

I social media manager verranno sostituiti dall'Intelligenza Artificiale?

27 Giugno 2018

Da qualche tempo ormai, sentiamo ripetere che l'Intelligenza Artificiale sostituirà gran parte del lavoro umano. Tuttavia, parlando con un guru dell'hi-tech marketing come Guy Kawasaki (ex chief evangelist di Apple), abbiamo avuto l'impressione che non sia proprio così scontato

La **creatività** ha, e sempre più avrà, un ruolo fondamentale all'interno del **digital marketing**. È questo uno dei messaggi che recepiamo dal **primo convegno nazionale** sul tema della **convergenza** tra **Intelligenza Artificiale**, **social media** e **mobile**, organizzato da [The Digital Box](#). Sono sempre di più, e sempre più efficienti, gli strumenti che ci permettono di migliorare la qualità del lavoro. Ma l'elemento decisionale, il giudizio, la scelta, rimangono sempre a discrezione dell'essere umano.



Guy Kawasaki

*“Finché crederemo che il social media marketing sia un’arte, – ci spiega **Guy Kawasaki**, keynote speaker dell’evento – allora ci sarà spazio per le scelte fatte dagli uomini. Il primo obiettivo dell’**Intelligenza Artificiale applicata ai social**, originariamente, è stato quello di poter **gestire una grande quantità di dati**, molti più dati di quanti la nostra mente possa permettersi di processare. Oltre a questo è stato quello di aiutare a compendiare i contenuti e, qualche volta, anche a prendere decisioni al posto nostro. Detto questo, non so se i social media manager possano essere sostituiti in futuro, potrebbe anche accadere, ma **io credo che il marketing sia un’arte**, e che come ogni arte vada condotta dall’uomo”.*

Tra gli ospiti della conferenza anche il direttore del centro di ricerca ICT di FBK **Paolo Traverso** che, tra le altre questioni legate alla convergenza digitale, ha toccato proprio questo tema: *“C’è tanta paura che l’intelligenza artificiale possa rubare il posto ai lavoratori e, creando dei sistemi di social media management intelligenti, si può pensare che sia fondata. Ma io non credo sia così. **Il social media manager è un lavoro creativo** e potrà aiutarci a creare dei sistemi che gli saranno di supporto, così da permettergli di **fare cose ancora più creative** ed efficaci”.*



Paolo Traverso

L’interesse per il futuro di chi gestisce i social è registrato dal fenomeno della **convergenza digitale**, che trova proprio nel mobile il suo apice: circa **il 49% della popolazione mondiale usa lo smartphone** per navigare in internet, e **oltre 2,958 miliardi di persone** (il 39% della popolazione) **usa i social media da mobile** (Fonte WeAreSocial). Lo smartphone, infatti, da strumento di comunicazione personale, è diventato una vera e propria estensione dell’identità individuale all’interno della web community. Navigazione internet e fruizione dei Social Media, avvengono oggi prevalentemente da dispositivi mobile, con **più di 1,23 miliardi di utenti online ogni giorno** da smartphone e tablet. Ed è qui che il marketing cerca di ottenere il massimo dei risultati, cercando di sfruttare al meglio gli strumenti messi a disposizione dall’intelligenza artificiale.



Guy Kawasaki e Marco Landi

Uno di questi è **ADA**, prodotto di **The Digital Box**, che permette di creare, distribuire e misurare campagne di contenuti mobile-friendly. L'azienda ha sede in Puglia, più precisamente a Bari, al centro della "Murgia Valley", e il suo attuale presidente è **Marco Landi**, già COO di Apple e facilitatore del rientro di **Steve Jobs** nella compagnia di Cupertino nel 1996. In una breve chiacchierata sottolinea come l'aspetto della genialità sia fondamentale per l'innovazione.

"Se non c'è creatività e genialità, non si possono vedere cose nuove. Oggi si copia molto. Ma c'è un'elemento che sta cambiando, che è la disponibilità di un'Intelligenza Artificiale sempre più profonda. Sfortunatamente molte delle innovazioni che vedremo in futuro non arriveranno dall'Europa, ma dagli Stati Uniti e soprattutto dalla Cina. Ed è per questo che dobbiamo essere evangelisti, **diffondere sempre più la cultura riguardante queste tecnologie**, per colmare il gap esistente tra noi e questi Paesi con le loro big companies."

In sostanza abbiamo compreso che il lavoro di chi fa marketing e comunicazione potrà esser di gran lunga migliorato e facilitato negli anni a venire. Il chiaro messaggio agli addetti ai lavori è che rimarrà a disposizione solo uno strumento che farà la **differenza tra l'uomo e la macchina: la creatività.**

La creatività consiste nel mantenere nel corso della vita qualcosa che appartiene all'esperienza infantile:
la capacità di creare e ricreare il mondo.
È l'onnipotenza del pensiero propria dell'età infantile.

LINK

<https://magazine.fbk.eu/it/news/i-social-media-manager-verranno-sostituiti-dallintelligenza-artificiale/>

TAG

- #artificial intelligence
- #FBK*AI 2018
- #intelligenzaartificiale
- #mobile
- #social media
- #social network

MEDIA COLLEGATI

- Sito Digital Convergence Day: <https://www.digitalconvergeday.com>

AUTORI

- Alessandro Girardi
- Giancarlo Sciascia