Tesi di laurea di Riccardo Stevanato
Relatore Francesco Provenzano
Correlatore Andrea Di Salvo
Correlatore Mirco Zancone

AAI

Strategie, strumenti e nuove competenze

AI Bridge dimostra come il Service Design possa creare una sinergia efficace tra designer e intelligenza artificiale, offrendo strategie, strumenti e competenze per integrare l'AI nella comunicazione, nella user-experience e nel digital design.

Il percorso di ricerca culmina in AxeptAI (AAI), un toolkit operativo che traduce teoria e sperimentazione in pratiche professionali concrete.

Politecnico di Torino
LM Design Sistemico
Tesi di laurea Magistrale
A.A. 2024/25 - Luglio 2025

Politecnico di Torino
DAD Dipartimento di Architettura e Design

2025

Quest'opera è soggetta alla Creative Commons Public Licence versione 2.5 o posteriore. L'enunciato integrale della Licenza in versione 2.5 è reperibile all'indirizzo internet

http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/deed.it.

- Si è liberi di riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare,

Eseguire e recitare quest'opera alle seguenti condizioni:

Attribuzione: Bisogna attribuire la paternità dell'opera nei modi indicati dall'autore o da colui al quale è stata data quest'opera in licenza.

Non commerciale Non si può usare quest'opera per fini commerciali.

Non opere derivate Non si può alterare o trasformare quest'opera, né usarla per crearne un'altra.

- Ogni volta che si usa o si distribuisce quest'opera, lo si deve fare secondo i termini di questa licenza, che va comunicata con chiarezza.
- In ogni caso si possono concordare con il titolare dei diritti d'autore utilizzi di quest'opera non consentiti da questa licenza.

Ringraziamenti

Fin dal primo incontro il prof. Francesco Provenzano ha accolto con entusiasmo la mia proposta di esplorare il campo dell'intelligenza artificiale. Da allora mi sono immerso in un contesto rapido e in continua evoluzione che mi ha offerto l'opportunità di confrontarmi dapprima con professionisti di tutta Italia e, in seguito, con colleghi provenienti da quattro diversi continenti, aprendomi a prospettive e culture lontane dalla mia.

Ringrazio dunque il prof. Francesco Provenzano per avermi guidato in questo viaggio, per aver condiviso con me la sua profonda conoscenza del service design e per avermi sostenuto nei momenti di incertezza, quando faticavo a individuare la rotta, come una caravella in mare aperto.

Desidero inoltre ringraziare Mirco Zancone per il costante supporto nelle varie fasi del lavoro e per l'aiuto con gli aspetti pratici e teorici della tesi.

Un sentito grazie anche al prof. Andrea Di Salvo per le sue opinioni illuminanti.

Infine, esprimo la mia più sincera gratitudine ai miei genitori, alla mia famiglia e a tutte le persone che, in questo percorso di formazione e di vita, mi hanno incoraggiato e sostenuto nel perseguire i miei obiettivi.

Abstract

L'intelligenza artificiale è passata in pochi anni da curiosità di laboratorio a motore invisibile di gran parte dei processi creativi. Algoritmi generativi già oggi scrivono codice, disegnano interfacce e producono contenuti su scala globale. Questa trasformazione, se da un lato amplifica le possibilità espressive, dall'altro rischia di marginalizzare le competenze umane dei designer, radicate nella cultura del progetto.

AI Bridge nasce per trasformare il rischio in opportunità, costruendo un ponte fra progettisti e AI. La ricerca adotta il Service Design come filo conduttore: sessantaquattro agenzie di comunicazione, team UX e studi di design in quattro continenti hanno partecipato a interviste, workshop e sessioni di co-creazione, facendo emergere bisogni formativi, barriere operative e aree di sperimentazione.

Da questi insight prende forma **AxeptAI (AAI)**, un servizio che unisce creatività umana e potenza algoritmica.

ATTRAVERSO UN SISTEMA DI FILTRI INTELLIGENTI, AXEPTAI GENERA SITI WEB E APP SU MISURA, MENTRE UN POOL DI ESPERTI OFFRE CONSULENZE SU COPYRIGHT E PROPRIETÀ INTELLETTUALE, CREANDO UN PONTE OPERATIVO, AGGIORNABILE E UMANO FRA PROFESSIONISTI E INTELLIGENZA ARTIFICIALE.

Indice

La presente tesi, **AI Bridge – Service Design per la sinergia tra designer e intelligenza artificiale**, è articolata in **due volumi complementari.**

Volume 1 - Analisi e Fondamenti

Inquadra il tema partendo dai metodi del Service Design, ripercorre l'evoluzione storica e culturale dell'AI, analizza gli scenari contemporanei e presenta una rassegna di casi studio funzionali alla ricerca.

Abstract 6

Introsuzione 12

Metodo 18
1.1 Service design: il metodo 'direttore d'orchestra'. 23
1.2 Il Double Diamond. 25

Comprendere 38
2.1 Contesto e obiettivo. 38
2.2 Storia ed evoluzione dell'AI. 39
2.3 Contemporaneità. 42
2.4 Casi studio. 69

Riferimenti bibliografici 429

Volume 2 - Progettazione e Validazione

Trasforma gli insight emersi nella fase di analisi in un concept di servizio – AxeptAI (AAI) – e ne documenta l'intero percorso di sviluppo: ricerca sul campo, definizione della challenge, prototipazione, user-testing e roadmap di implementazione.

Osservare **439**

3.1 Interviste 440

Definizione del punto di vista **751**

4.1 Temi emersi dalla ricerca sul campo. 753

4.2 Personas e User journey. 792

4.3 Definizione della design challenge e del progetto. 804

Ideazione **809**

5.1 Workshop. 814

5.2 Scelta del concept e revisione critica. 823

5.3 Service blueprint. 826

Prototipazione **839**

6.1 Il primo passo: sitemap. 840

6.2 Architettura dell'informazione e alberatura. 845

6.3 Wireframes. 849

6.4 Visual. 864

6.5 Scelta dell'apparato visuale 878

6.6 Prototipo 879

User testing **901**

5.1 Criterio di scelta delle domande. 903

5.2 Scelta delle funzioni core. 904

5.3 Svolgimento del test. 906

Riflessioni **921**

8.1 Punto di partenza. 922

8.2 Necessità di avere un servizio Ai e Soluzioni dell'user testing. 924

8.3 Sviluppo del progetto. 928

8.4 Conclusione. 929

Riferimenti bibliografici **933**

introduzione

INTERCONNESSIONE

In un presente sempre più immerso nella **tecnologia** e nella **complessità**, il design ha raggiunto il suo limite e servono nuovi strumenti per rispondere alle sfide che l'avvento di Internet sta portando con sé.
Sulla base di queste osservazioni, pertanto, l'obiettivo della tesi è quello di comprendere pregi, difetti e limiti nel dialogo tra IA e progettisti di modo da comprendere come l'intelligenza artificiale stessa possa supportare il progettista anziché sostituirlo nelle sue pratiche quotidiane.

PARTECIPAZIONE

Il dialogo tra **design** e intelligenza artificiale tuttavia non è sempre presente, come definisce Brian Chesky, co-fondatore di Airbnb riguardo al coinvolgimento del design nell'Intelligenza artificiale: "Designers need to partecipate in the development of AI or face having a future world designed without them" (Ravenscroft & Ravenscroft, 2023).

IPOTESI

Perlomeno in Italia però, esistono già delle ipotesi di **dialogo** che nell'arco della scorsa decina di anni si è provato ad effettuare.

Tra le numerose fonti presenti sul web, sono state rintracciate due tesi ritenute particolarmente indicative per gli argomenti trattati (Spallazzo (2021), Sala (2023)).

RIFERIMENTI

La prima, Spallazzo (2021), è una testi che tratta la progettazione e il dialogo tra **designers e programmatori** (elemento alla base del machine learning). La seconda, Sala (2023), è una tesi che tratta in che modo considerare eticamente gli impatti che l'AI può avere sulla società umana e le sue relazioni.

CONSAPEVOLEZZA

Anastasi, assieme al suo relatore Sala, ipotizzano, che sia necessario ritenere quest'ultima come 'società liquida' in cui si deve essere consapevoli dei rischi correlati all'utilizzo dell'AI ma, al tempo stesso, è necessario sfruttarli in maniera responsabile per progredire. Arrivati a questo step progettuale, tuttavia, si è compreso che per saper leggere e fruire della dimensione etica dell'AI, è stato innanzitutto necessario comprendere in che modo il suo settore funziona e cosa lo determina.

LIMITI

Oriana Arnone assieme al suo relatore Davide Spallazzo (2021) specifica come si sia già provato in passato a costruire un ponte di dialogo tra programmatori e designers, tuttavia, nella maggior parte dei casi, questo ponte è 'caduto' probabilmente per via dell'incompatibilità dei **metodi alla base dei due approcci**. A supporto delle sue argomentazioni, Spallazzo (2023) propone una serie di limiti che sono stati individuati nell'ambito del design.

Lista dei problemi da ricordare

Il design thinking non è perfetto e in figura si può osservare una lista di problemi che studi precedenti hanno già redatto.

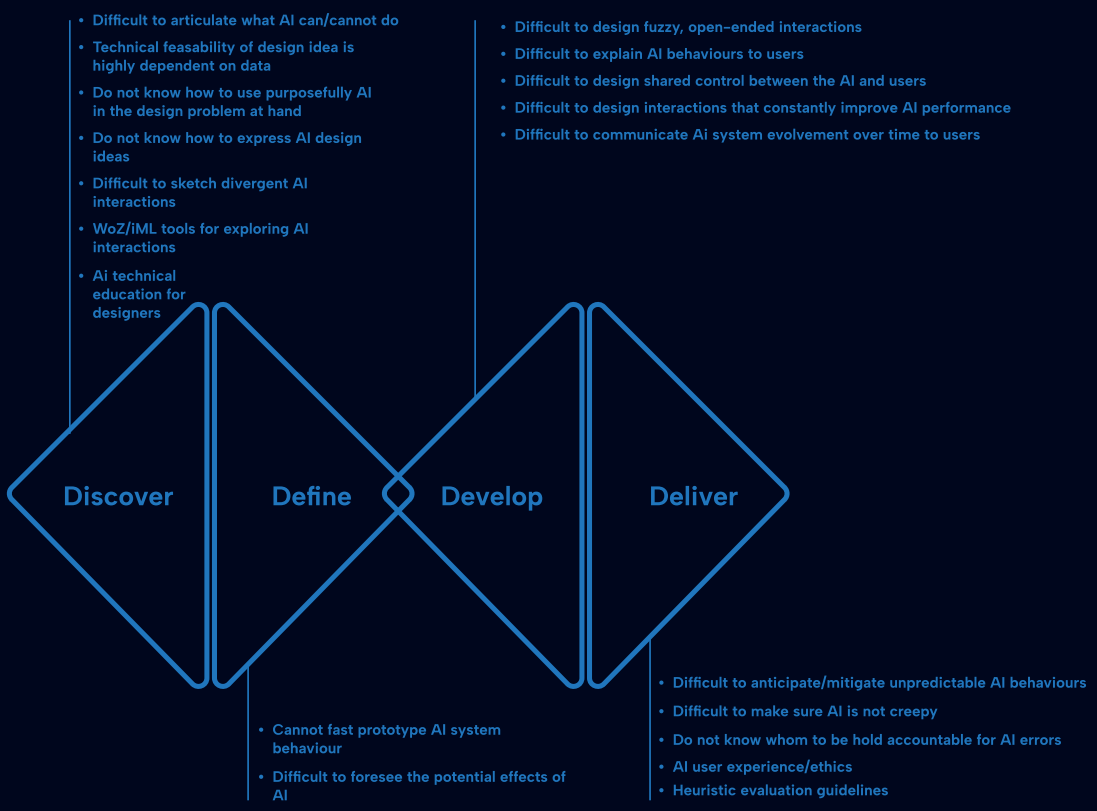


Fig 1 Rappresentazione dei problemi nella facilitazione all'uso e delle relative design challenges affrontate.

Capitolo 1

Metodo

Necessità della ricerca.

Origini del metodo.

Il metodo ‘orchestra’.

Necessità del presente.

Capitolo 1:
Metodo

METODO La metodologia adottata nella ricerca di tesi è basata sul service design. La ragione è generalmente perché la disciplina alla base dell'intelligenza artificiale, la programmazione, benché sia anch'essa trasversale tanto quanto il design thinking, si è registrato potrebbe avere difficoltà a comprendere le caratteristiche intrinseche degli argomenti trattati rispetto alle altre metodologie di progettazione che di solito sono incentrate su mentalità più emotive e creative.

INCLUSIONE Da un altro punto vista invece, come definisce Brian Chesky, co-fondatore di Airbnb "Designers need to partecipate in the development of AI or face having a future world designed without them" (Ravenscroft & Ravenscroft, 2023). Avere quindi uno strumento che permette di integrarsi in processi e metodologie alternative già esistenti, comprenderne i flussi e poi adattarsi in maniera dinamica è essenziale.

PONTE L'obiettivo della tesi secondo questa prospettiva è quindi di provare a creare un ponte di dialogo tra le discipline **design-driven e di programmazione**. Per comprendere

però effettivamente quali fossero gli steps da seguire si è indagato innanzitutto cos'è il service design, da dove trae le sue funzionalità e in quali condizioni ha senso applicare questa metodologia.

INDAGINE E APPLICAZIONE

Per comprendere però l'effettiva funzionalità del **service design** applicata al contesto IT e all'intelligenza artificiale è necessario comprendere il modo con cui questo metodo opera e in cosa ci si può aspettare che il service design possa realisticamente supportare (Humble, 2023).

ORIGINE DEL DESIGN THINKING

La disciplina del Service design ha origine nel 1953 quando Alex F. Osborn scrive la prima edizione di 'Applied Immagination: Principles and Procedures of creative thinking' in cui teorizza che il design thinking sia dato da fasi convergenti e divergenti (Applied Imagination; Principles and Procedures of Creative Thinking : Osborn, Alex F. (Alex Faickney), Internet Archive, 1953).

PROCESSO DEL DESIGN THINKING

Unite a questo punto teorizza anche le sei fasi essenziali del Design Thinking che a suo tempo ha chiamato:

- **Orientation (Comprendere)**: comprensione del problema,
- **Preparation (Osserare)**: raccolta dei dati rilevanti,
- **Analysis (Definire il punto di vista)**: dividere il problema in materiale rilevante,
- **Hypotesis (Ideare)**: Accumulare alternative per raccogliere idee,
- **Incubation (Prototipare)**: Sviluppare l'idea e il suo potenziale,
- **Synthesis (Testare)**: unire i pezzi assieme,
- **Verification (Riflettere)**: riflettere sul risultato

ottenuto.

CENTRALITÀ

Al giorno d'oggi, come mostrato in figura 1.2, questo metodo è conosciuto con altri termini e non è neanche così centrale nella ricerca svolta.

NASCITA E DIFFUSIONE

Il double diamond però è l'aspetto centrale del metodo. Osborn infatti, teorizzando che la progettazione sia divisa tra fasi divergenti(lato sinistro dei rombi) e convergenti(lato destro dei rombi), definisce le basi del metodo che successivamente verrà chiamato **Double Diamond.** Dagli anni 60s agli anni 90s del 1900 la forma a diamante/rombo tende a diffondersi sempre di più nei processi progettuali fino a quando nel negli anni 90s, i progettisti del British Design Council devono da un lato rispondere alle sfide dell'epoca del service design e dall'altro hanno necessità di controllare se le ricerche che hanno effetuato siano valide. A poco a poco, per necessità nasce quindi il metodo del Double Diamond anche se all'epoca non era riconosciuto con quel nome, il principio di funzionamento era il seguente: ci sono fasi convergenti e divergenti, ognuno le interpretata a modo suo, sa però che quello è il principio con cui progettare (Design Council, n.d.).

