

La simbiosi tra ALGORITMO e INTENZIONE UMANA

di

Linda Gobbi, Future Concept Lab - @fclmilano

*L'innovazione si fa più intima e guarda a oggetti collaborativi
che si fanno carico di problemi legati al quotidiano*



BOSE, OCCHIALI DA SOLE E REALTÀ AUMENTATA

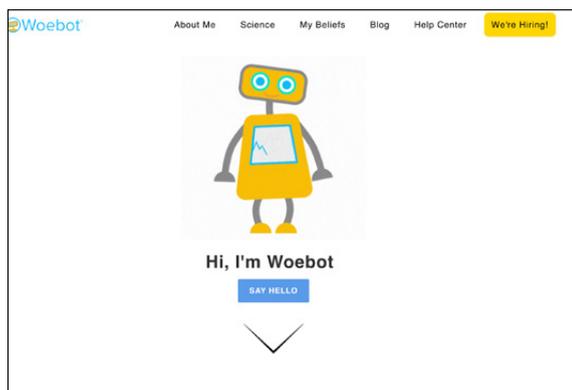
Bose, l'azienda americana di sistemi audio, ha debuttato nel mondo della realtà aumentata grazie ai suoi occhiali smart, che non amplificano la vista, ma piuttosto l'udito, secondo il dna della marca. Gli occhiali "da ascolto", presentati alla manifestazione SxSw 2018 (Texas), assomigliano a normali occhiali da sole, ma sono dotati di stanghette hi-tech. L'aspetto più interessante è quello legato alla realtà aumentata, poiché gli occhiali integrano sensori di movimento che dialogano con il Gps del telefono. In questo modo il dispositivo, pur non avendo una videocamera integrata, capisce dov'è e cosa sta guardando l'utente, in modo da offrirgli informazioni pertinenti: una sorta di audioguida senza confini.

Si inizia a parlare sempre più spesso della sigla IoT non più come Internet of Things (Internet degli oggetti) quanto piuttosto come Intelligence of Things: ogni prodotto, oggetto, servizio racchiude sempre in sé almeno una sfumatura di intelligenza artificiale. L'innovazione è decisamente uscita dai centri della creatività più

d'avanguardia per entrare nei meandri del consumo quotidiano di cittadini di ogni età, appartenenza culturale e anche economica o geografica poiché una moltitudine di persone tiene in mano uno smartphone, con una app che lo collega simbioticamente a nuove esperienze vitali. Stiamo uscendo, così, da un mondo di gadget, per

addentrarci in nuovi universi: pensiamo a Siri oppure a Google Home: parliamo di assistenti che usano l'intelligenza artificiale non solo per fornirci informazioni o soluzioni puntuali, ma anche per acquisire con il tempo le nostre abitudini, per relazionarsi con noi, con i nostri bisogni e soprattutto con i nostri sentimenti, parlandoci

con un "tono di voce" sempre più familiare. L'evoluzione tecnologica ha portato il consumatore finale a spostare sempre più in alto l'asticella delle attese, da un primo livello segnato dall'avvento di grandi e piccoli elettrodomestici sempre più smart, per passare ai livelli successivi come ad esempio le auto che si guideranno da sole. Dalla casa



WOEBOT

Questo chatbot, una specie di psicoterapeuta a portata di telefono, disponibile a qualunque ora e tutti i giorni che cerca di risolvere ansia e depressione, è stato creato da un team di psicologi di Stanford insieme a esperti in Intelligenza Artificiale. Woebot, pensato per monitorare e a migliorare l'umore, chiede alle persone come si sentono e cosa succede nelle loro vite facendo conversazioni quotidiane via chat, su Messenger o anche su iPhone e iPad, scaricando l'app, conversazioni brevi, ma il più possibile frequenti, dalle quali impara a conoscere sempre meglio chi lo sta usando. Oltre alla sua capacità di scoprire schemi di comportamento nascosti per poi suggerire contenuti utili all'utilizzatore, Woebot è anche in grado di scrivere con un tono amichevole e divertente.

al fuori casa, l'evoluzione delle Cose Intelligenti l'abbiamo trovata anche nel mondo della comunicazione, dei servizi, della distribuzione. Nel punto di vendita, come nella domesticità, ci siamo alfabetizzati alla tecnologia quasi senza accorgercene. La rivoluzione avvenuta con la diffusione dei Qr Code, nati nel 1994 in Giappone come alternativa ai codici a barre per rendere più efficiente la logistica, oggi capita di vederli, un po' ovunque, dalle confezioni dei prodotti alimentari o di altri beni si consumo, ai biglietti elettronici di treni e aerei. Da semplificazione logistica si sono trasformati in arricchimento di conoscenza, di scambio relazionale, definendo i confini di un nuovo retail 4.0: superfici interattive e wi-fi di ultima generazione, format omnicanale, virtuale

e fisico, fino alle innovazioni più spinte con i progetti in divenire di carrelli intelligenti che si spostano in autonomia seguendo una lista della spesa memorizzata o i droni che consegnano gli acquisti a domicilio.

Oggi il nuovo vissuto dell'innovazione è più intimo, lo sguardo è volto alla ricerca di "oggetti collaborativi" pronti a farsi carico dei problemi piccoli e grandi, legati alle incombenze quotidiane, ma soprattutto al prendersi cura del proprio stato psicofisico. Nascono in questo modo nuove tipologie di "assistenti-maggiordomo" con un approccio discreto e amichevole che non si limitano a semplificare, ma accompagnano, come dei consulenti o dei terapeuti. Quello che le persone desiderano sono assistenti fidati, in grado di portare a

termine incombenze precise e di aiutarci a vivere meglio: una simbiosi senza riserve, quindi, in cui essere supportati da veri e propri "assistenti digitali" capaci di condividere contesti e spazi vitali, arricchendo le nostre conoscenze ed esperienze quotidiane. Qualsiasi oggetto, qualsiasi luogo, può diventare smart purché sia equipaggiato di sensori, software e algoritmi di intelligenza artificiale in simbiosi naturale e essenziale, con il cittadino-consumatore. Ciò significa, per aziende, creativi, centri di ricerca, essere capaci di integrare nella vita quotidiana l'innovazione garantita dall'intelligenza artificiale, attraverso una lettura sottile dei comportamenti così da definire un nuovo ideale di edonismo soft: etica e piacere, ragione ed emozione potranno convivere nel consumo e nella libertà di ogni azione.

È così che si arriva a proporre una simbiosi intelligente tra attitudine personale e tecnologia fondata sull'algoritmo, proponendo linee di forza e di condotta per creare nuove possibilità empatiche ed esistenziali. Una coevoluzione dell'umano e del digitale, vantaggiosa per tutti, una crescita felice degli individui e delle imprese, come sostiene Massimo Temporelli, di The Fablab, centro di ricerca e sviluppo, con un laboratorio di fabbricazione digitale condiviso ospitato all'interno di Talent Garden a Milano. Presente in tante tappe del Festival della Crescita, con The Fablab abbiamo appreso che una democratizzazione dell'innovazione produce opportunità, buona cultura, business e ottimismo, contribuendo concretamente a un miglioramento delle condizioni della società in cui viviamo. 📍