

CREATIVITY

MARKETING | MEDIA | DIGITAL | PITCH | WORLD | PEOPLE | DATACENTER |

/ eventi

LA SFIDA DELLA ROBOTIZZAZIONE NEL DUELLO 'CLOWN VS. SCIENTIST'

12 APRILE 2017

di Andrea Crocioni

Robot sempre più umani e attivamente presenti nelle nostre vite: non è più lo scenario di un film di fantascienza, ma la concreta prospettiva di un futuro ormai prossimo.

Un cambiamento epocale, destinato a rivoluzionare abitudini e relazioni fra gli individui e che, naturalmente, avrà dei riflessi nei processi di comunicazione fra aziende e consumatori. Una nuova sfida per l'umanità che i pubblicitari **Pasquale Diaferia** e **Sergio Spaccavento** hanno voluto affrontare a modo loro con l'evento 'Clown vs. Scientist', un nuovo format presentato lunedì 10 aprile a Milano presso il **Centro Enel** di Via Broletto. Di fronte a una selezionata platea di circa 70 manager d'azienda, hanno duellato sul palco i rappresentanti del mondo della creatività – i clown del titolo – e uomini di 'numeri'.

Il tutto per decidere chi è più decisivo nello sviluppo dell'intelligenza artificiale e dei robot di conversazione, i chatbot. Tre creativi indipendenti e pluripremiati di scuola multinazionale – gli stessi Pasquale Diaferia e Sergio Spaccavento (**Conversion**), affiancati da **Gianni Miraglia** – si sono confrontati con colleghi del mondo del media, del 'codice' e della sicurezza in ambito informatico, ovvero **Vittorio Bucci (Phd)**, **Matteo G.P. Flora (The Fool)** e **Michele Sarzana (Fastweb)**.

L'intento, chiaramente provocatorio, era quello di stabilire se le macchine che influenzeranno le nostre vite future dovranno avere più anima drammaturgica, o semplicemente struttura di codice di programmazione.

“Ovviamente – ha spiegato Sergio Spaccavento, intervistato a margine dell'incontro – la risposta è che questi due mondi hanno bisogno uno dell'altro. Non ci si può continuare a ignorare a vicenda. I creativi non devono avere paura dell'intelligenza artificiale. La velocità di elaborazione di un'enorme mole di dati da parte delle macchine può diventare un supporto prezioso per il nostro lavoro. I big data sono utili alla creatività, il vero rischio per noi è la mancanza di analisi. Il clown può diventare un super clown proprio grazie alla scienza, ma la scienza da sola non basta”.

Ha aggiunto Diaferia: “La robotizzazione cambierà radicalmente la struttura del mercato della comunicazione. Dopo la rivoluzione digitale, possiamo dire di essere di fronte a un ulteriore passaggio epocale. Questo format è di grande attualità, tanto che lo riproporremo nei prossimi mesi in altri importanti manifestazioni. Abbiamo già avuto richieste in tal senso”.

Ha aggiunto **Dario Corrisio**, responsabile Flag Ship Store Enel di Milano e 'padrone di casa': “Abbiamo deciso di tenere a battesimo questa iniziativa perché di sposa alla perfezione con la filosofia di una grande azienda come Enel, orientata al cambiamento e proiettata verso il futuro”.