RUOLO DEL BDC

Nel 2005 il British Design Council prova quindi a definire uno standard univoco grazie anche alla collaborazione con il guru della business innovation Gary Hamel, e a seguito delle opinioni espresse nel 1996 dalla linguista Bela H. Bethany (Design Council, n.d.), (contributori di Wikipedia, 2024). Per chiarezza di comprensione ha quindi origine il metodo del double diamond, un metodo composto da 4 macro fasi, due divergenti e due convergenti e la

Ponte di dialogo tra AI e Design

Le due discipline hanno approcci, metodologie e contesti transdisciplinari entrambe ma raramente si possono incontrare. Il ponte quindi nasce dalla necessità di comprendere quali possono essere i punti di compatibilità tra di loro per poi, eventualmente, comprendere come farli entrare in contatto.

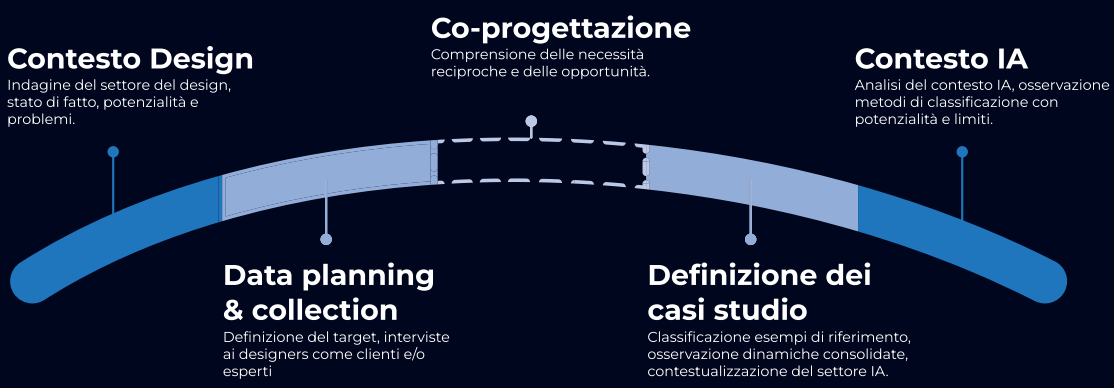


Fig 1.1 Rappresentazione dei problemi nella facilitazione all'uso e delle relative design challenges affrontate.

funzionalità delle sue singole fasi sono elencate di seguito:

- **Discover**: è la prima fase divergente nella quale si ha necessità di comprendere il problema.
- **Define**: è la seconda fase, essa è convergente e si basa sul sintetizzare i dati raccolti per definire chiare linee guida e una sinossi del problema che si presuppone di dover affrontare.
- **Develop**: è la terza fase, pensata per ideare e prototipare le nuove idee, essa mira a raccogliere insights e comprendere quali tra quelli selezionati possono funzionare meglio.
- **Deliver**: fase finale nella quale il progetto viene lanciato sul mercato per poi raccogliere feedbacks su come esso potrebbe essere migliorato.

CHIAREZZA

Sia chiaro, prima degli anni 90 ed ancora ad oggi ci sono stati molti tentativi di **personalizzazione**, quello proposto nel 2005 dal British Design Council è stato però quello più semplice e chiaro nell'arco dei 20–25 anni successivi.

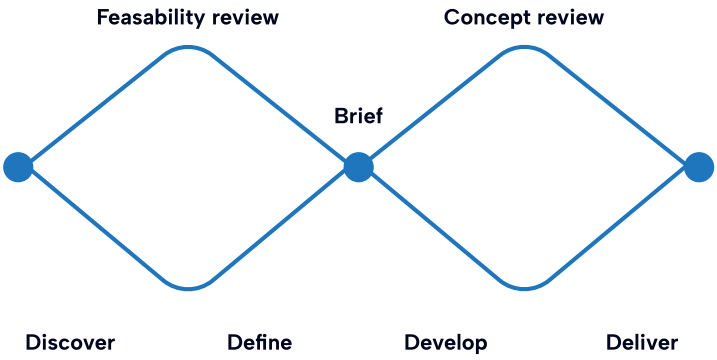


Fig 1.2 The 'Double Diamond' Design Process Model (Design Council UK, 2005), (Groeger & Schweitzer, 2014).

Service design: il metodo 'direttore d'orchestra'.

Come illustrato in figura, il metodo del service design è costituito da 4 macro-ambiti di competenze:

- Scienze sociali,
- Business,
- Design,
- Technology.

COMPETENZE

L'immagine poi nello specifico presenta il metodo come se fosse una 'foresta' e i quattro ambiti di ricerca degli 'alberi' dai quali tronchi si ramificano le singole metodologie di analisi. Il Design thinking e il service design per come è interpretato dal double diamond, si collocano proprio in uno dei quattro alberi.

DUALITÀ

All'interno del metodo poi, è presentata una dualità tra i servizi che posso essere usati nella progettazione complessivamente e quello del product-service design ovvero del vedere il design dei servizi come una prestazione professionale da presentare alternativa anche alle altre metodologie specifiche.

Info sul Design Thinking

Metodo a 7 steps alla base del design thinking a confronto con il double diamond e con alcuni dei principali tools del service design utilizzati per realizzare i progetti.

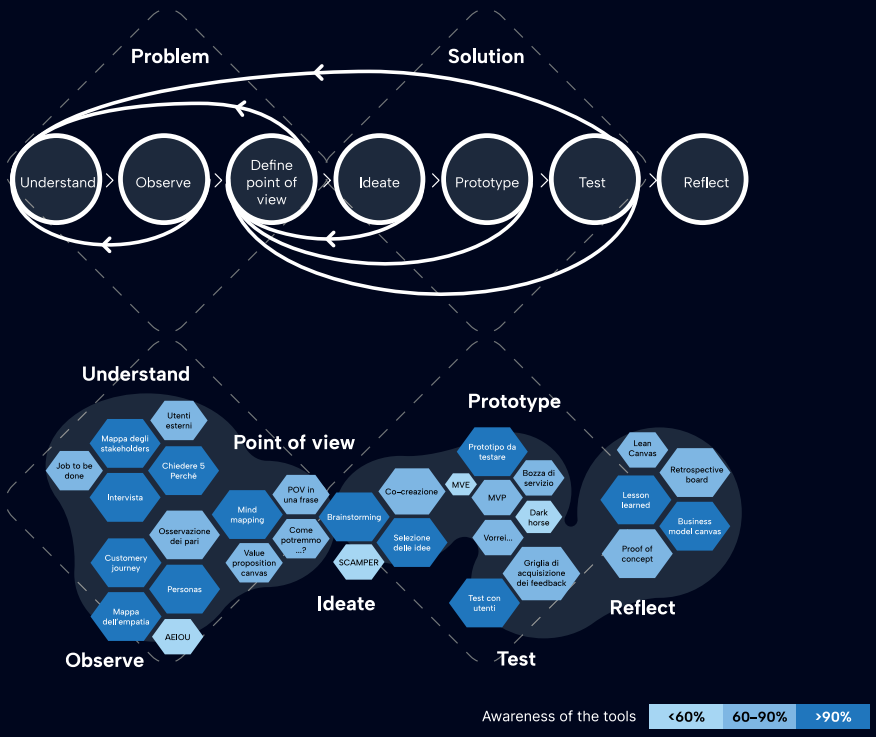


Fig 1.3 Metodo per implementare il design thinking, (Lewrick, et. al., 2020)

Il Double Diamond

IL DOUBLE DIAMOND (DD) OGGI

Come accennato in precedenza il metodo del double diamond sin dalla sua creazione e per via della sua **flessibilità** all'uso si è prestato a un sacco di versioni alternative. Ancora tutt'oggi, il British Design Council, ente riconosciuto come creatore ufficiale del metodo, continua a elaborare e proporre versioni **alternative (figure 1.4 e 1.5)**.

DD SISTEMICO

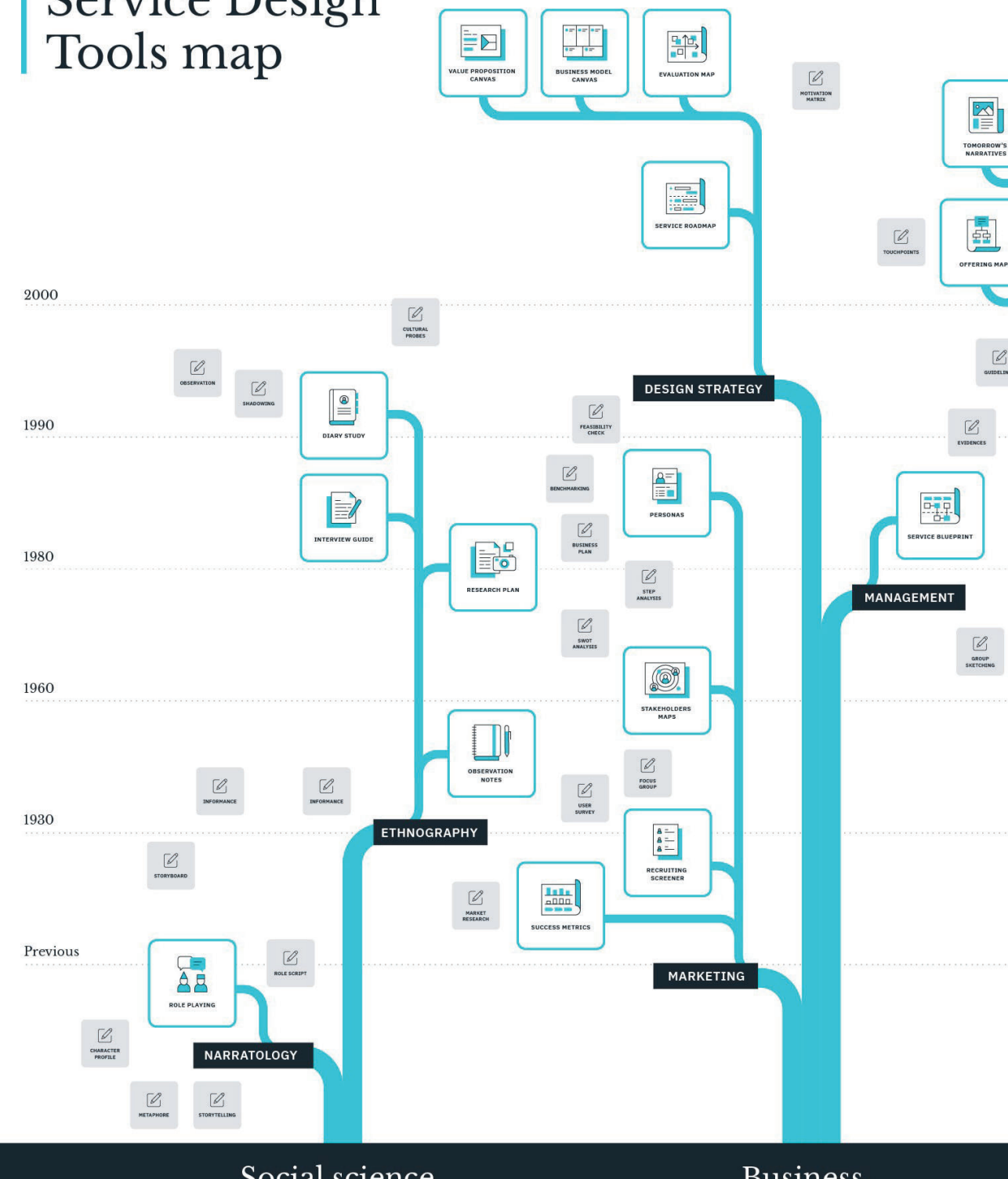
La versione presentata in figura ad esempio è quella riconosciuta ancora nel 2025 come metodo ufficiale dal British design council per innovare.

Questo metodo tuttavia non è l'unico proposto in periodi più recenti dall'ente, per rispondere ad una sempre più elevata esigenza di interconnettività, si è proposto anche il metodo sistemico ovvero quello pensato ad-hoc per scenari digitali o in cui vi sono grandi transiti di informazioni normalmente non presenti in maniera così intensa nei progetti conosciuti fino a questo momento.

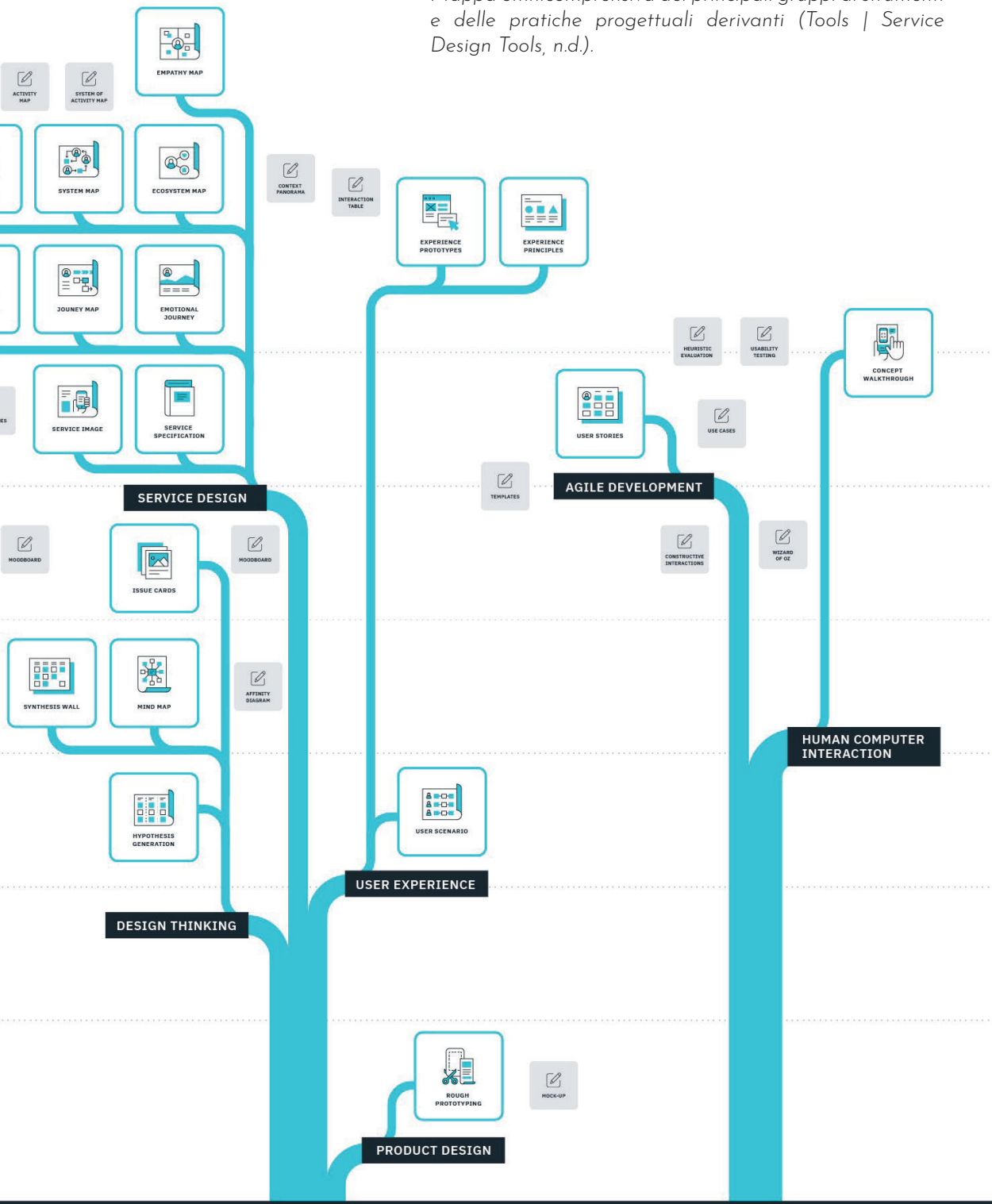
UPGRADE DEL DOUBLE DIAMOND

Questi metodi tuttavia vengono molto spesso personalizzati in ambiti più specifici per raccogliere e rispondere alle esigenze dei singoli settori in cui si va ad operare. Per rispondere quindi alle esigenze del settore dell'intelligenza artificiale e della programmazione si è ricercato se anche per questi casi ne fosse stato creato uno ad-hoc e così è stato. Geoff Gibbins, direttore della sede statunitense dell'agency di comunicazione **Board Of Innovation**, propone una sua **versione del metodo** che ha trovato essere efficacie.

