

Intelligenza artificiale, ora Dall-E 2 sa anche creare le proteine: i possibili sviluppi

La tecnologia di DALL-E 2 mutuata alla biotecnologia che ne fa uso per creare proteine non presenti in natura, aprendo così una nuova era nel rapporto tra Intelligenza artificiale e laboratori farmaceutici. Le sperimentazioni negli Usa

**FIRMATO DALLE TRE GRANDI
RELIGIONI MONOTEISTE UNO
STORICO APPELLO PER LO
SVILUPPO ETICO
DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE**



Lo sviluppo etico dell'intelligenza artificiale è stato il tema dell'incontro che si è tenuto martedì in Vaticano, promosso dalla Fondazione vaticana RenAIssance, dal Forum per la Pace di Abu Dhabi e dalla Commissione per il dialogo interreligioso del Gran Rabbinato di Israele, e che ha visto la firma della *Rome Call for AI Ethics* da parte dei rappresentanti delle tre religioni abramitiche: l'ebraismo, il cristianesimo e l'islam.

Il rabbino capo Eliezer Simha Weisz, membro del Consiglio del Gran Rabbinato di Israele, l'arcivescovo Vincenzo Paglia, presidente della Pontificia Accademia per la Vita e della Fondazione RenAIssance, e Shaykh Al Mahfoudh Bin Bayyah, Segretario Generale del Forum per la Pace di Abu Dhabi, hanno aderito all'appello messo a punto nel febbraio del 2020 e sottoscritto da società come Microsoft e IBM, dalla FAO e da rappresentanti del Governo italiano. Secondo il *Rome Call* le Big Tech si impegnano a seguire i principi di trasparenza, inclusione, responsabilità, e imparzialità nello sviluppo dell'intelligenza artificiale.

"L'ebraismo esalta la saggezza dell'umanità, creata a immagine e somiglianza di D-o, che si manifesta in generale nell'innovazione umana e in particolare nell'intelligenza artificiale", ha dichiarato il rabbino Weisz.

“La firma della Rome Call da parte di leader religiosi insieme ad ebrei e musulmani e la richiesta congiunta di un’algoritica che guidi la progettazione dell’intelligenza artificiale parla della necessità sempre più urgente di costruire percorsi di pace, di rispetto reciproco, di dialogo e di comunità” ha sottolineato l’arcivescovo Paglia.

Lo sceicco Abdallah bin Bayyah si è soffermato sullo scopo delle religioni. “Le religioni e le leggi, nel loro sforzo di promuovere il benessere e l’accompagnamento, si preoccupano di assicurare che le innovazioni e le conquiste scientifiche e tecnologiche tengano conto di quadri etici che preservino la dignità e la nobiltà dell’uomo, e di fatto ne proteggano la vita” ha affermato lo sceicco.

Tra i partecipanti a questo storico incontro, insieme ai rappresentanti di Microsoft e di IBM anche il rabbino David Rosen, direttore Affari Religiosi dell’American Jewish Committee, e l’imam Yahya Pallavicini, vice presidente Comunità Religiosa Islamica Italiana. Le delegazioni sono state ricevute da papa Francesco che ha rinnovato il suo interesse nei confronti di uno sviluppo etico dell’intelligenza artificiale, sottolineando come “la riflessione etica sull’uso degli algoritmi, sia sempre più presente, oltre che nel dibattito pubblico, anche nello sviluppo delle soluzioni tecniche”.

Anche i rappresentanti delle maggiori società tecnologiche hanno dato interessanti spunti di riflessione sul ruolo dell’intelligenza artificiale nel prossimo futuro, nel quale la tecnologia progredirà in maniera esponenziale. “Dobbiamo garantire che l’AI rimanga uno strumento creato dall’umanità per l’umanità”, ha sottolineato Brad Smith, Vice Chair e Presidente di Microsoft. “Il fatto che le grandi religioni monoteiste si siano riunite per riflettere e agire sulle implicazioni dello sviluppo di tecnologie sempre più avanzate, è di importanza storica”, ha aggiunto Darío Gil, Senior Vice President e Direttore della Ricerca di IBM.

