

THE MONTHLY LIFELINE SPECIAL EDITION

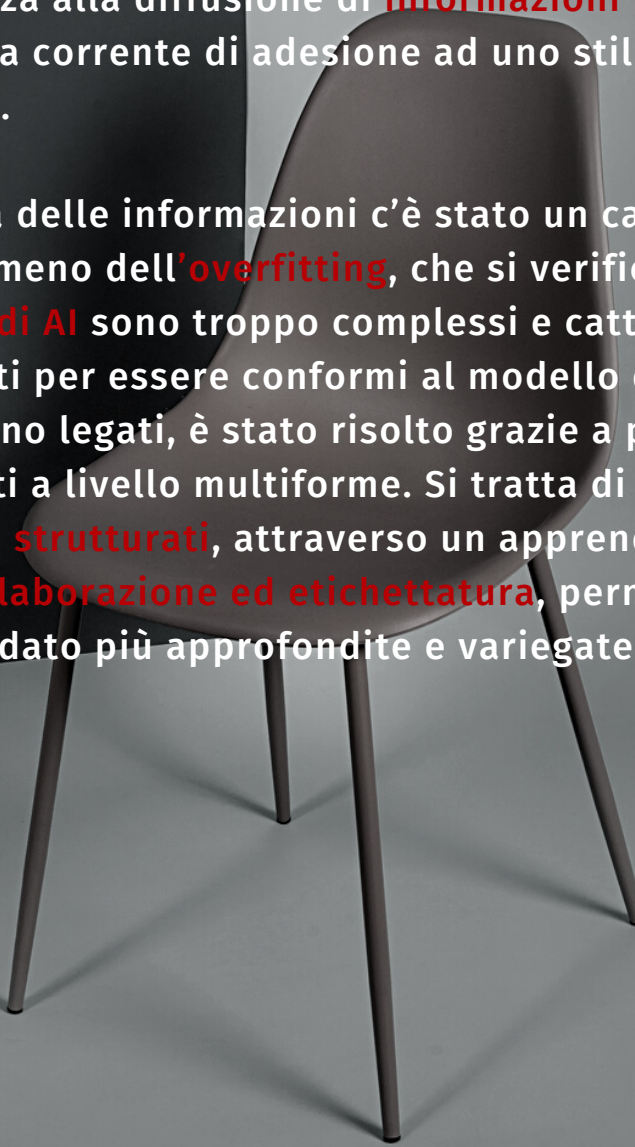
La Newsletter Ufficiale di Investech Spa

I DATI AL CENTRO DELL'INFORMAZIONE, INSIEME AI MODI
PER RENDERE I SERVIZI PIU' SOSTENIBILI

Investech Values / La selezione del 2023

Anno 2023: i valori che hanno caratterizzato la realtà di Investech Spa hanno a che fare con tematiche che riguardano **i dati come vettori di informazioni attendibili** e come **modello di apprendimento** che aiuta a migliorare **business e società**. Il 2023 ha portato con sé diversi eventi emblematici e trasversali che hanno messo in discussione **la scala valoriale del settore Media e Comunicazione**. Se un inizio di rivoluzione c'era già stato a partire dalla crisi sanitaria dovuta alla pandemia esplosa nel 2020, nel 2023 abbiamo avuto uno sviluppo ulteriore dei paradigmi di trasmissione e **rapporto tra informazione ed evento**. Allo stesso tempo, grazie al fenomeno dell'In-Housing, dove c'è un processo di internalizzazione nell'azienda dei processi di comunicazione esterni, l'ambito **Media e Adv** hanno avuto una grossa fetta dei finanziamenti da parte del **Venture Capital**.

Nel 2023 abbiamo avuto uno sviluppo ulteriore dei paradigmi di
trasmissione e rapporto tra informazione ed evento



La **decentralità e una più immersiva forma di esperienza digitale**, trasformata anche dal quadro politico degli ultimi anni, ha posto al centro l'informazione e la sua **trasparenza e affidabilità** come valore su cui poggiare altri valori come **etica e sostenibilità**, molto declamati affianco alle crisi ambientali e sociali che hanno afflitto anche le comunità occidentali con uno stato di benessere mediamente diffuso. L'**Information Technology e i Media** si accostano per fornire una visione della realtà sempre più pragmatica e **indipendente**, a dispetto della omologazione imposta a lungo dal fenomeno dei social media, dal quale adesso emerge una tendenza alla diffusione di **informazioni più verificate** e soprattutto in linea con la corrente di adesione ad uno stile più rivolto ai contenuti che alla *forma*.