Service Design Tools map



Mappa omnicomprensiva dei principali gruppi di strumenti e delle pratiche progettuali derivanti (Tools | Service Design Tools, n.d.).



Perché però tra tutte le versioni alternative proprio la sua sembra avere questa efficacia applicativa? Le ragioni sono due, una proposta Gibbins stesso ed una che gli riconosce la validità per via del contesto in cui è adottata negli interessi della tesi che si sta trattando.

OBSOLESCENZA

Gibbins spiega infatti che il metodo del double diamond per come è pensato, è un modello che sta diventando obsoleto perché creato in un'era in cui si progettava con i post-it e nella quale il concetto di innovazione era attribuito a softwares come **Excel, Powerpoint o Photoshop.** Al giorno d'oggi però ciò che si può definire innovazione è cambiato, non è più lo stesso, se si pensa alla **Ai generativa** ad esempio è possibile pensare processi creativi esponenziali a velocità un tempo inimmaginabili (Damgaard, 2024).

I BIAS DELL'AI

La seconda ragione invece del perché questa versione del double diamond sembra essere così credibile è perché è l'unica o quasi che include attivamente l'utilizzo dell'intelligenza artificiale assicurandosi al tempo stesso però di prevedere e ovviare ai suoi limiti e bias che ne potrebbero derivare.

INTEGRAZIONE

Board of innovation infatti è una tra le poche agencies al mondo che al giorno d'oggi già **lavora dichiaratamente con tools di intelligenza artificial**e e che ne ricerca una sua identità senza che questa rischi di **sottrarre lavoro senza accorgersene ai progettisti.** Data quindi la elevata interpretabilità e soggettività del metodo a seconda delle esigenze dettate dal contesto è proposta una rielaborazione del double diamond in cui il primo

Innovation framework by BDC.

Nato per rispondere a progetti radicali e ai nuovi modelli d'inerazione nell'ambito digitale.

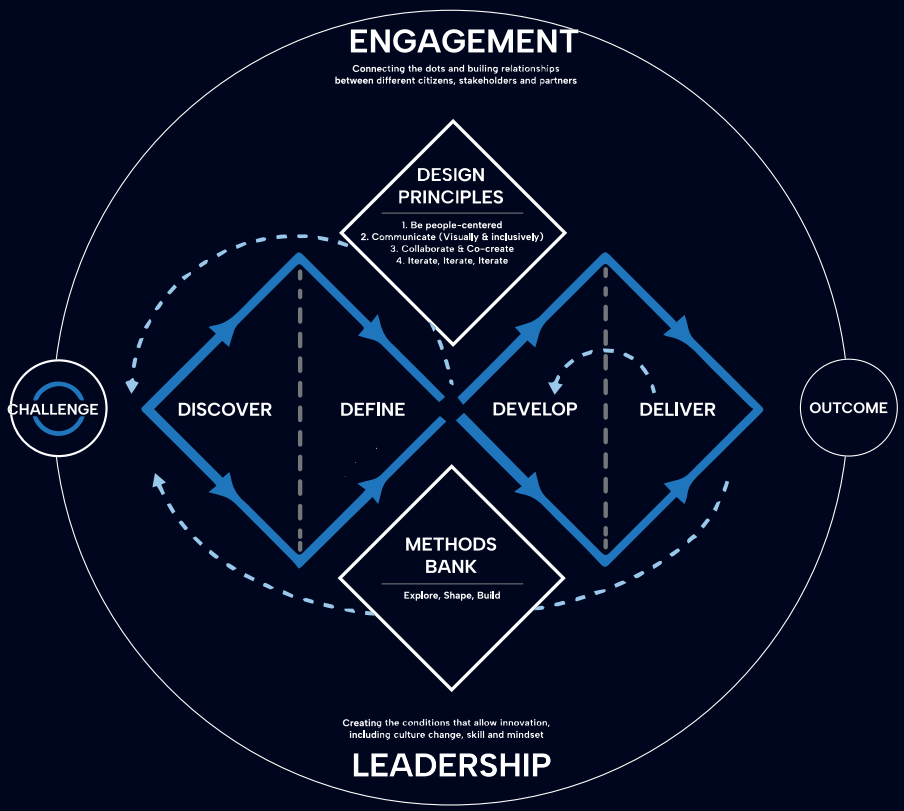


Fig 1.4 Framework of innovation (Design Council, n.d.).

diamante è citato dalla versione del systemic framework del BDC mentre il secondo diamante è ripreso da Board of Innovation siccome considera e contestualizza l'integrazione dell'intelligenza artificiale nelle pratiche progettuali del design aprendosi in questo modo anche ad approcci e requisiti tecnici tipici della programmazione. Per chiarezza su qual è l'interpretazione assegnata alle quattro fasi, pertanto è attribuita una versione che si ritiene idonea per comprendere le basi minime di entrambe le sfere progettuali (design e AI),(Fig 1.6).

SCOPERTA

- **Discovery**: La prima fase è funzionale supportare i progettisti nello 'scoprire', anziché presumere, qual è il problema e fornire una visione del sistema in cui esso si può manifestare. Questa fase prevede che si parli e si trascorra del tempo con le persone interessate dal problema. La fase Discover è caratterizzata da un pensiero divergente in cui il team frammenta il problema iniziale in parti più piccole per indagare un'ampia gamma di esigenze, problemi e opportunità (Design Council, n.d.).

DATI

- **Training**: raccolta e selezione reiterativa di grandi moli di dati focalizzata alla divergenza e alla comprensione del problema nelle sue circostanze (Damgaard, 2024).

SINTESI

- **Define**: Alla fase di scoperta segue la fase di definizione. In questa fase, le informazioni raccolte nella precedente vengono utilizzate per definire il problema. Questa è una fase convergente in cui tutti i dati e le conoscenze raccolte nella fase di scoperta devono essere filtrate ed elaborate. L'obiettivo al termine è avere una chiara visione sintetica di qual è il problema, come, dove e quando esso si manifesta (Design Council, n.d.).

  - **Training**: raccolta e selezione reiterativa di grandi moli di dati focalizzata alla sintesi

Systemic framework by BDC.

Versione del double diamond che tiene maggiore considerazione delle informazioni circostanziali.

Fig 1.5 Systemic design framekwork (Design Council, n.d.).

convergente dei dati raccolti come nei processi di design thinking convenzionale (Damgaard, 2024).

SVILUPPO PROGETO

- **Develop**: Seconda fase divergente del Double Diamond. Qui l'idea definita nella fase precedente viene trasformata in un prodotto, una soluzione o un'esperienza specifica. È l'inizio della realizzazione della soluzione al problema definito in precedenza. In altre parole, l'inizio del processo di progettazione vero e proprio (Design Council, n.d.).
    - **Develop**: Produzione di ipotesi maggiorata e per una più amplia serie di targets mirati. L'Intelligenza artificiale a questo livello del processo ha funzione di co-pilot e in alcuni casi le si può anche già chiedere un prototipo finale di concept per avere sin da subito insight su quelli che possono essere i risultati aspettati (Damgaard, 2024).
- **Deliver**: La quarta e ultima fase del modello Double Diamond è la Consegna. Questa fase comprende il collaudo finale del prodotto o dell'esperienza ed è l'ultimo passo prima della produzione vera e propria e del lancio del progetto (Design Council, n.d.).

REITERAZIONE

- **Iterate**: Con un'ampia gamma di soluzioni potenziali ricavate dalle fasi precedenti, si inizia il collaudo finale attraverso delle simulazioni per ridurre i rischi e le probabilità che questi si manifestino. L'obiettivo in questa fase è assicurare la riuscita dei requisiti dell'ente cliente oltre ai requisiti standard di fattibilità, desiderabilità e praticabilità (Damgaard, 2024).

In genere si può dire che la versione reiterativa del double diamond, riprenda la versione originale di Alex F. Orsborn nei macro concetti di fasi divergenti e convergenti e ne riproponga una sua nella quale l'Ai accorcia le prime fasi e permette di approfondire le ultime.

Stingray model

Interpretazione del Double Diamond secondo l'agency BOI di Geoff Gibbins per rispondere alle sfide dell'AI.

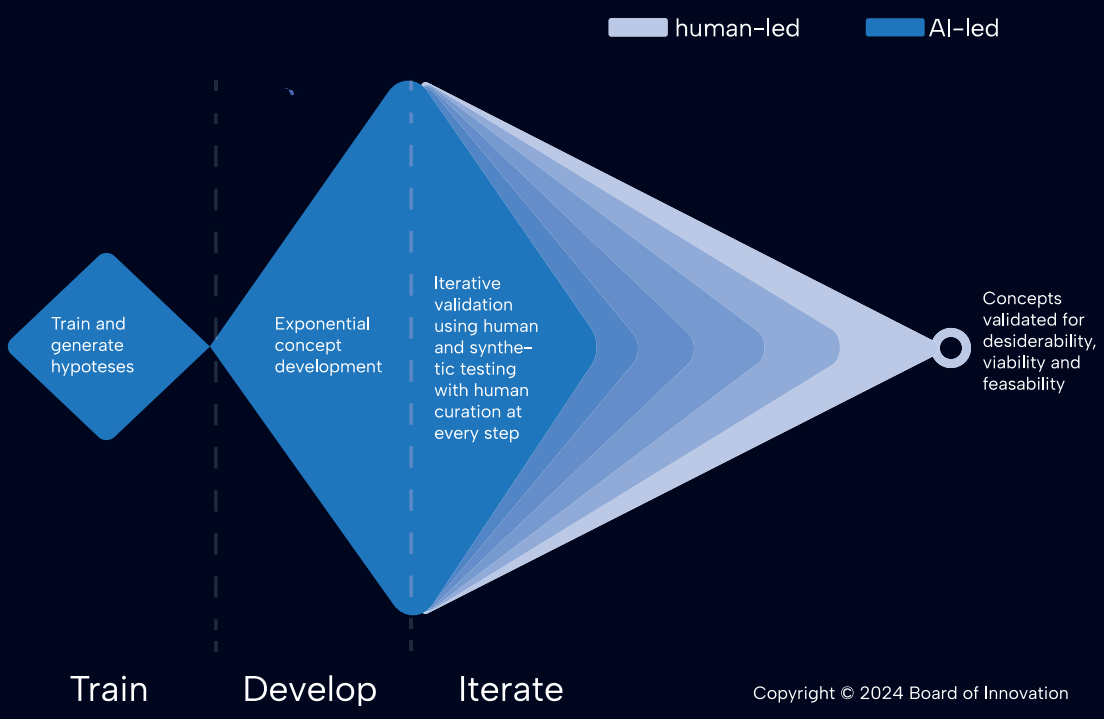
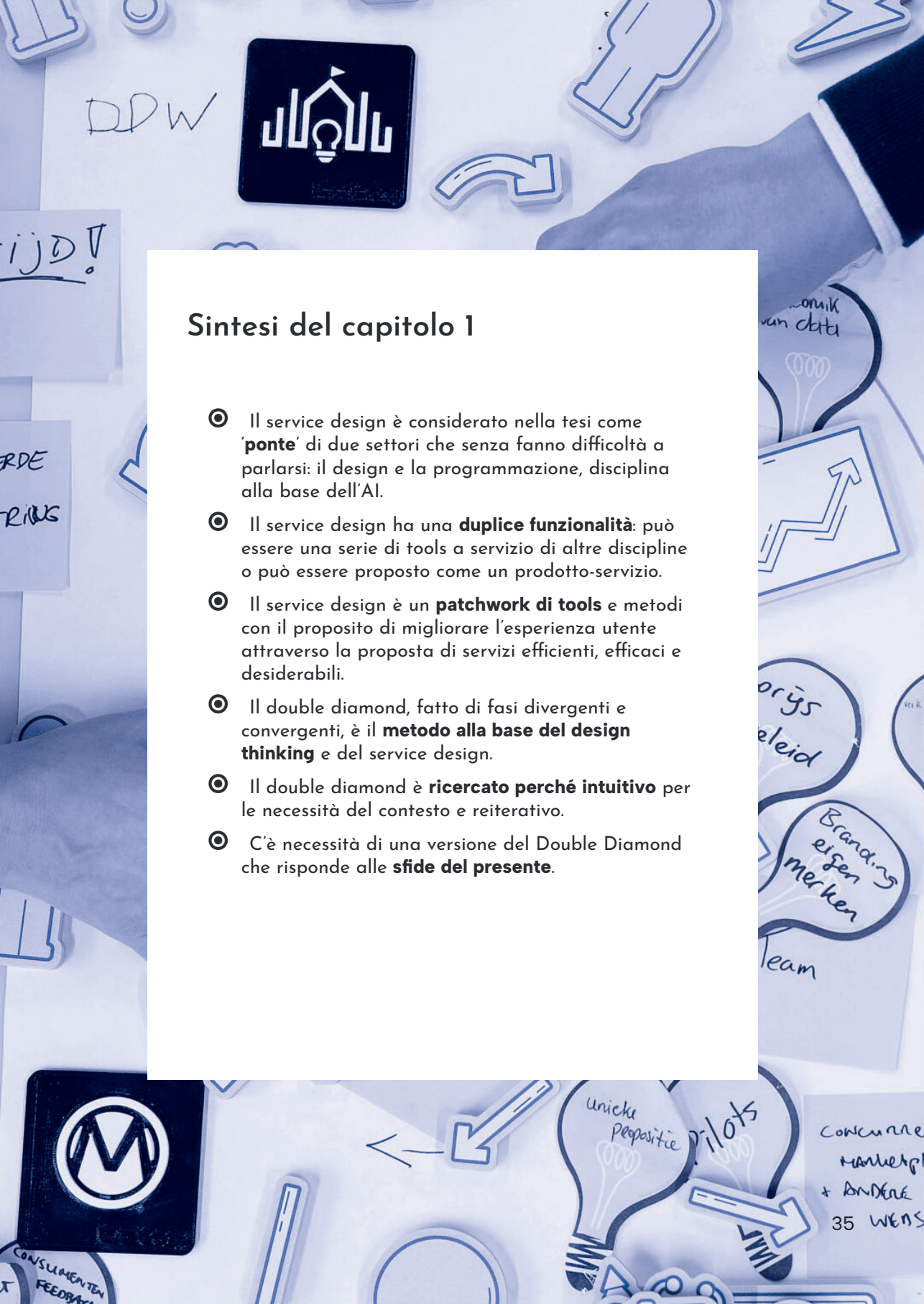


Fig 1.6 Stingray model, Board of Innovation (Damgaard, 2024).

Service design

Design e Ai necessitano di guardarsi da fuori.

Serve un metodo che li possa osservare entrambi in modo oggettivo.



Sintesi del capitolo 1

- Il service design è considerato nella tesi come '**ponte**' di due settori che senza fanno difficoltà a parlarsi: il design e la programmazione, disciplina alla base dell'AI.
- Il service design ha una **duplice funzionalità**: può essere una serie di tools a servizio di altre discipline o può essere proposto come un prodotto-servizio.
- Il service design è un **patchwork di tools** e metodi con il proposito di migliorare l'esperienza utente attraverso la proposta di servizi efficienti, efficaci e desiderabili.
- Il double diamond, fatto di fasi divergenti e convergenti, è il **metodo alla base del design thinking** e del service design.
- Il double diamond è **ricercato perché intuitivo** per le necessità del contesto e reiterativo.
- C'è necessità di una versione del Double Diamond che risponde alle **sfide del presente**.

