

## Gato, l'AI multimodale che può compiere 604 task

È stata da poco presentata Gato, una Intelligenza Artificiale multimodale che, secondo alcuni esperti, apre nuove possibilità verso una IA con capacità paragonabili all'intelletto umano. Il modello è stato sviluppato dall'inglese DeepMind, azienda della galassia Google, ed è una parte del progetto di studio delle IA multimodali. Capaci di compiere un numero

maggiore, sebbene ancora limitato e finito, di compiti e richieste rispetto alle IA strette o deboli, specializzate in una singola funzione, le IA modali potrebbero essere un ulteriore tassello verso lo sviluppo delle IA generaliste o forti, capaci di compiere un numero indefinito di compiti. A differenza di altre IA simili, Gato è basata su un'unica rete neurale ad architettura



Transformer da 1,18 miliardi di parametri, rispetto a sistemi a più modelli specializzati che possono raggiungere i 175 miliardi di parametri,

ed elabora dati in un unico formato standardizzato detto «token», siano essi immagini, video, audio o testi. Attualmente può compiere 604

diverse task, dal controllo di bracci meccanici, al giocare con videogame Atari, al creare didascalie, senza eccellere in nessuna di queste. Stando a DeepMind Gato ha risultati ancora scarsi in 154 di questi compiti e prestazioni che oscillano intorno ad una prestazione media nei restanti 450. Sempre l'azienda sottolinea però come l'obiettivo di Gato non sia eccellere nelle task, ma riuscire a gestirne il maggior numero possibile, sottolineando come, ad un aumento dei parametri nelle varie versioni di Gato, l'IA au-

menti l'efficacia nell'esecuzione dei compiti e migliori i risultati finali. I prossimi obiettivi del progetto sono lo sviluppo dell'apprendimento in multi-task, che permetterà a Gato di combinare informazioni per un'analisi più completa e un addestramento che miri ad evitare errori e bias nell'IA, che comporterebbero possibili fonti di minacce anche fisiche e discriminazioni, sempre più difficili da prevenire e da individuare in IA complesse basate su blackbox opache e di difficile accesso.

**Emanuele DENTIS**

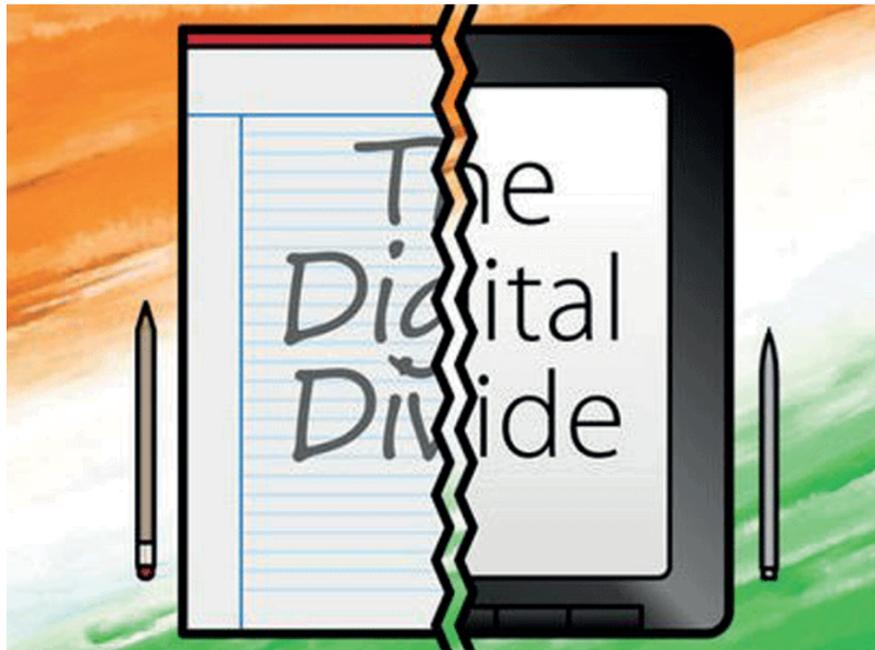
# APOSTOLATO **a** DIGITALE

condividere codici di salvezza

**ANALISI** – ATTENZIONE AI MITI: IL 33,8% DELLE FAMIGLIE ITALIANE NON HA UN COMPUTER

## Il digitale e gli esclusi: un problema sul lavoro, ma anche in parrocchia

**H**oward Gardner definiva i giovani con l'abitudine di risolvere ogni problema attraverso il click su un'icona del cellulare come «generazione app». Da allora, il mito del digitale come «risolutore magico» di ogni problema si è ulteriormente sviluppato contagiando persino la transizione digitale e l'obiettivo 9.c dell'Agenda Sostenibile dell'Onu (accesso universale a Internet). L'eccessivo entusiasmo, però, nasconde il pericolo di ingiustizie e iniquità. Secondo le ultime statistiche IstatT disponibili (2020), il 33,8% delle famiglie non possiede un computer e quasi il 30% non dispone di un accesso a Internet. Questi valori crescono drasticamente se la famiglia è composta solo da coniugi over 65: il 70,6% di loro non possiede un computer ed il 34% non accede a Internet. Non stupisce che, nonostante il 90% degli italiani sia possessore di una carta di credito/debito, solo il 47% abbia un account su una piattaforma di pagamento. Questo è il contesto in cui si realizzeranno i servizi digitali e l'accesso a Internet.