Anche nelle fasi di raccolta delle informazioni c'è stato un cambio di marcia che ha visto il fenomeno dell'**overfitting**, che si verifica quando i **modelli di apprendimento di AI** sono troppo complessi e catturano frammenti di dati irrilevanti per essere conformi al modello di apprendimento al quale sono legati, è stato risolto grazie a procedure automatiche basate sui dati a livello multiforme. Si tratta di raccogliere dati sia strutturati che **non strutturati**, attraverso un apprendimento continuo di raccolta, **pre-elaborazione ed etichettatura**, permettendo metodologie di analisi del dato più approfondite e variegate.

L'Information Technology e i Media si accostano per fornire una visione della realtà sempre più pragmatica e indipendente

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE CONVERSAZIONALE CHE CONIUGA FLUDITA' NELLA COMUNICAZIONE E PROTEZIONE DEI DATI SENSIBILI

Work Hard List

Nei processi aziendali come **servizio clienti, recupero di dati aziendali** e supporto on demand, l'**intelligenza artificiale generativa** porta con sé molti vantaggi, ma anche qualche intoppo che non permette un **salto qualitativo adeguato per fornire servizi altrettanto efficienti** come quelli applicati da una conversazione umana. Tuttavia, negli ultimi mesi la capacità di **automatizzare contenuti e creare testo simile a quello umano** in risposta ad un input di altrettanto genere, è migliorata notevolmente. Sia per quanto riguarda la comprensione del testo, sia per quanto riguarda la **diffusione accidentale di dati sensibili**, in ottemperanza con le norme di legge vigente in materia di privacy.

Le tecnologie di **intelligenza artificiale conversazionale** si basano su **modelli di deep learning come GTP-3, GPT-4 E LaMDA**. Le più recenti tecnologie e tool vengono messe a disposizione **senza codice**, con un'interfaccia utente pulita, intuitiva e con la possibilità di **integrare l'intelligenza artificiale nei sistemi aziendali tramite API e widget**. La linearità con il contesto è poi uno dei fattori di maggior successo di questi strumenti, poiché consente un adeguamento con le situazioni in gioco divenendo un aiuto pertinente al caso specifico. Lo scopo è quello di **far comunicare un tipo di informazione massiva e casuale come quella raccolta dai dati**, ad un tipo di informazione filtrata dall'esperienza umana.

L'intelligenza artificiale generativa porta con sé molti vantaggi, ma anche qualche intoppo che non permette un salto qualitativo adeguato per fornire servizi altrettanto efficienti come quelli forniti da una conversazione umana

Blog: The Best of Month | Novembre/Dicembre

Abbiamo chiuso l'anno con degli argomenti, quelli di novembre e dicembre, che hanno a che fare con le potenzialità della macchina in direzioni pregevoli come quelle che riguardano la sostenibilità e più fantasiose come quelle che ci parlano del cinema anni sessanta, in cui la realtà aumentata vede il Cinema Esperienza come uno dei primi esperimenti di realtà virtuale. Il dispositivo meccanico Sensorama, prodotto da Morton Heilig nel 1962, proiettava pellicole dove oltre alla vista, anche altri sensi umani come olfatto e tatto venivano coinvolti. La sfida tecnologica per la sostenibilità ambientale invece ci ha portato nei fondali marini, dove si sperimentano modi di esplorazione che permettano il monitoraggio a scopo ecologico e sociale. Il tutto grazie a strumenti di Internet Of Things e Intelligenza Artificiale.

"Le tecnologie di intelligenza artificiale conversazionale si basano su modelli di deep learning come GTP-3, GPT-4 E LaMDA. Le più recenti tecnologie e tool vengono messi a disposizione senza codice, con interfacce intuitive e con la possibilità di integrare l'intelligenza artificiale nei sistemi aziendali tramite API e widget"

THE NEW IN

1974

La creazione di un sistema innovativo di esplorazione dell'informazione che consente al lettore di navigare tra un serie di approfondimenti è stato definito con precisione da Ted Nelson nel 1974 nel libro "Lib: Dream Machine", che introduce il concetto di ipermedia, un termine che fonde due parole: ipertesto e multimedia, che comprendono informazioni di grafica, audio, testo e video, che sono connesse tra di loro in maniera esponenziale a formare un reticolo all'interno del quale poter muoversi in maniera differenziata.

Credits: Wikipedia