Capitolo 2

Comprendere

Analisi del contesto Ai.

Classificazione in genere.

Casi studio.

Stima dei future trends.

Capitolo 2:
Comprendere

2.1 Contesto e obiettivo

CONTESTO E OBIETTIVO

Definito in modo generico di cosa tratta la tesi, è stato necessario comprendere qual è il contesto e l'obiettivo di progetto. Per comprendere gli steps logici e le necessità con cui si è arrivati al presente, pertanto, si è indagato innanzitutto in che modo l'AI è nata e quali sono state le necessità e i limiti che si sono manifestati nel suo percorso evolutivo durante la storia.

INFRASTRUTTURE NASCOSTE

Successivamente, è stato indagato cosa è l'AI al giorno d'oggi osservando in realtà che quello che è tangibile agli occhi dei designer è solo una minima parte di **infrastrutture esponenzialmente più grandi**.

DINAMICITÀ DEL SETTORE

Al termine di questa ricerca preliminare, tuttavia, è stato osservato che molte delle informazioni raccolte avrebbero rischiato di essere **dispersive** e potenzialmente fraintese. Questo perché, data l'elevata dinamicità del settore, non esiste ancora una **classificazione univoca** tra aspetti tecnici, di mercato, sociali ed etici.

2.2 Storia ed evoluzione dell'AI.

ORIGINI DELL'AI

Per comprendere cosa sia l'intelligenza artificiale al giorno d'oggi, si è ritenuto fondamentale innanzitutto comprendere cosa l'ha determinata e cosa è stata l'AI in passato. La nascita dell'intelligenza artificiale viene notoriamente assegnata ad **Alan Touring**, che sulla base delle conoscenze accumulate dalla lettura dei **criptogrammi** grazie alla macchina Enigma, nella seconda guerra mondiale, ha potuto anticipare i movimenti delle truppe nemiche ed avvisare per tempo gli alleati e far così vincere la guerra.

IMITATION GAME

A seguito di questo successo, nel 1950 Turing ha proposto un seminario chiamato **'Computer Machinery and Intelligence'** nella quale presenta il concetto di 'Imitation Game' e sulla quale riflesse sulla capacità che potrebbero avere le macchine di 'pensare' agli occhi di una persona media.

SIMULAZIONE UOMO-MACCHINA

L'obiettivo del seminario, per Touring è creare una macchina che, in un interrogatorio, sappia rispondere **esattamente come un essere umano** confondendo così l'autorità che gli sta ponendo le domande. Il termine 'Imitation Game' quindi fa leva proprio su questo concetto: non c'è nessuno che sta veramente pensando se non una macchina che riesce a simulare i principi di dialogo di un essere umano tanto da confondere chi sta svolgendo l'interrogatorio (Turing, 1950).

RAPIDA EVOLUZIONE

Nel periodo successivo poi c'è stata una rapida e prolungata **successione di eventi** che hanno determinato un altrettanto veloce evoluzione dell'AI. Alcuni tra i

principali steps sono di seguito elencati:

- **1952**: Arthur Samuel sviluppa il primo **agente artificiale** capace di giocare a dama
- **1952**: Christopher Stratchey sviluppa il primo **algoritmo** per scrivere lettere d'amore partendo da liste parziali predeterminate.
- **1956**: John Mc.Carty tiene il primo workshop nella quale utilizza il termine di intelligenza artificiale.
- **1958**: Mc.Carty sviluppa il primo algoritmo di **ricerca tramite AI**.
- **1959**: Arthur Samuel conia il termine di 'Machine learning' per insegnare alla macchina come si gioca a scacchi e quali sono le mosse che essa ci si aspetta che compia.
- **1961**: il primo robot ad uso industriale è stato proposto dalla General Motors in New Jersey con la funzione di trasporto per mansioni troppo pericolose per gli esseri umani.
- **1966**: Joseph Weizenbaum crea il primo **chatbot** basato sul linguaggio NLP dal nome 'ELIZA, a mock psychoterapist.'.
- **1968**: Terry Winograd, presso l'MIT, sviluppa SHRDLU un sistema di linguaggi **NLP** che può comprendere e rispondere a dei comandi in un ambiente controllato.
- **1973**: James Lighthill convince il British Sience Council che gli sviluppi dell'AI non sono così impressionanti come da aspettative e per questo i fondi ad essa dedicati vengono ridotti drasticamente.
- **1979**: James L. Adams con il The Standford Cart crea il primo esempio di **veicolo a guida autonoma**.
- **1979**: Viene fondato l'**AAAI** (Association for the Advancement of Artificial Intelligence).
- **1985**: Judea Pearl, uno scienziato della

programmazione e filosofo, propone il concetto di **Bayesian Network** che definisce le basi dell'AI generativa basato sull'analisi probabilistica.

- **1997**: Il computer dell'**IMB Deep Blue** sconfigge il campione mondiale di scacchi Garry Kasparov mostrando il potenziale dell'AI generativa nel decision-making.
- **2003**: Yoshua Bengiopublica un'articolo per l'università di Monrtreal in cui definisce linguaggi di programmazione probabilistici per nutrire i neural networks dell'AI.
- **2006**: Fei-Fei Li crea ImageNet presso l'università di Standford, esso è un software che pone le basi per il machine learning nella computer vision.
- **2014**: Ian J. Goodfellow & Co, propongono il **GANs** (Generative Adversarial Network-s) in cui AI vengono contrapposte tra di loro per implementare le capacità di machine learning.
- **2017**: OpenAI rilascia un linguaggio di generazione delle informazioni coerenti text-based. Il modello è basato su trasformate generative pre-allenate
- **2018**: NVIDIA propone sul mercato **StyleGAN**, la prima AI in grado di generare immagini iperrealistiche e personalizzabili.
- **2020**: OpenAI rilascia GPT-3 il **primo Large Language Model** capace di generare informazioni testuali che sembrino prodotte da esseri umani tra vari domini della conoscenza umana.
- **2022**: OpenAI lancia sul mercato la chatbot **ChatGPT** che in breve tempo genera quasi due miliardi di visite mensili.

DEEP LEARNING ERA

Si precisa tuttavia che dal 2018 ad oggi, le informazioni non sempre potrebbero comprendere una visione globale del settore AI, questo perché il mercato è ancora profondamente in fermento e definito '**Deep Learning Era'**.

2.3 Contemporaneità

CRESCITA ESPONENZIALE

Come accennato nel capitolo precedente, l'attuale mercato dell'AI è fortemente in fermento. Secondo quanto definito da Epoch.ai, il settore dell'AI ha una velocità ogni anno 4-6 volte superiore all'anno precedente con tassi di crescita e sviluppo vertiginosi.

OBSOLESCENZA ACCADEMICA

Durante la stessa ricerca, si è infatti, dovuto tenere conto dell'elevato tasso di obsolescenza dell'AI, di solito di utilità non oltre i **2-4 anni** dalla data di pubblicazione del documento.

Sulla base di questi dati di fatto quindi, il capitolo cerca di fare luce su quello che è l'AI nel 2024/2025, comprendere le dinamiche di funzionamento dell'AI, chi ne beneficia, chi ne è comunque interessato e/o coinvolto ed infine chi o cosa potrebbe essere interessato/influenzato.

PATTERN STORICI

Tenendo conto della letteratura, questa tesi, e questo capitolo in particolare, hanno anche una seconda ambizione: rintracciare i **pattern ricorrenti** nella storia suggerendo quali potrebbero essere gli elementi essenziali da tenere in considerazione per il presente e per un più o meno prossimo futuro.

La competizione dei leaders del settore

Ognuno ha i suoi modelli di calcolo e segue trends propri, tutti però evolvono a scale potenziali per rimanere al passo con i tempi.

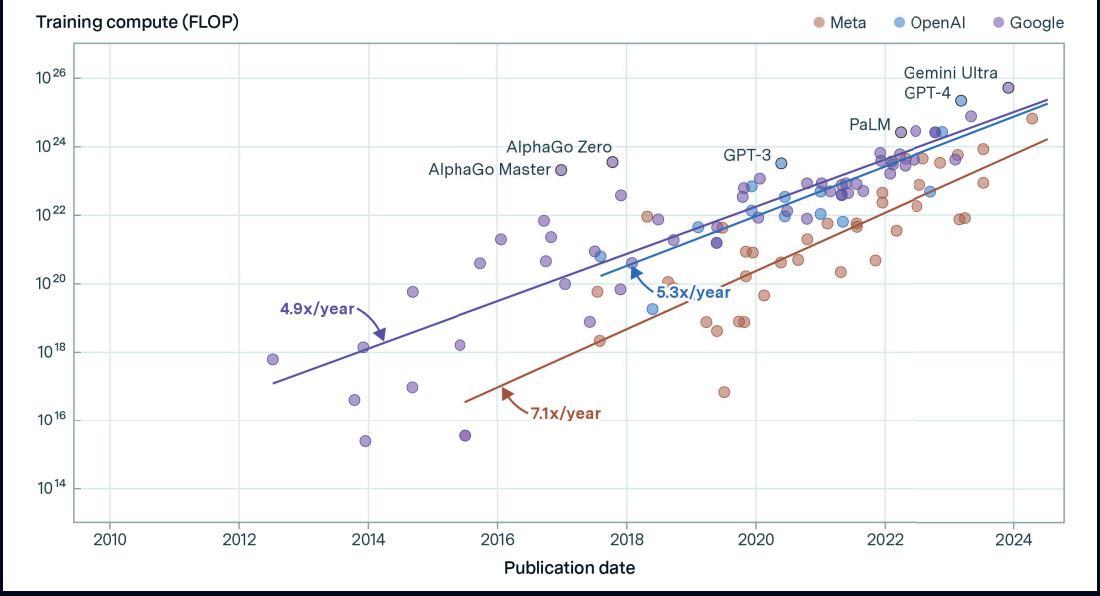


Fig 2.1 Figura che illustra il tasso di crescita annuo di tre tra le maggiori Big Tech nel settore AI.

2.3.1 Mercato contemporaneo dell'AI

CONCORRENZA TRASVERSALE

Se le principali evoluzioni dell'AI dal 2017 al 2022 sono state apportate principalmente da OpenAI e competitors minori o gruppi di ricerca focalizzati come NVIDIA per StyleGAN, ad oggi le cose sono molto differenti. Molte compagnie anche in settori molto differenti tra di loro competono molto spesso per ambiti ben distanti dalle rispettive **nicchie di mercato**.

ROBOTICA, HARDWARES E GENERAZIONE

OpenAI e Tesla, ad esempio competono nella creazione di robots che simulano le capacità di movimento umano. Google, Adobe e Midjourney invece competono per la generazione e editing di immagini, mentre NVIDIA, nel 2018 protagonista nella generazione AI con StyleGAN, nel 2024 ha proposto NPU per l'ottimizzazione dei processori hardware.

SPECIALIZZAZIONE DEGLI LLM

In aggiunta, stando a quanto definito da Epoch.ai ("Data on Notable AI Models," 2024), la maggior parte delle intelligenze artificiali presenti oggi sul mercato sono LLMs (**Large Language Model–s**) specializzate in determinati campi di computazione come Movie Gen Video di Meta, GGNN per il calcolo e la predizione delle strutture genetiche molecolari 3D, o specializzate nel rielaborare in maniera consistente grandi moli di dati come GPT–4 Turbo, Llama 3.3 o Gemini 1.5 Pro.

SUDDIVISIONE GEOGRAFICA DEL MERCATO

La comprensione di dove siano i principali centri di innovazione, tuttavia, è anch'essa articolata: se dal punto di vista concettuale bastano poche centinaia di persone con sede legale, ad esempio nella **Silicon Valley**, gli LLM devono far uso di grandi moli di dati molto spesso

non resi pubblici che sovente possono essere prelevati da servers con base in altri continenti. Questi dati, tuttavia, nella maggior parte dei casi sono soggetti a normative sulla privacy che vincolano l'uso e la trasmissione di dati al di fuori del territorio nazionale come ad esempio capita con il **GDPR** in Europa (Voss, 2020). Sulla base di queste informazioni quindi, è molto più affidabile riconoscere le AI ed il loro grado di innovatività in base alle relative aree geografiche di provenienza Research (2024).

REVENUE DELLE AZIENDE LEADER

In generale, secondo Cognitive Market Research e il suo rapporto annuale riguardo il settore AI nel 2024, la sales **revenue mondiale ammonta a 161,2 miliardi di dollari**, di cui 4-5 miliardi si stimano provenire da OpenAI ed i suoi servizi di chatbots (OpenAI Revenue, Valuation & Growth Rate, n.d.)

PROBLEMI NELLA CLASSIFICAZIONE

. Il mercato stesso però si mostra di **difficile classificazione**, prendendo ad esempio le stime compiute dalla piattaforma di analisi finanziaria Sacra, viene indicato che la sola **Google ha una revenue stimata di $328 miliardi con un ricavato YoY (cumulativo anno per anno)** fino al 6,8%. Al tempo stesso però è difficile stimare qual è il confine tra il servizio offerto da compagnie come Google e i ricavati per il settore AI. Se si prendono ad esempio i settori medici di stima della diagnosi da parte di AI o degli algoritmi predittivi nell'ambito finanziario, in che modo è possibile discernere i ricavati per settore da quelli dell'AI?

AI COME SUPPORTO TRASVERSALE

Tradotto in termini più semplici, la definizione del settore AI è difficile siccome **è in tutto ciò che ci circonda**. Ulteriori riprove sono offerte da Statista, che nel 2023 ha mostrato qual è la market share del settore AI nei confronti degli altri settori.

Non sono solo le grandi nazioni ad essere partecipi!

Anche Canada, India e Australia hanno un ruolo.

Proporzione di partecipazione rispetto agli stati coinvolti.

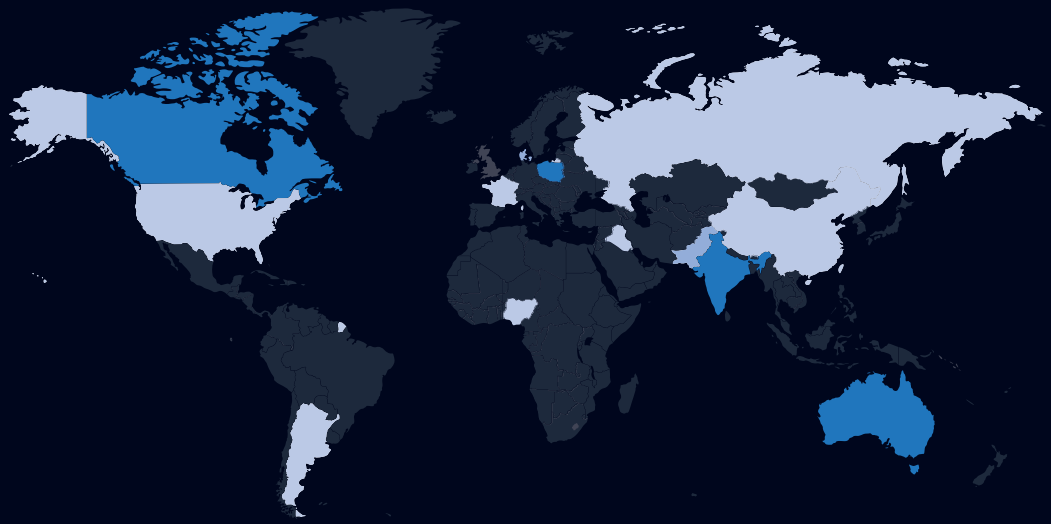
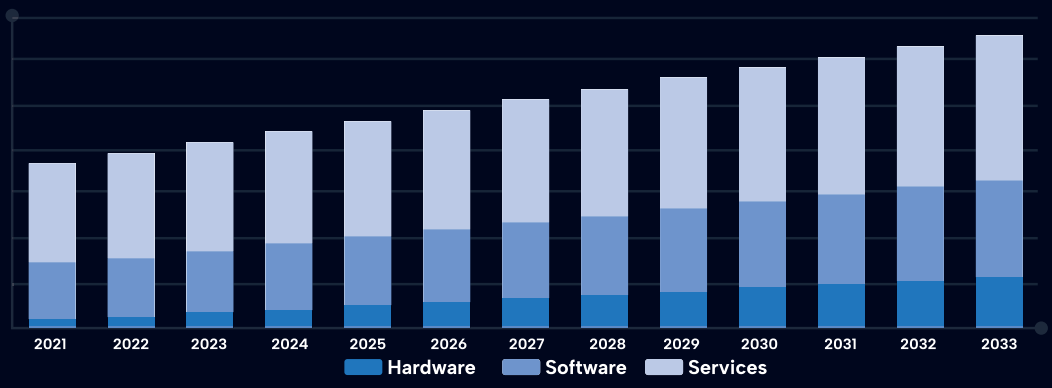


Fig 2.2 Figura che mostra i principali centri in cui avvengono gli investimenti del mercato AI (aggiornato al mese di Gennaio 2025).