La fruizione di un qualsiasi servizio pubblico, persino la ricezione della ricetta medica, pone tre problemi: connettività, dispositivo, competenze. Chi non possiede una connessione a Internet oppure non dispone di uno strumento sufficientemente moderno o, peggio, non ha le abilità necessarie per padroneggiare un processo digitale (come Spid o pagamento) viene escluso dai servizi pubblici. Un terzo della popolazione scomparirebbe dai radar dell'assistenza e diventerebbe invisibile. La situazione non cambia se pensiamo ai ragazzi tra i 14-17 anni: 2 su 3 non possiedono competenze digitali di base!

Un semplice test può confermare questi timori: quanti sono in grado di inviare digitalmente un modulo firmato a mano? Questo processo implica la richiesta del documento, il download, la stampa, la compilazione, la scansione e, in ultimo, l'invio. Quanti sono capaci di farlo in autonomia? Quanti possiedono la stampante? Quanti sono in grado di usare lo scanner? Se non si è in

grado di fruire un servizio digitale, si è esclusi e non si lasciano tracce di sé. Senza l'etica, i servizi digitali e l'accesso a Internet creano emarginazione. Il digitale, se non governato, rincanta il mondo e chiede un prezzo da pagare: l'abbandono dei più deboli, degli indifesi, degli emarginati. Nel mondo del lavoro, ad esempio, si dice che il digitale crei più posti di lavoro di quanti ne distrugga. I posti di lavoro persi (cioè persone) riguardano le mansioni meno specializzate e non più necessarie; sono richieste nuove competenze, ma solo con contratti precari e poco remunerativi. Nasce la classe sociale dei lavoratori poveri, persone che, benché lavorino, galleggiano sulla soglia della povertà. La patina di benessere del digitale addormenta i nostri sensi o, come dice il salmo, nella prosperità l'uomo non dura. La Chiesa corre lo stesso rischio. Le parrocchie non si identificano più con la comunità territoriale, ma la parrocchia vive là dove si costituisce una comuni-

tà. Questa comunità fluida, libera dai vincoli territoriali, mantiene i contatti con WhatsApp o Facebook, apre la pastorale alle realtà locali e rivitalizza l'apostolato che, se non tenesse conto di questi processi digitali, sarebbe destinato a fallire. Per questo c'è bisogno di una preparazione maggiore, una conoscenza migliore, strumenti differenti e, ancora una volta, uno sguardo agli esclusi dal digitale, le periferie sociali, gli scarti di cui parla papa Francesco. L'apostolato digitale può parlare alla società fluida ed essere la cassa di risonanza delle realtà più emarginate che rischiamo di dimenticare. Non è un problema di etica del digitale (non siamo stati capaci di costruire una società giusta, come pensiamo di farlo con la tecnologia?), è un problema di etica nel digitale, di persone e stili di vita nuovi. Cambiare il cuore delle persone cambia la società, la tecnologia, il digitale.

**Edoardo MATTEI**  
Docente di Teoria dei Media Digitali

**CONTENUTI E DIRITTI** – COSA CAMBIERÀ?

## Notizie su web: piattaforme sì, ma con regole

Internet ha portato all'interno del mondo dei giornali grandi cambiamenti non solo sotto l'aspetto dell'organizzazione del lavoro, ma soprattutto sotto quello della distribuzione e della fruizione dei contenuti creati dai giornali come foto, video e articoli. Se nei primi anni gran parte degli editori era convinta di poter sostenere i costi attraverso la pubblicità derivante dagli accessi ai singoli articoli e al sito della testata mantenendo gratis la lettura degli articoli, nel corso degli anni e con l'avanzare della crisi nel mondo dell'informazione molti giornali si sono avvicinati a modelli di business freemium (una parte di articoli gratis e un'altra a pagamento) o creando forme di abbonamento per i lettori. Una delle più grandi lotte che i grandi editori hanno condotto negli ultimi anni è quella contro Google News, la sezione notizie di Google, e Facebook, accusate di utilizzare gli articoli dei giornali per generare traffico sulla piattaforma senza pagare ai giornali per l'utiliz-



**A maggio Google ha trovato l'accordo con 300 giornali, pagando per inserire i loro articoli nei motori di ricerca**

zo di tali contenuti. Questa lotta che aveva visto editori e grandi piattaforme in un feroce muro contro muro è arrivata ad un punto di svolta con la direttiva sul copyright del 2019 da parte del Parlamento europeo che ha obbligato le piattaforme in determinati casi a pagare i giornali. Per questo Google e Facebook hanno accettato di trattare con i singoli gruppi di editori per evitare di incorrere in sanzioni peggiori. Nel mese di maggio Google ha trovato l'accordo con circa 300 giornali e siti di news in Europa, offrendosi di pagare per poter inserire i loro articoli nei motori di ricerca. La scelta delle piattaforme nasce dalla decisione dell'Ue di regolamentare un settore che sino ad oggi aveva generato enormi profitti per poche aziende in grado di controllare il mercato e dettare le proprie condizioni. In questo modo si vuole dare una svolta a questo decennale contenzioso tra giornali e piattaforme per scrivere nuove regole e dare ossigeno al settore ormai in affanno dell'editoria.

**Alessandro MANNO**



**Relazioni di comunità nell'era digitale**

Gli esiti della ricerca che ha coinvolto le parrocchie.