TRIBE v2, intelligenza artificiale e il futuro della professione



Il 26 marzo 2026 Meta ha reso pubblico **TRIBE v2**, un modello di intelligenza artificiale addestrato a predire come il cervello umano elabora qualsiasi stimolo visivo, sonoro o linguistico.

Il tool è open source, scaricabile da chiunque, applicabile in pochi passaggi. Il neuromarketing è già nei programmi universitari e nelle pratiche delle agenzie: la domanda che questo articolo prova ad affrontare non riguarda se utilizzarlo, ma cosa cambia per le relazioni pubbliche quando strumenti un tempo riservati a laboratori specializzati diventano accessibili a livello industriale.

Attraverso il concetto di cognitive load, la letteratura più recente sulla neurodivergenza e il framework del tessitore sociale elaborato da Toni Muzi Falconi, **l'articolo completo, che trovate anche in calce**, analizza le opportunità concrete e i rischi strutturali di uno strumento senza precedenti: da un

lato la possibilità di progettare comunicazione più efficace e accessibile, dall'altro il rischio che l'ottimizzazione neurologica dei messaggi eroda proprio quelle competenze relazionali che sono al cuore del nostro mestiere.

Una riflessione specifica riguarda infine l'organizzazione che ha prodotto e rilasciato lo strumento. Ragionare su TRIBE v2 significa anche ragionare su Meta oggi e su quali interessi muovono la sua generosità open source.

Le domande che TRIBE v2 porta con sé riguardano chi vogliamo essere come professioniste e professionisti, cosa siamo disposti a delegare e cosa invece deve restare profondamente umano. In un ecosistema in cui gli strumenti cambiano con una velocità che la formazione professionale fatica ad assorbire, la risposta più utile non è l'entusiasmo né il rifiuto, ma la consapevolezza critica con cui decidiamo come usarli.

Qui l'articolo completo (file allegato in .PDF)