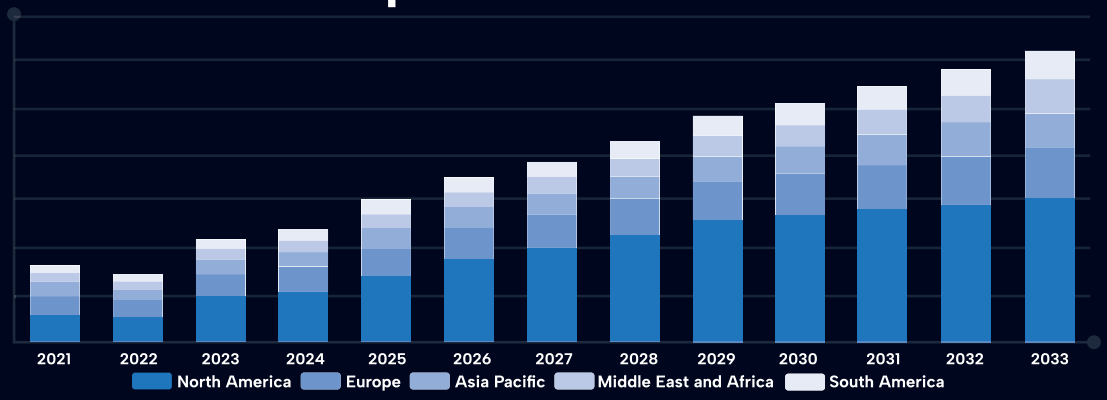
NOTA BENE: Quella che si osservano nei grafici non è il mercato completo, sono delle proporzioni per comprenderne gli **equilibri e le dimenioni**.

Market size del settore AI proporizionata tra le gradezze dei mercati hardware, services e softwares dal 2019 al 2031.



Tab 2.1 Percentuale della market size divisa tra hardware, software e servizi con stime di crescita entro il 2033.

Market-size per continente.



Tab 2.2 Percentuale della market size divisa per continenti entro il 2033.

Market-size per settore di mercato.

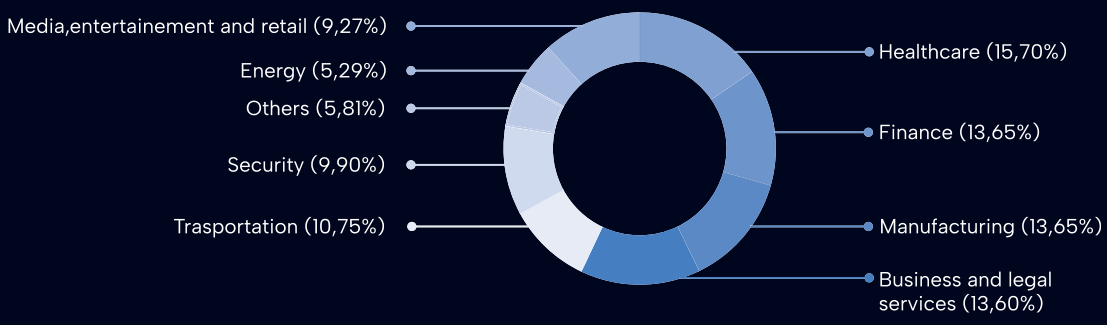


Fig 2.3 Proporzione di mercato occupate dai settori che si appoggiano all'intelligenza artificiale secondo Statista.

2.3.2 Ecosistema degli stakeholders: chi è coinvolto?

STAKEHOLDERS VARIABILI

L'analisi degli stakeholders per il settore AI è una ricerca estremamente amplia e differente da settore a settore (l'AI hardware di NVIDIA, per esempio può avere un ecosistema completamente differente dallo sviluppo di interfacce service di Adobe). Un articolo scientifico tra tutti però sembra offrire una classificazione sufficientemente amplia da tentare di avere la visione d'insieme.

RUOLI CHIAVE DEGLI STAKEHOLDERS

Gloria J. Miller (2022a), nel 'Stakeholder roles in artificial intelligence projects' identifica quattro classi principali di stakeholders utili al progetto:

- La compagnia proprietaria dell'AI,
- Gli enti di finanziamento,
- Gli enti esecutivi,
- Operatori.

Se però questo schema propone una visione complessiva dell'intero settore includendo anche programmazione, management, politica e molte altre potenziali discipline scientifiche, la tesi trattata è pur sempre di Design. Per una scelta pragmatica quindi, si è preferito focalizzarsi su impatti esclusivamente riguardanti il design nel settore più ampio dell'AI (Fig 2.6).

AI COME SUPPORTO TRASVERSALE

La scelta di considerare Miller (2022a) come l'articolo più rappresentativo, ad ogni modo, non è data dal caso, le quattro figure menzionate, rappresentative dalla ecosystem map in figura, sono infatti riassuntive di decine se non centinaia di specializzazioni in molteplici settori.

CENTRALITÀ DEL DESIGN E DELL'UTENTE

Due in particolare tra queste sembrano però essere di particolare interesse per il design: il design team e l'end user. Questi due utenti infatti, hanno la particolarità assieme ai moderatori di sistema di essere gli unici esperti dell'AI, tutte le altre figure, secondo Miller (2022a), sono coinvolte più che altro dal punto di vista legislativo o tecnico (legitimate o referent).

DIPANARE LA MATASSA

Definiti gli stakeholder e i loro rapporti principali, tuttavia, rimangono ancora **due macro-dubbi irrisolti**: in che modo funziona il workflow di un intelligenza artificiale? Nel momento in cui il servizio viene presentato sul mercato, in che modo questo dialoga con le soluzioni tangibili percepite dall'utente?

2.3.2.1 In che modo funziona il workflow di un'intelligenza artificiale?

Gli attori coinvolti, come definito da Miller (2022a)(Fig, sono divisi secondo tre macro-fasi:

- Development phase: la fase di definizione e sviluppo progettuale dal finanziamento alla progettazione del servizio.
- Usage phase: la fase del mantenimento in attività del servizio, reiterazione delle funzionalità per adattarsi in base alle necessità e infine raccolta dei feedbacks dopo l'uso.
- Conseguenze: è la fase in cui il servizio di per se non è più attivo ma ci possono/potrebbero essere forti conseguenze sociali etiche o normative sull'ambiente. Se ad esempio determinate fasce sociali hanno sofferto di particolari perdite conseguenti all'offerta del servizio AI allora sia il servizio offerto sarà probabilmente più limitato sia dal punto di vista

Attori produttori e consumatori coinvolti

Stakeholders e organizzazioni coinvolte per un progetto Ai richiedono una moltitudine di figure specializzate.

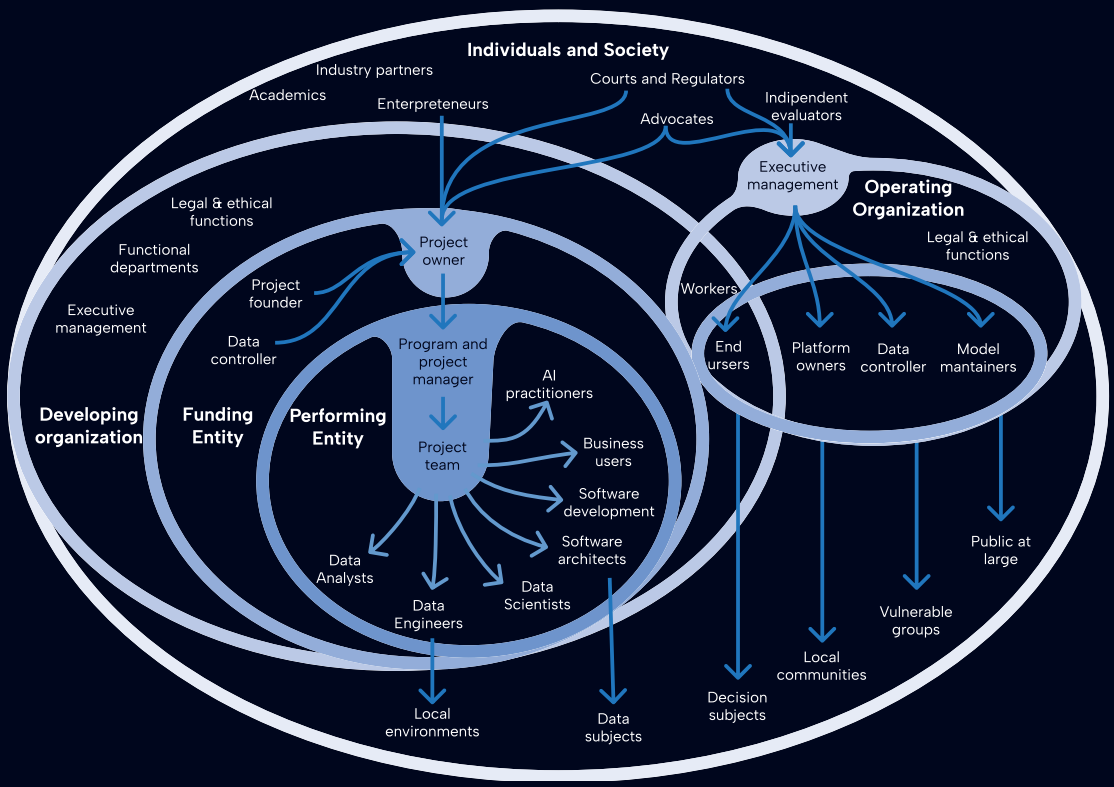


Fig 2.4 Schema di correlazione tra le principali figure coinvolte in processi di progettazione e produzione AI (Miller, 2022a).

Dimensioni e complessità del progeto Ai

La grandezza del progetto è notevolmente elevata, ci sono 7 livelli gerarchici sopra il project manager!

Development stage

Level	Project role	Power	Legitimacy	Harm
Organization	Developing Organization	Legitimate	Hierarchy	Loss+ Damage
	Executive Management	Legitimate	Hierarchy	Damage
	Functional Departments	Referent	Hierarchy	–
	Legan and ethical	Referent	Hierarchy	–
Funding entity	Project funder	Legitimate	Hierarchy	Loss+
	Project owner	Legitimate	Hierarchy	Damage
	Data controller	Referent	Hierarchy	–
Performing entity	Project manager	Legitimate	SOW	Damage
	Project team	Expert	SOW	Harms

Usage stage

Level	Project role	Power	Legitimacy	Harm
Organization	Organization	Legitimate	License	Loss
Operations	Data custodian	Referent	Hierarchy	–
	End users	Expert	Employ	Harms
	Platform owners	Legitimate	License	–
	Model maintainers	Expert	License	–

Tab 2.3 Gruppi di stakeholders in base alla fase progettuale (Miller, 2022a).

> giurisdizionale che meno accettato in futuro dal punto di vista etico.

FINANZIAMENTO E REALIZZAZIONE

La prima fase di sviluppo progetto è quindi suddivisa in due sottofasi ovvero quella del finanziamento e quella che realizza l'AI. La differenza tra i due è nel primo caso comprendere in che modo ci può essere sostenibilità di mercato delle nuove soluzioni proposte, mentre compito della seconda fase è la realizzazione dell'idea e il garantire che, malgrado l'elevata dinamicità del settore, il risultato sembri comunque efficace (Miller, 2022a).

IMPLICAZIONI ETICHE E RIDUZIONE DEI RISCHI

E' da notare però che, in particolare nella fase di sviluppo e uso, la supervisione delle **implicazioni etiche** non è di importanza **essenziale solo per i fruitori finali ma anche per le compagnie** che propongono il servizio. Comprendere le considerazioni etiche e goderne del suo appoggio, infatti, secondo *AI Ethics Part One: Navigating Pressures for Responsible AI (2025),* permette di ridurre notevolmente i rischi e aumentare la sostenibilità/successo economico dell'azienda nel lungo termine. Secondo Zhang et al. (2021c) una potenziale causa di questa efficacia dell'intervento etico rispetto al risultato complessivo è da ricondurre alla fiducia delle emozioni sociali ovvero all'opinione di massa che si ha dell'AI.

FUNZIONALITÀ VS EMOZIONE

Zhang et al. (2021c), nel loro pionieristico studio compiuto nel 2021, ma ripreso nel 2024, provano a comprendere in una serie di test sperimentali quali siano le scelte che gli utenti preferiscono maggiormente, e tra gli argomenti discussi, si ipotizza di porre in contrapposizione anche la pura **funzionalità** (usare lo strumento perché serve) all'aspetto più **emotivo** (usare lo strumento perché piace).

Da un altro filone di ricerca poi, Shang et al. (2024) provano a definire quali e quante siano queste emozioni sociali che regolano le dinamiche d'uso dell'utente arrivando a prendere ispirazione anche in altri settori come le relazioni interpersonali, le dinamiche di lavoro in gruppo e alcuni altri tra cui anche le scienze pedagogiche.

IMPATTO DELLE EMOZIONI

Il centro di questo studio è la tabella in cui vengono riassunte le principali emozioni in base a quanto loro siano utilizzate e influenti nel settore.

SOCIAL TRUST E FASE D'USO

Facendo riferimento invece al processo di produzione dell'AI, il concetto di **social emotional trust e gli impatti etici** di questa sfera sulle performance complessive impongono anche una peculiare attenzione alla fase d'uso. In questa fase, è meritevole di menzione, tra le altre, anche la figura del end user, rispetto ai lavori e tasks solitamente incluse nella sfera del designer. Tra le mansioni e ruoli che lo UX designer potrebbe avere, infatti, è centrale quello di UX researcher ovvero di persona incaricata di comprendere **in che modo l'utente è interessato all'AI e quali feedbacks questo può fornire**.

RUOLO DELLO UX RESEARCHER

Tra le altre mansioni che costituiscono la fase d'uso, come già menzionato, c'è anche la manutenzione della struttura e l'aggiornamento dei dati a seconda delle necessità.

Questi due ruoli costituiscono gran parte dei costi, finanziamento e ricavi del business che ormai è già consolidato. Le mansioni che il personale deve considerare per la manutenzione e l'aggiornamento della struttura possono andare dal controllo dei dati alla manutenzione del modello di AI presente sul mercato (Miller, 2022a).

Impatti sociali dell'Ai.

Non necessariamente l'utente finale subisce le conseguenze dell'AI e questo può avere impatti sociali ed etici anche importanti.