Le scuole di Seattle fanno causa a Instagram e TikTok: stanno avvelenando i nostri ragazzi a scopo di lucro



Il distretto scolastico della città americana ha presentato denuncia contro Meta, Google, Snap e ByteDance perché «hanno sfruttato per profitto i cervelli vulnerabili dei giovani»

Il caso al momento pare essere unico nel suo genere, pur essendo accompagnato dalle **centinaia di cause intentate dalle singole famiglie**. Ma quanto portato avanti dal [distretto scolastico di Seattle](#), metropoli del nord-ovest americano sede di Amazon e Microsoft, potrebbe essere l'inizio di un nuovo movimento. In sostanza tutte le scuole pubbliche della città

hanno intentato causa contro i giganti dei social media: **Meta** (Facebook, Instagram, WhatsApp), **Google** (YouTube), TikTok (l'azienda cinese dietro la piattaforma si chiama **ByteDance**), **Snap**, la società che controlla SnapChat. Perché? Nella denuncia si va direttamente al sodo: «Gli imputati hanno sfruttato con successo i cervelli vulnerabili dei giovani, **agganciando decine di milioni di studenti in tutto il Paese** attraverso un circuito vizioso di risposte positive sui social media che porta all'uso eccessivo e all'abuso delle piattaforme. Peggio ancora», prosegue il documento legale, «il contenuto che gli imputati propongono e indirizzano ai giovani è **troppo spesso dannoso e teso allo sfruttamento** per interessi economici». In sostanza, riassumendo quanto segue nelle 91 pagine che compongono la denuncia, le aziende sopra citate sono portate davanti al giudice per aver «avvelenato i giovani» con **una vera e propria dipendenza da social media**, con il risultato che le scuole non possono **adempiere correttamente alla propria missione educativa** perché un numero sempre maggiore di studenti soffre d'ansia, depressione e altri problemi psicologici legati o acuiti dall'utilizzo delle piattaforme per la socialità digitale.

Come detto, l'iniziativa del distretto di Seattle – un centinaio di scuole per un totale di circa 50 mila ragazzi e ragazze – appare unica nel suo genere. Ma fa seguito a un biennio, 2021 e 2022, che ha visto centinaia di [cause intentate dalle famiglie americane](#) contro le firme dei social media, secondo [Bloomberg](#) almeno una dozzina delle quali legate a **casi di suicidio tra i più giovani**. Da un lato dunque c'è senz'altro l'uscita dal periodo del lockdown – momento di isolamento, vissuto da molti tutto in digitale, che si è rivelato **spesso devastante per la generazione più giovane** -, e dall'altro c'è stata la serie di inchieste portate avanti dal [Wall Street Journal](#), i cosiddetti «Facebook Files» nati a seguito delle [rivelazioni fatte dall'ex dipendente di Mark Zuckerberg, Frances Haugen](#).



Frances Haugen durante l'audizione in Senato

Tra le accuse di Haugen c'era l'affermazione secondo cui la società (Meta, dunque) stava **consapevolmente depredando i giovani vulnerabili** per aumentare i profitti. Nello specifico, gli articoli del WSJ avevano puntato il dito [contro l'algoritmo di Facebook](#) – che sarebbe intenzionalmente premiante dei contenuti divisivi – e su una ricerca interna all'azienda, tenuta poi segreta, che mostrava come l'utilizzo di [Instagram può portare a pericolosi effetti negativi](#). Una slide della ricerca – non a caso risalente al marzo 2020, momento di inizio delle misure di isolamento per limitare la pandemia – raccontava di come **un terzo delle ragazze adolescenti** non a proprio agio con il proprio fisico ritenessero che Instagram le facesse sentire ancora peggio. Il Congresso ha tenuto diverse udienze, a seguito delle quali per esempio Instagram ha [introdotto i controlli parentali sull'app](#). E sono state avviate indagini. Ma la linea di difesa delle aziende – basata sul [Communications Decency Act](#) – si è sempre trincerata dietro l'**immunità dai reclami su contenuti pubblicati dagli utenti**. E su cui le piattaforme avrebbero una

