



## Seminario

# “LA VELOCITÀ DEL CAMBIAMENTO: COME LA TECNOLOGIA, LE SCOPERTE SCIENTIFICHE E LE PANDEMIE HANNO SEGNATO LO SVILUPPO DELLA MENTE UMANA”

Venerdì 8 marzo 2024 – Ore 15

Università Cattolica del Sacro Cuore (Milano) – Aula C012, sede di Via Carducci 28/30

---

Nell'affascinante cornice dell'Aula C012 nella sede di Via Carducci 28/30 a Milano, l'**Università Cattolica del Sacro Cuore** ha ospitato **venerdì 8 marzo** un seminario che ha esplorato l'impatto della tecnologia, delle scoperte scientifiche e degli eventi pandemici sullo sviluppo della mente umana. Organizzato da **ALMED** (Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo) e dal **Master in Media Relation e Comunicazione d'Impresa**, l'evento ha riunito numerosi esperti del settore della comunicazione e studenti.

Il seminario ha affrontato domande cruciali riguardo a come gestire l'accelerazione del cambiamento e come anticipare le tendenze che influenzano le professioni della comunicazione e dei suoi protagonisti.

In seguito ai saluti introduttivi del *Magnifico Rettore dell'Università Cattolica del Sacro Cuore* **Franco Anelli**, della *Direttrice di ALMED* **Mariagrazia Fanchi** e di **Ruggero Eugeni**, *Direttore del Master in Media Relation e Comunicazione d'Impresa*, **Stefano Lucchini**, *Chief Institutional Affairs and External Communication Officer di Intesa San Paolo*, ha guidato la discussione insieme a **Ciro De Florio**, *Professore Associato di Logica e Filosofia della Scienza presso la Facoltà di Economia dell'Università Cattolica di Milano*, e **Uljan Sharka**, *CEO della società iGenius*.

**Stefano Lucchini** ha dato il via al dibattito, affermando: “Voglio iniziare riflettendo sul ruolo rivoluzionario di Gutenberg, sulla sua introduzione dei caratteri mobili e sulla diffusione del sapere attraverso la stampa. È importante considerare attentamente come questo progresso abbia portato a cambiamenti significativi nella società, come guerre, scismi e l'avvento dell'Illuminismo. L'idea che siano nate controriforme, ad esempio, ha permesso di sviluppare le opere di Galilei. L'uomo, in quell'epoca, poteva capire finalmente come esprimersi, iniziando a crescere più velocemente. La velocità del cambiamento favorita dalla stampa ha influenzato di conseguenza anche la comunicazione, permettendo lo sviluppo della mente umana. Questi temi sono rilevanti ancora oggi perché influenzano la comunicazione moderna e tematiche fondamentali come l'etica e le fake news”.

Il Professor **Ciro De Florio** ha offerto una prospettiva filosofica, dichiarando: “Vorrei partire dalla velocità, dagli studi di fisica: noi non avvertiamo la velocità uniforme, avvertiamo le accelerazioni. Noi, in questo caso, stiamo avvertendo un senso di accelerazione. Questo avvertimento è reale o è un'accelerazione illusoria? Le generazioni di donne e uomini vissute in tutti questi secoli erano a conoscenza di questi cambiamenti? Le accelerazioni sono quasi sempre dovute a una maggiore interazione con artefatti cognitivi, cioè dispositivi in grado di aumentare e migliorare una nostra



*performance cognitiva. Acceleriamo tutte le volte che gestiamo meglio le informazioni e ogni volta che entriamo in contatto con artefatti cognitivi. Per valutare questa rivoluzione digitale noi dovremmo fare un passo a lato e tenere conto delle modifiche che sono rilevanti per noi umani. È necessario considerare e riassetare i parametri in base ai quali ascriviamo delle modificazioni. Per capire i dispositivi complessi servono specializzazioni, esperti e una conoscenza architettuale. Questi sistemi devono essere ispezionabili: la trasparenza di questi è fondamentale e devono essere fatti in modo da poter essere interrogati rispetto alle informazioni che producono”.*

**Uljan Sharka**, CEO di **iGenius**, la società di intelligenza artificiale che ha ideato e sviluppato **crystal**, il primo Virtual Advisor per la data intelligence, ha portato il suo contributo: *“La velocità di cambiamento è sempre stata influenzata dallo sviluppo della mente umana. Questa voglia di inventare fa parte della vita stessa. Se pensiamo all’intelligenza artificiale, è uno degli strumenti che l’essere umano ha inventato con l’arrivo della stampa. Da lì sono stati inventati oggetti, strumenti, è stata sviluppata la dignità dell’uomo. Per ciascuna rivoluzione c’è un effetto esponenziale della velocità di cambiamento. Ora stiamo vivendo un momento in cui l’intelligenza artificiale viene definito un essere che ha una sua autonomia. E questo è un effetto dei mercati, di come gli umani stanno utilizzando la conoscenza per evolversi. Le sfide dell’intelligenza artificiale saranno l’integrazione e la certificazione della conoscenza. Il rinascimento digitale sarà un’opportunità di mettere l’uomo al centro. Siamo all’inizio, l’intelligenza aumentata disegnerà il nostro futuro. Diventa fondamentale diffondere una cultura che alimenti queste tecnologie. Da una cultura quotidiana può e deve nascere una cultura industriale. Il fenomeno dell’intelligenza artificiale è partito da tutti noi, nel momento in cui abbiamo deciso di concedere il potere dei nostri dati e delle nostre conoscenze. L’individuo deve decidere di fare delle scelte che andranno a influenzare il panorama delle cose. Siamo una specie fortunata, in grado di comprendere ciò”.*

L'incontro ha fornito una riflessione approfondita delle **sfide** e delle **opportunità** che le professioni della comunicazione affrontano in un mondo in continua evoluzione. I partecipanti, intervenuti nella parte finale del seminario con molteplici e stimolanti domande, hanno avuto l'opportunità di apprendere dalle **esperienze** e dalle **visioni** dei relatori, scambiando idee e conoscenze con l'obiettivo di acquisire nuove **prospettive** e preziosi spunti per navigare con successo nel complesso panorama della comunicazione moderna.

**Riccardo Zardini**

Mail: [riccardo.zardini01@icatt.it](mailto:riccardo.zardini01@icatt.it)

[riccardo.zardini@gmail.com](mailto:riccardo.zardini@gmail.com)

Matricola: 5312473











UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore



**ALMED**  
ALTA SCUOLA IN MEDIA  
COMUNICAZIONE E SPETTACOLO