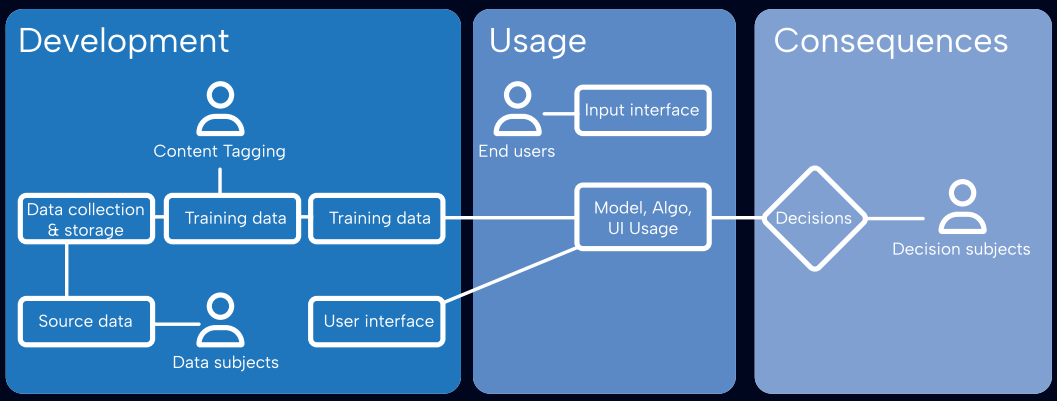


Fig 2.5 Schema che mostra il workflow minimo essenziale a garantire la funzionalità del servizio AI (Miller, 2022a).

Usage stage

Level	Total effect	Intermediary effect	95% BootCI	Direct effect	Effectiveness Ratio	Test conclusion
Functionality trust AVA	0,584	0,058	0,009–0,107	0,525 (0,400–0,655)	10,017%	Partial mediation
Social emotion trust AVA	0,0,79	0,058	0,011–0,127	0,017 (0,091–0,136)	100%	Complete mediation

Tab 2.4 Gap percepito negli utenti tra fiducia nella funzionalità dell'Ai e nella fiducia emotiva ad essa dedicata.

Quello che in ogni caso deve essere sempre tenuto in considerazione e reiterato sono le linee guida etiche elaborate in fase progettuale, come accennato da (Daiki – EU AI Act Compliance, n.d.)

IMPORTANZA DELLE LINEE GUIDA

Tra le altre mansioni tecniche di settore, tuttavia, quella essenziale che potrebbe influenzare i trend è soprattutto quella di seguire le linee guida etiche delineate in precedenza.

Le emozioni e i loro opposti per l'Ai.

Le emozioni riguardo la sfera cognitiva hanno in genere maggiore consistenza mentre quelle come l' 'amore' o la 'benevolenza, risultano in genere inconsistenti.

Usage stage			All data		Ai Condition		
#	**Item**	**Sub-dimension**	**F1**	**F2**	**F1**	**F2**	**Source**
C1	Unreliable – Reliable	Reliability	0,905	0	0,922	-0,058	
C2	Inconsistent – Consistent		0,928	-0,12	0,924	-0,183	
C3	Unpredictable – Predictable		0,894	-0,171	0,898	-0,204	
C4	Undependable – Dependable		0,851	0,016	0,911	-0,111	
C5	Fickle – Dedicated		0,759	0,139	0,744	0,116	
C6	Careless – Careful		0,721	0,213	0,716	0,206	
C7	Unbelievable – Believable		0,69	0,082	0,658	0,034	
C8	Unpromising – Promising						
C9	Clueless – Knowledgable	Competence	0,907	0,018	0,898	0,026	
C10	Incompetent – Competent		0,9	0,023	0,921	0,021	
C11	Ineffective – Effective		0,861	0,075	0,863	0,071	
C12	Inexperienced – Experienced		0,751	0,089	0,611	0,155	
C13	Amateur – Proficient	Understandability	0,895	0,009	0,864	0,039	
C14	Irrational – Rational		0,827	0,02	0,792	0,05	
C15	Unreasonable – Reasonable		0,71	0,224	0,714	0,202	
C16	Incomprehensible – Understandable		0,706	0,175	0,783	0,079	
C17	Opaque – Trasparent		0,6	0,261	0,656	0,18	
C18	Dishonest – Honest	Integrity	0,693	0,178	0,743	0,097	
C19	Unfair – Fair		0,663	0,274	0,66	0,268	
C20	Insincere – Sincere						
A1	Apathetic – Emphatic	Benevolence	-0,11	0,989	-0,162	0,967	
A2	Insensitive – Sensitive		0,08	0,959	-0,109	0,955	
A3	Imprersonal – Personal		-0,024	0,902	-0,025	0,847	
A4	Ignoring – Caring		0,048	0,881	-0,055	0,941	
A5	Self-serving – Altruistic		0,215	0,627	0,207	0,622	
A6	Malicious – Benevolent						
A7	Harmful – Well-intentioned						
A8	Discouraging – Supportive						
A9	Rude – Cordial	Amiability	-0,11	0,989	0,112	0,76	
A10	Indifferent – Responsive		0,221	0,711	0,232	0,667	
A11	Judgemental – Open-Minded		0,142	0,688	0,078	0,697	
A12	Impatient – Patient		0,291	0,577	0,218	0,6	

Tab 2.6 Figura che mostra le principali emozioni e i loro opposti classificati nell'uso dell'AI secondo Shang et al. (2024), F1 = intero dataset, F2 = dataset selezionato dall'AI. Se i valori di F1 o F2 sono negativi significa che, per quel valore la coppia di termini è inconsistente.

2.3.3 Etica ed Intelligenza artificiale

ETICA COME REQUISITO DI BASE

Al giorno d'oggi, considerare l'etica nel momento in cui si stanziano i fondi e nelle pratiche d'uso non è solo più opzionale ma è diventato un requisito di base in cui le agenzie devono necessariamente credere e alla quale sono assoggettate a strette normative del paese/continente in cui sono inserite.

Uno degli esempi più restrittivi nel settore è quello dell'Unione Europea in cui, in siti come Daiki non soltanto informano e sensibilizzano a quali sono i diritti degli utenti all'AI ma permettono anche di veicolare informazioni più tecniche su come le agenzie e aziende di settore possano essere supportate. (Daiki – EU AI Act Compliance, n.d.).

FIDUCIA E SIMULAZIONE DELLE EMOZIONI

La teoria scientifica correlata all'argomento etico tuttavia è complesso. e per questo è stato suddiviso in **due macro aree concettuali**: la **fiducia** che le persone possono avere nel mettere a disposizione dell'AI i loro **dati sensibili** (input) e la **simulazione delle emozioni** che molto speso è richiesto che l'AI abbia nel restituire i risultati (output).

2.3.3.1 Fiducia

In genere il tema della fiducia relativo all'etica nel settore AI, Gao et al. (2024) spiegano come sia un qualcosa nato di recente siccome prima del 2019/2020 il focus principale era la sola produttività ed efficienza, essendo le AI stesse ancora embrionali e non sempre con prestazioni garantite..

Il comprendere come i dati vengono trattati è però diventato un elemento chiave, se ad esempio si vuole ragionare su un'idea e ne si inserisce il concept all'interno di un chatbot LLM o SLM, di chi saranno i diritti d'autore se quell'idea non è ancora stata brevettata? Saranno dello scrivente che la palesa per primo o del servizio proprietario dell'AI che reperisce le risorse di modo che quella stessa idea sia possibile?

TRASPARENZA E PRIVACY

Come vengono trattati i **dati in base a trasparenza, spiegabilità e privacy** dei dati è quindi un punto essenziale del dibattito, e Karathanasis (2024) oppure (Daiki – EU AI Act Compliance, n.d.) o (Preparing for the EU AI Act: A C-Suite Action Plan - EU AI Act, n.d.) sembrano offrire un'esempio riassuntivo di tali problematiche nella piramide di Maslow riadattata ai problemi sistemici emergenti nell'etica dell'uso dell'AI.

UTENTI LATENTI E CATEGORIE

Definiti i rischi sistemici nel settore AI e quali sono quelli più o meno prioritari tra di loro, si apre un'altra questione: i dati e il coinvolgimento di chi fruisce direttamente del servizio AI non sono gli stessi di chi ne è coinvolto in via latente.

Se ad esempio si può intendere come utilizzatori dei

singoli professionisti come UX designers, Managers o statisti, chi è interessato in via latente sono spesso enti o agenzie che governano questi ruoli anche se non ne usufruiscono direttamente. Il reparto di top management di queste imprese infatti, come per ogni settore quando si effettuano degli investimenti, richiede certezze o definizione dei vincoli contrattuali.

DOVE FINISCE IL LIMITE?

Come già accennato nei capito precedenti però, nella Deep Learning Era **non è semplice comprendere il limite** tra complessità/possibilità tecniche e legislative del settore AI applicato al proprio. E' quindi attorno a questo punto che nascono servizi come (Rhite – Leading the Way to Trustworthy AI, n.d.) di agenzie specializzate nel counceling dell'uso dell'AI, quali diritti le imprese clienti hanno e quali sono invece le possibilità inesplorate che l'azienda cliente potrebbe considerare ulteriormente.

Definiti i **rischi sistemici** nel settore AI e quali sono quelli più o meno prioritari tra di loro, si apre un'altra questione: i dati e il coinvolgimento di chi fruisce direttamente del servizio AI non sono gli stessi di chi ne è coinvolto in via latente.

UTILIZZATORI, COORDINATORI ED ENTI

Se ad esempio si può intendere come utilizzatori dei **singoli professionisti come UX designers, Managers** o statisti, chi è interessato in via latente sono spesso **enti o agenzie che governano questi ruoli** anche se non ne usufruiscono direttamente. Il reparto di top management di queste imprese infatti, come per ogni settore quando si effettuano degli investimenti, richiede certezze o definizione dei vincoli contrattuali.

IL MERCATO DEL COUNCELING

Come già accennato nei capitoli precedenti però, nella Deep Era non è semplice comprendere il limite tra **complessità/ possibilità** tecniche e legislative del settore AI applicato al proprio. E' quindi attorno a questo punto che nascono servizi come (Rhite – Leading the Way to Trustworthy AI, n.d.) di agenzie specializzate nel counceling dell'uso dell'AI, quali diritti le imprese clienti hanno e quali sono invece le possibilità inesplorate che l'azienda cliente potrebbe considerare ulteriormente.

Uso latente dell'AI

Gli utenti latenti di solito più coinvolti sono considerati essere di tre tipologie:

- persone al vertice delle aziende e/o che hanno responsabilità di controllo negli investimenti dell'AI (alti dirigenti, business accountants, responsabili investimenti, responsabili della sicurezza, etc...)

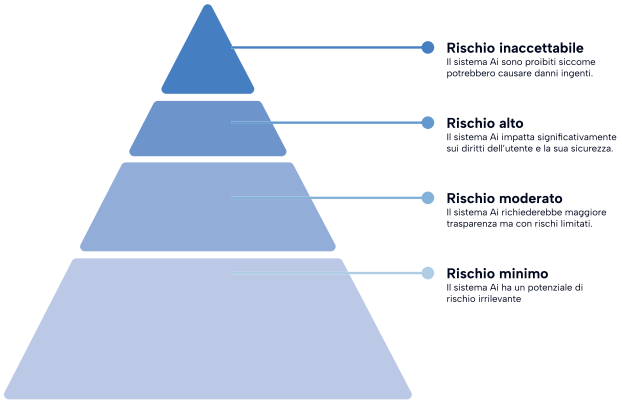


Fig 2.6 Piramide di Malslow riadattata al trattamento dei dati nel settore AI in base al rischio sistemico correlato (Preparing for the EU AI Act: A C-Suite Action Plan - EU AI Act, n.d.).

- persone che fruiscono di un servizio indirettamente (es. processori grafici AI-aided con persone interessate i fruitori dei devices oppure sistemi di riconoscimento facciale nelle telecamere di sicurezza)
- persone indirettamente e inconsapevolmente impattate

UTENTI INCONSAPEVOLI DI ESSERLO

Approfondendo nel dettaglio le caratteristiche in comune e le differenze tra queste tre tipologie, tutte e tre i ruoli hanno in comune che **nessuno di loro usa necessariamente o consapevomente l'AI**, ma tutti e tre i ruoli allo stesso tempo ne sono impattati e potrebbero essere interpellati in quanto fruitori.

IL B2B DELL'AI

Tra questi, il ruolo che di solito è più comune ed interessa maggiormente sono le **persone al vertice di aziende** che possono richiedere dei servizi AI per la propria impresa purché l'investimento valga la pena. Questi ruoli dirigenziali di solito non mirano a usare direttamente l'AI ma anzi hanno l'obiettivo di rendere più efficiente il lavoro dei dipendenti oppure di integrarlo nel prodotto/servizio offerto (es. Microsoft o NVIDIA che propongono i sistemi di ottimizzazione hardware con l'AI, vedere Esmaeilzadeh et al. (2012) per informazioni di carattere generale sull'NPU)

Il **ruolo di coordinamento** tuttavia, anche se è centrale, non **interagisce direttamente con l'AI**.

USO BACKGROUND

Le persone che fruiscono del servizio indirettamente invece possono essere utenti che sono più o meno consci di usare lo strumento di intelligenza artificiale ma questo agisce quasi sempre in background rendendo l'utente inconsapevole di cosa sta succedendo e/o quali operazioni

sta svolgendo l'AI. Tutto ciò che di solito l'utente sa è che l'AI serve per ottimizzare le sue operazioni quotidiane (NPU se il lavoro è svolto in background da hardwares, o apps come taskade se serve un supporto a livello manageriale).

IMPLICAZIONI SOCIALI

La terza tipologia di utenti impattati indirettamente invece è quella forse più critica: spesso sono persone ignare dell'AI e/o delle sue funzionalità. Un esempio iconico di questo tipo è il caso di **Skynet CCTV Mass Surveliance** in Cina (Thompson, 2021) in cui è emerso che sistemi di AI Vision (basati sulla sensoristica e sul riconoscimento facciale) sono in grado di riconoscere in tempo reale dei crimini commessi sul tessuto urbano e bloccare a pochi minuti dall'accaduto i criminali.

PERCEZIONE INVASIVA

Questa terza tipologia di utenti tuttavia è la più riluttante e meno desiderosa dell'intelligenza artificiale dato in questi casi, di solito, l'AI viene percepita come un elemento estraneo e invasivo dell'intimità individuale.

Uso diretto dell'AI

COSA E COME FUNZIONA?

L'uso diretto dell'intelligenza artificiale, a differenza di quello indiretto, di solito è focalizzato su cosa e come funziona l'AI. Questo può andare dallo **svolgimento delle pratiche quotidiane** (redazione e invio di mails, generazione o editing di immagini, generazione e/o editing di video, voice cloning, ricerca, etc...) sino all'ottimizzazione sporadica di sintesi o creazione di progetti particolari.

RIADATTAMENTO CONTINUO

Per via della velocità di evoluzione del settore AI, **l'utente però si trova ancora molto spesso a riadattarsi ex-novo**

a piattaforme e/o pratiche a lui/lei completamente inesplorate e sconosciute ogni mese.

ACCESSIBILITÀ ALL'AI GENERATIVA

Come anticipato all'inizio del capitolo infatti, l'efficienza dell'AI è stata un problema critico nell'evoluzione dell'AI sino al 2020 per la quale l'obiettivo era innanzitutto ottenere dei risultati senza subire perdite economiche o di tempo tolto al lavoro. Da quando però NVIDIA e OpenAI hanno presentato sul mercato le nuove AI generative e i chatbots NLP, **i risultati hanno iniziato ad essere più facilmente controllabili,** non è più necessario avere competenze di programmazione per ottenere risultati performanti siccome basta rigenerare il risultato cambiando la descrizione e questo ha permesso a sempre più persone meno specializzate di fruirne.

CAMBIO DI PARADIGMA COSTANTE

Se quindi dal 2020 ad oggi il soggetto della questione è cosa si può fare con l'AI, questo sta sempre di più cambiando nel comprendere in che modo interagire con lo strumento con AI.

