada urlando: ‘Ho tutte le risposte: quali sono le domande?’. Il prompt engineering emerge come la competenza essenziale in questo momento storico della trasformazione digitale*”. Sulla stessa linea **Matteo Ciastellardi**, che ha confermato la nascita di un interesse delle élite culturali verso quella che può essere chiamata “*promptologia*”, una nuova abilità ingegneristica di ideare domande per spingere l’intelligenza artificiale a fornire risposte appropriate che richiede anche la comprensione del linguaggio e dell’espressione.

E proprio **IA generativa: l’era del prompt** era il titolo del dibattito che per iniziativa dell’[Osservatorio TuttiMedia](https://www.media2000.it/osservatorio-tutti-media/) si è tenuto l’11 ottobre presso l’UPA, socio dell’Osservatorio, a Milano, moderato da *Maria Pia Rossignaud* (Vicepresidente Osservatorio TuttiMedia e direttrice di Media Duemila). A parteciparvi, *Derrick de Kerckhove* (Direttore scientifico Osservatorio TuttiMedia/Media Duemila – Docente Polimi e già direttore del McLuhan Program di Toronto); *Giulia Gioffreda* (Government Affairs and Public Policy di Google); Alberto Vivaldelli (Responsabile Digital di UPA); Matteo Ciastellardi (Docente Polimi); *Vincenzo Cosenza* (Esperto di Marketing e Innovazione); *Giusella Finocchiaro* (Professoressa di Diritto di internet e Co-founder e Partner di DigitalMediaLaws). Ha partecipato per la Fieg (socia TuttiMedia) Andrea Baroni.

"*Stiamo per passare dalla ricerca delle informazioni corrette, alla formazione della corretta ricerca, abbiamo bisogno di nuovi modelli di riferimento”,* ha detto **Maria Pia Rossignaud**. “*La nostra associazione si distingue per la capacità di invitare a riflettere sui segnali deboli del futuro perché vogliamo contribuire alla costruzione dei nuovi modelli sociali e comunicativi che tengano conto degli strumenti che emergono dalla transizione digitale senza né demonizzare né enfatizzare. Ecco perché abbiamo deciso di puntare sul prompt, elemento ancora poco sconosciuto*”.

"*Per Google, la vera sfida sull'intelligenza artificiale ha a che vedere con il suo sviluppo responsabile”,* ha affermato **Giulia Gioffreda**. *Per questo, già nel 2018 abbiamo creato dei Principi di responsabilità che guidano ogni progetto di IA in ogni sua fase. Al cuore di questi principi c'è l'idea che i benefici complessivi dell’innovazione devono sempre essere superiori ai rischi e agli svantaggi che potrebbe portare*."

Anche per gli investitori pubblicitari il tema dell’utilizzo dell’Intelligenza Artificiale nelle attività di marketing e comunicazione è in cima alle priorità. Così **Alberto Vivaldelli**: “*Le applicazioni potenziali nelle attività di tutti i giorni di chi cura brand e prodotti sono numerosissime: dalle creatività testo, visuali e video alle attività di PR, dalla SEO all’e-commerce fino all’utilizzo della data science applicata ai più svariati livelli. Per un utilizzo massivo dei software applicativi basati su AI sarà fondamentale definire bene il quadro normativo, in particolare le tematiche che coinvolgono il diritto d’autore e la data privacy, nonché valutare bene le implicazioni pubbliche su come le Intelligenze Artificiali vengono costruite e messe a disposizione degli utenti, consumer e professionali. Interessante sarà anche capire gli intrecci fra Intelligenza Artificiale e Metaverso, concetti molto diversi fra loro ma che potrebbero avere in futuro sinergie interessanti*”

"*L'intelligenza artificiale generativa mette in crisi il mito della creatività ad esclusivo appannaggio dell'uomo* – ha evidenziato **Vincenzo Cosenza** –, *ciò non deve spaventarci e spingerci a fare battaglie di retroguardia, ma stimolarci ad un utilizzo di queste nuove tecnologie per lavorare meglio e potenziare le nostre capacità. Siamo entrati nell'era dei lavoratori aumentati*".

Sul tema delle regole è intervenuta **Giusella Finocchiaro**: “*Si sente spesso parlare dell'esigenza di nuove regole che disciplinino l'intelligenza artificiale e nuove regole certamente arriveranno: sia in Europa che negli Stati Uniti e in Cina si stanno discutendo regolazioni in materia di intelligenza artificiale. Si auspica che queste normative saranno tali da consentire lo sviluppo tecnologico, senza imbrigliarlo. In Europa, è prossima l'approvazione del Regolamento c.d. "AI Act", che rappresenta una cornice per l'accesso dei prodotti di intelligenza artificiale sul mercato europeo e non pretende, né forse potrebbe pretendere, di dirimere tutte le questioni giuridiche che l'IA fa sorgere. I giuristi dovranno ricorrere all'attività interpretativa, verificando se le norme esistenti siano idonee ad affrontare le sfide poste dall'IA. In molti casi, è già accaduto. Tanto a Singapore, quanto negli Stati Uniti, i giudici hanno già applicato le regole vigenti per decidere casi giudiziari che coinvolgevano l'IA. Del resto, il compito del giurista è proprio quello di interpretare le norme esistenti e, lì, provare a rintracciare gli strumenti per decifrare il presente*”.

Roma, 13.10.2023