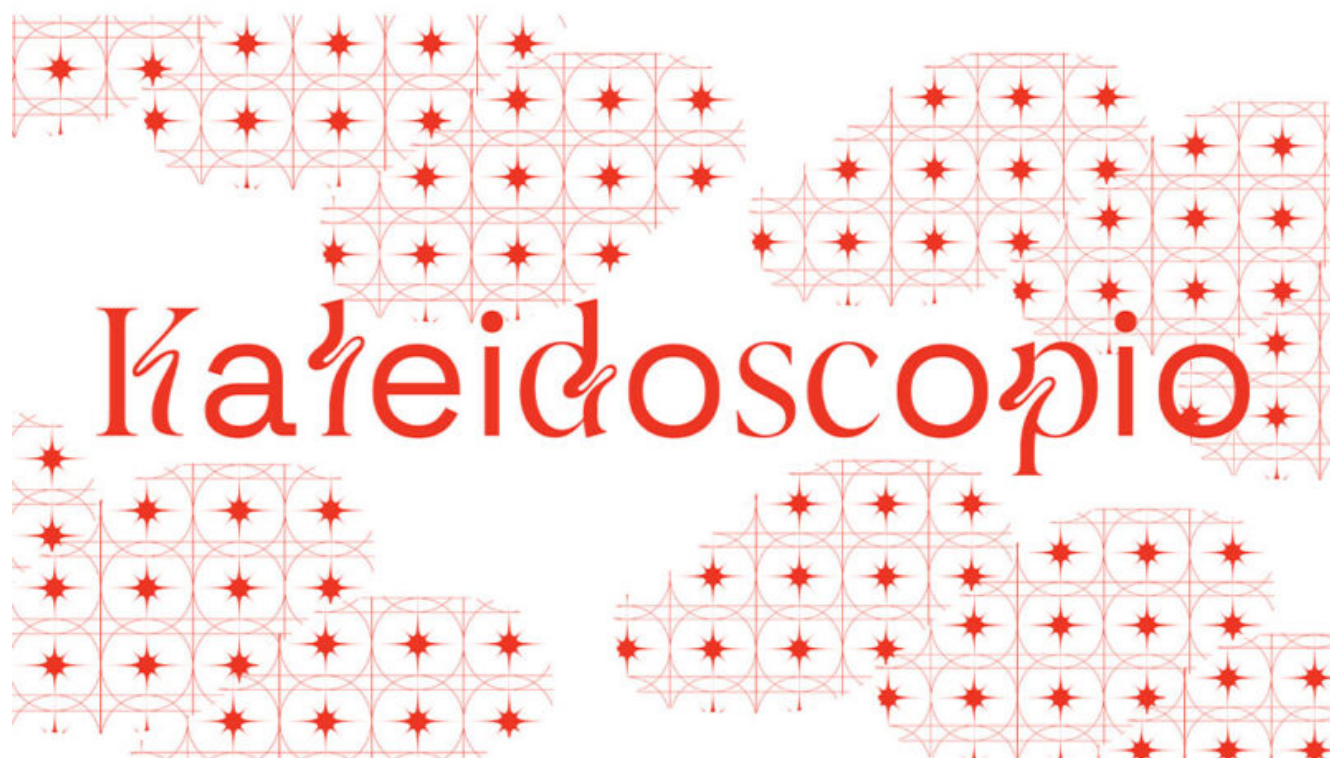
responsabilità relativa. Una legge del 1996 che ha visto diversi repubblicani e democratici d'accordo per l'urgenza di una riforma. Il presidente Biden, in occasione del **discorso sullo Stato dell'Unione**, aveva implorato il Congresso di «ritenere le piattaforme di social media responsabili dell'esperimento nazionale che stanno conducendo sui nostri figli a scopo di lucro».

Consigli dagli algoritmi? No, grazie: la campagna di “resistenza” della FNAC

FNAC lancia “la prima campagna anti-personalizzazione che scoppia la bolla di raccomandazioni”. Obiettivo affermarsi come un brand che ci tiene a diffondere la pluralità culturale e fare una denuncia aperta al confinamento che, secondo l'azienda, gli algoritmi provocano nei loro clienti

Come viene influenzata la costruzione della nostra identità in rapporto al mondo

virtuale?



MATTIA GABELLINI
in dialogo con
CAROLINA CORSATO