AVERE TUTTO E SUBITO

In questo scenario, a differenza dell'uso latente, però è difficile definire dei target specifici, un dottore potrebbe usare dei sistemi vision per osservare i problemi del paziente ed essere supportato nelle diagnosi, un business accountant potrebbe sfruttare degli algoritmi predittivi per comprendere i movimenti in borsa, un graphic designer potrebbe generare o editare nuove immagini oppure un ricercatore può cercare nuove fonti e redigere articoli scientifici automaticamente tramite LLM. Insomma, questi sono solo alcuni esempi ma ad oggi sempre di più sono le possibilità offerte dal settore AI e di solito il limite più

facilmente raggiungibile è la creatività umana più che le possibilità tecniche dello strumento.

Nonostante ciò però Philipsen et al. (2022) puntualizzando quanto poco ancora ci si fidi dell'AI.

FUNZIONALE NON SIGNIFICA UTILE

In uno studio condotto nel 2022 su 38 intervistati e più di 500 questionari, è stato osservato come molte persone riconoscano la funzionalità dell'AI ma al tempo stesso **non ci si fidi ad usarla**.

Nei questionari e nelle interviste Philipsen et al. (2022) indagano specificatamente quale sia il ruolo più riconosciuto dall'AI e l'unico nella quale non sembra esserci disapprovazione è di 'servo' al servizio del fruitore.

POSTURA NECESSARIA

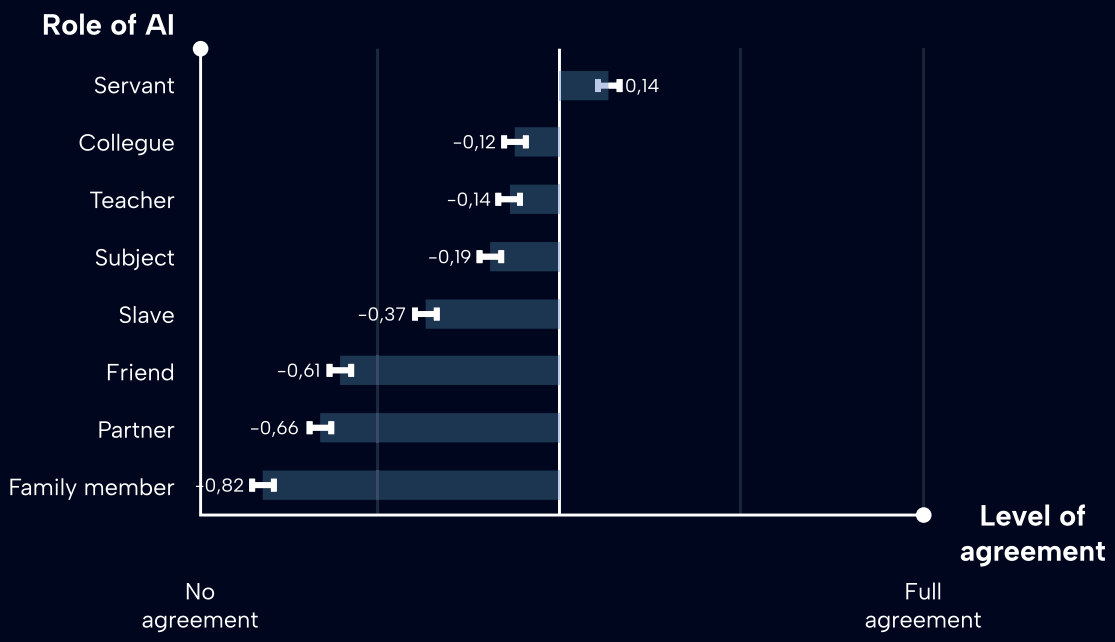
Nello stesso studio poi è anche indagato quali siano le tasks che si pensa che l'AI sia in grado di svolgere meglio ed è interessante notare come quelle più uniformemente negative siano associate alla sicurezza e al trattamento dei dati mentre quelle più positive siano riferite alle possibilità tecniche e funzionali che lo stesso strumento offre.

FRAGILITÀ DEI SERVIZI AI

I risultati di questa ricerca quindi permettono di comprendere due caratteristiche fondamentali, da un lato la privacy e la sicurezza, come già esposto dalla commissione Europea e riconfermato da Daiki, sono il punto più fragile dei sevizi AI, da un altro punto di vista invece, le funzionalità tecniche sono già ampiamente accettate e condivise, ciò che non lo è il dialogo tra la **trasparenza** e la **funzionalità**, ovvero la garanzia di privacy e di uso etico dei dati che l'utente mette a disposizione.

Come le persone vedono l'Ai.

Da quanto emerso dall'analisi desk, c'è in genere accordo nel considerare l'Ai un servo piuttosto che un pari o un 'amico'/'famigliare'. Da un'altro punto di viste l'Ai è percepita molto positivamente per quello che riguarda la sfera cognitiva, ma è anche riconosciuta come qualcosa di pericoloso e immorale.



Tab 2.7 Accordo sui ruoli potenziali di un'IA (media ed errori standard), (Philipsen et al., 2022).

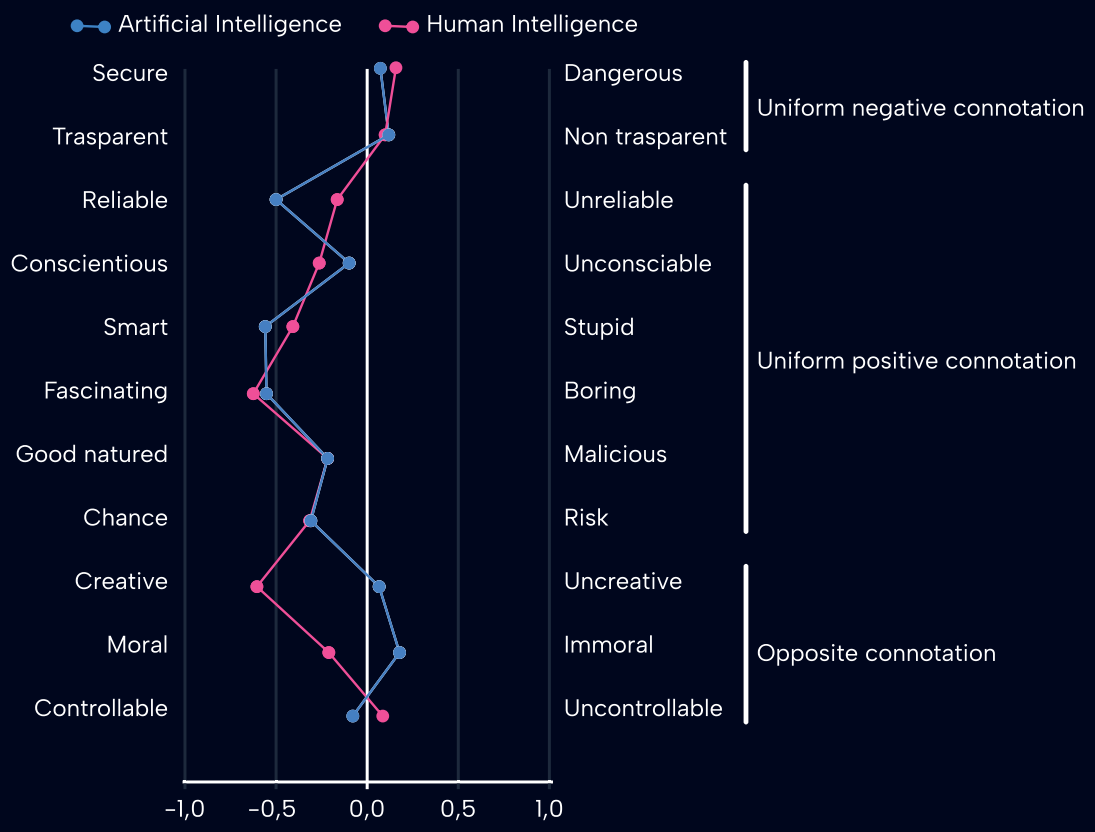


Fig 2.7 Attribuzioni semantiche all'intelligenza (Mean) differenziate in base a Intelligenza artificiale e umana (Philipsen et al., 2022).

Capitolo 2.4
casi studio

SETTORE IN RAPIDA EVOLUZIONE

La ricerca dei casi studio è stata un argomento molto complesso, è apparso sin da subito, osservando le statistiche offerte dalla piattaforma **Epoch.ai** quanto il settore stia progredendo sempre più velocemente e si stia specializzando in dettagli sempre maggiori (“Data on Notable AI Models,” 2024).

COMPLESSITÀ DELLA CLASSIFICAZIONE

L’analisi dei casi studio considerati in questo contesto, è stata **attivata da Maggio 2024 ed è stata conclusa a Settembre/Ottobre dello stesso anno**, ha previsto una raccolta di poco meno di 100 casi studio classificati in 27 ritenuti più rilevanti e un’altra settantina ritenuta comunque d’interesse per la tesi. Non pochi sono stati però gli imprevisti nel percorso di classificazione, inizialmente si è previsto un momento di raccolta dati ponendosi questioni quali: in che modo sono classificabili le intelligenze artificiali oppure qual è la storia contemporanea (dall’inizio della Deep Era ad oggi).

DIVERSE TIPOLOGIE DI AI

Questo tipo di ricerca tuttavia ha ottenuto dei dubbi risultati: Epoch.ai stesso definisce egli stesso alcuni gruppi principali di intelligenze artificiali come multimodali

(più canali sensoriali in simultanea), di lingua(LLM e conversazionali), per il gaming (ottimizzazione hardware, creazione di NPC intelligenti, etc...) o vision (reperimento di informazioni dalla realtà e rielaborazione sensor–based).

LIMITI CLASSIFICAZIONE ATTUALE

Anche però considerando questo modello di classificazione, sicuramente molto condiviso considerando la complessità e la varietà di dati offerti tutti, opportunamente citati a loro volta, sorgono comunque due dubbi:

- i modelli predittivi di solito impiegati per la finanza, quelli a supporto del sistema hardware per la medicina e la diagnostica ed il supporto ad esempio per sistemi hardware come NPU, sono completamente racchiudibili in questo metro di giudizio?
- durante la ricerca dei casi studio stessi, inoltre, è emersa una seconda criticità: questa è una tesi pensata per il settore del design, tuttavia casi studio come Uizard (centrali per questo settore) non sono veramente racchiudibili nelle classifiche suggerite. Se infatti l'etichetta multimodale comprendere poter fornire come input/output attraverso più canali informativi quali immagini, testo, audio, video, etc..., Uizard prevede una prima fase di personalizzazione di solo testo per poi fornire più contenuti tra quelli indicati ma:
  - il contenuto generato è aperto, ovvero è tutto editabile anche singolarmente
  - le AI multimodali normalmente funzionano tramite chatbot, in questo caso però sono degli strumenti quasi totalmente privi di supporto testuale usando altri strumenti al loro posto.

- durante la ricerca modelli come quello offerto da OpenAI quale ChatGPT è a tutti gli effetti un chatbot, tuttavia:
    - Plug-in per excel, in loco all'interno della piattaforma per o softwares simili sfruttano altri sistemi di funzionamento.
    - ChatGPT è anche utilizzato dei robots come nel caso di Figure.ai per verbalizzare il pensiero, in questo caso però come classificare lo strumento? testuale perché conferisce la proprietà di parlare, multimodale perché può sia parlare che sentire che vedere o vision siccome i contenuti sono generati da quest'ultimo?
    - ChatGPT è anche disponibile in versione OpenSource completamente editabile da programmatori per il mercato B2B (principale mercato della compagnia).

FUNZIONALE NON SIGNIFICA UTILE

Sulla base di queste criticità quindi si è ricercato quali interpretazioni alternative potevano suggerire tale classificazione. Tra le innumerevoli interpretazioni presenti nella ricerca scientifica aggiornata al termine del 2024, periodo in cui si è conclusa l'analisi dei casi studio, si sono in conseguenza a questi limiti ricercate classificazioni alternative per funzionalità, come nel caso di Epoch.ai; oppure per processo, in cui è necessario comprendere come discipline quali il service design si possano inserire nella classificazione.

RICERCA ALTERNATIVE

Le principali fonti che più di altre sembrano avere schemi riassuntivi dell'intero settore sono due:

- **Xu et al. (2021)** che offre una visione d'insieme del processo sulla base delle informazioni necessarie rispetto al risultato ottenibile

- **Wang et al. (2021)** che offre classificazioni alternative sia per applicazioni che per processo.

Come si può vedere in figura, il primo caso di Xu et al. (2021) è una classificazione profondamente tecnica che pone in evidenza gli aspetti legati al processo del machine learning e alle sue sfumature permettendo in questo modo di comprendere i criteri che è necessario considerare fase per fase ai fini dello scopo finale.

FOCUS SUL PROCESSO TECNICO

Come si può vedere in figura, il primo caso di Xu et al. (2021) è una **classificazione profondamente tecnica** che pone in evidenza gli aspetti legati al **processo del machine learning** e alle sue sfumature permettendo in questo modo di comprendere i criteri che è necessario considerare fase per fase ai fini dello scopo finale.

CENTRALITÀ DELL'UTENTE

Nel caso di Wang et al. (2021) invece, la classificazione è nettamente più **specializzata al settore del design** e ci si concentra principalmente sul risultato finale e sui servizi ottenibili secondo le performances necessarie al design. A differenza da quanto proposto da Xu e colleghi, però, il processo è quello di **fruizione dell'utente** (designer o sostituto) e le funzionalità sono indicate a seconda degli steps in cui il fruitore potrebbe avere necessità dell'intelligenza artificiale.

FUNZIONALITÀ E SETTORI DI MERCATO

Lo stesso studio tuttavia puntualizza anche altri tipi di classificazioni sulla base delle applicazioni offerte dal mercato come le seguenti. Classificazioni alternative proposte o sulla base delle **funzionalità**, più comuni per settore di mercato (Wang et al., 2021).

NECESSITÀ DI STANDARDIZZAZIONE

Al termine della discussione tuttavia, lo stesso gruppo di

Knowledge graph del sistema AI

Il settore Ai è come un ‘abisso’, più ci si immerge, più complessità e dati umentano.

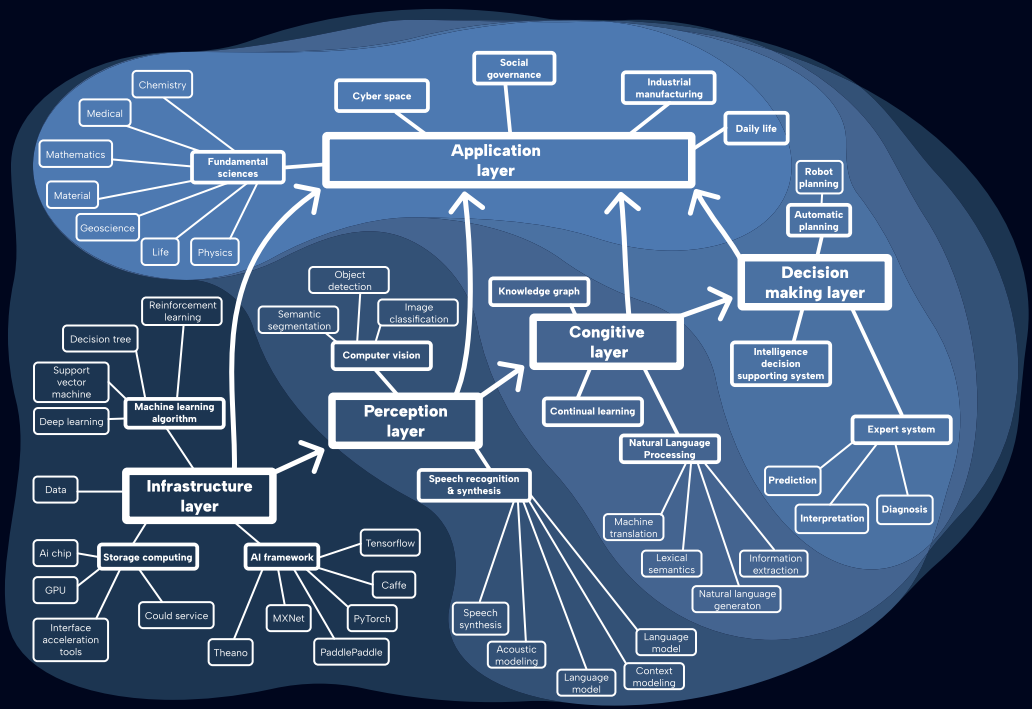


Fig 2.8 Knowledge graph del sistema di intelligenza artificiale, dall'infrastruttura necessaria (verde), alle varie fasi del machine learning (blu) per poi terminare nelle applicazioni risultanti in base alle scelte fatte (arancione) (Xu et al., 2021).

ricerca che ha proposto mappe descrittive del settore AI, evidenzia che ci sia necessità di trovare una **metrica condivisa** come standard da più o meno tutta la comunità scientifica (Wang et al., 2021).

Sulla base di tali necessità quindi le ricerche per comprendere quale fosse la classificazione più efficiente è continuata attraverso l'indagine di quali fossero i pattern di classificazione più ricorrenti che sono stati nuovamente rintracciati negli articoli scientifici proposti in questo paragrafo.

TRE MACRO CLASSI

Da quanto emerso dal confronto tra i due gruppi di ricerca infatti, praticamente tutto nella classificazione può avere terminologie differenti, le uniche macro classi che non sembrano variare mai sono tre:

- **Perception**: settore vision e chatbots
- **Cognition**: elaborazione di costrutti logici alla base della reiterazione
- **Behavior**: simulazione del comportamento

SOTTOCATEGORIE PER FUNZIONALITÀ

Da queste tre categorie quindi sono state create 14 sottocategorie specializzate in ambiti differenti a seconda della funzionalità e degli usi di cui si potrebbe avere necessità (ad esempio le persone che possono avere necessità di video o immagini sono completamente differenti tra di loro tanto quanto sono differenti le applicazioni possibili: se le immagini sono inseribili in siti web, presentazioni, libri e aspetti correlati, i video di solito si focalizzano sullo storytelling oltre che alle sole riprese. L'elenco completo delle sottocategorie è proposto di seguito:

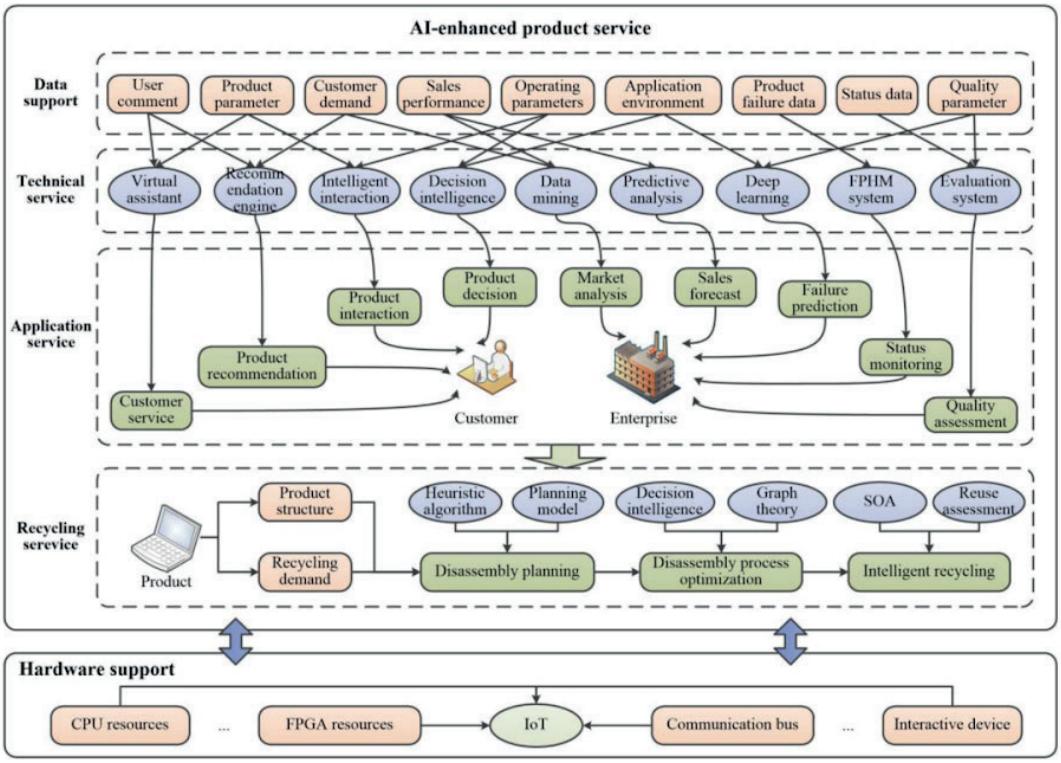


Fig 2.9 Ai-enhanced product design per il settore service (Wang et al., 2021).

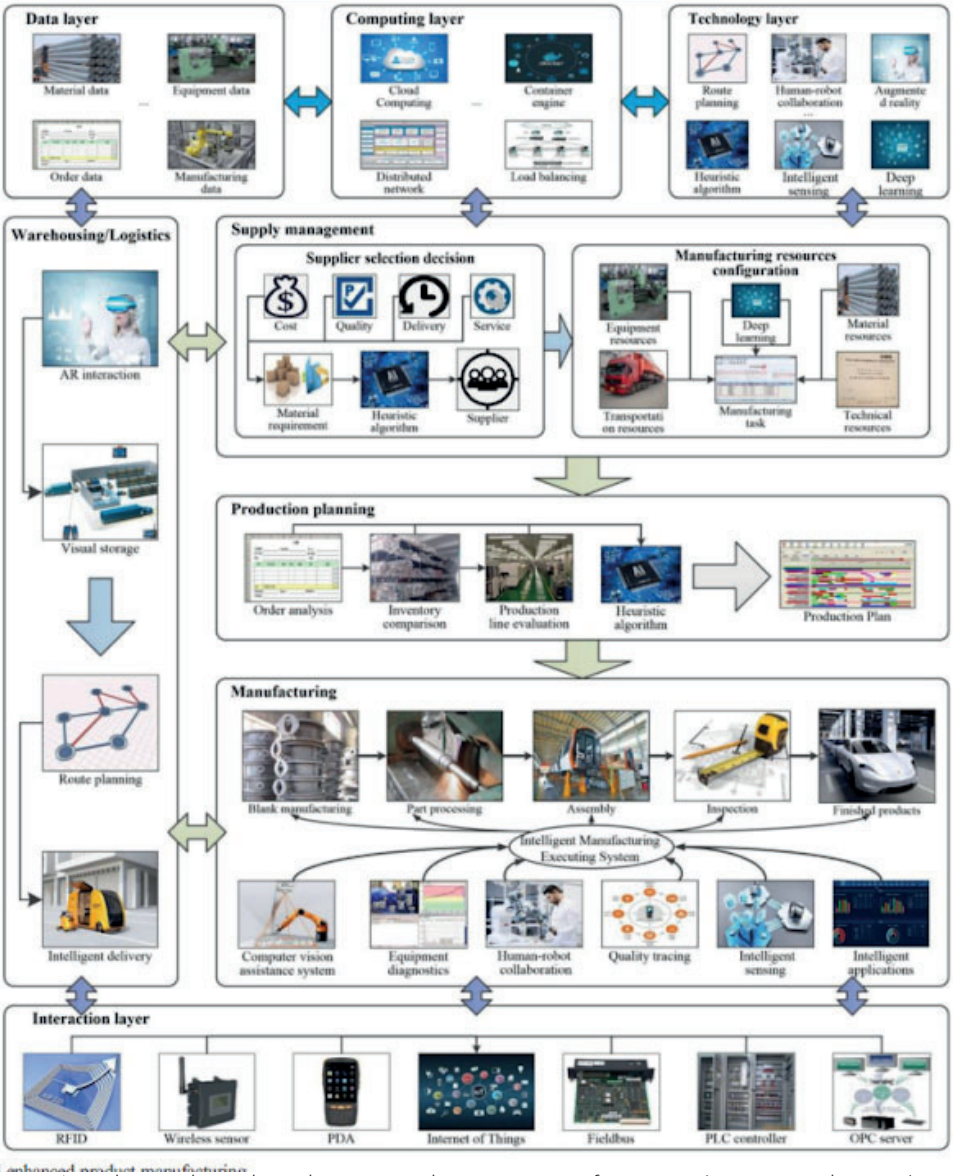


Fig 2.10 Ai-enhanced product design per il settore manufacturing (Wang et al., 2021).

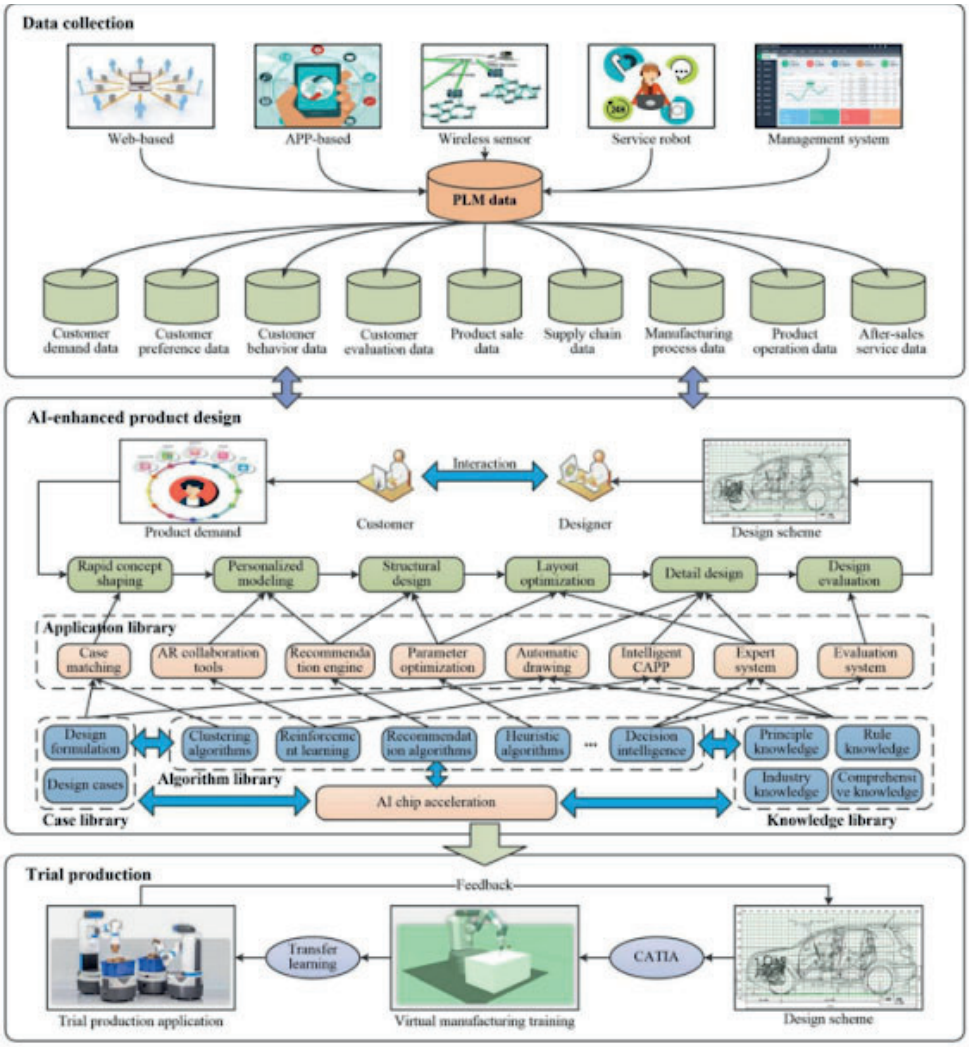


Fig 2.11 Ai-enhanced product design per i settori product, web e retail (Wang et al., 2021).

Ai per i settori manufactuing, service e product.

L'intelligenza artificiale può variare molto da settore a settore, ma variano anche i metodi applicativi che possono essere tarati caso per caso.

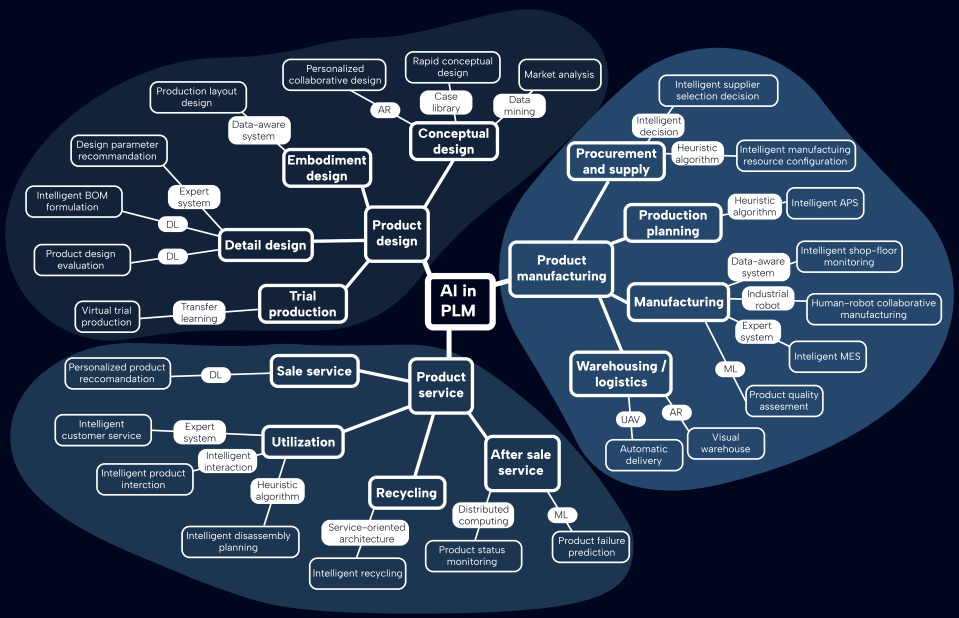


Fig 2.12 Classificazioni alternative proposte o sulla base delle funzionalità o delle funzionalità, più comuni per settore di mercato (Wang et al., 2021).

- **Testo**: strettamente basato sul testo ma non necessariamente è un chatbot.
- **Video**: è volto ad avere video come outputs finali.
- **Immagine**: generazione di contenuti visuali equivalenti a immagini.
- **Musica**: contenuto sonoro.
- **Parlato**: contenuto verbale funzionale all'esplicazione quale voicecloning, voice over, generazione audio, etc.
- **Codice**: serie di contenuti atti a leggere e interpretare linguaggi di codice in formati nativi.
- **Data management**: applicazioni basate sul criterio di selezione intelligente da database.
- **Modello 3D**: generazione di outputs 3D.
- **Elementi complessi**: generazione di contenuti mono-canale (testo, video, immagine) proposti in maniera coordinata, editabile, aperta e con una logica di interconnessione tra gli elementi del sistema.
- **Componenti di progetto**: esecuzione parziale di step di progetto non racchiudibili nelle altre classificazioni ne sufficientemente complessi da generare autonomamente un intero progetto come gli elementi complessi.
- **Automazione di veicoli**: sistemi AI basati sulla vision e sull'automazione di movimenti.
- **Automazione manifatturiera**: sistemi AI basati sull'esecuzione di tasks complesse in sistemi di produzione controllati.
- **Smart systems**: domotica e automazione in ambienti domestici o urbani.
- **Robots**: generazione di AI funzionali a simulare in tutto e per tutto il comportamento umano senza specializzazioni tipiche degli altri tipi di AI.

Ai nei settori applicativi di mercato.

L'intelligenza artificiale può essere in tutto ciò che ci circonda: prodotti, servizi, processi, dalla vita quotidiana a quando si va al supermercato o quando si parla di sicurezza.

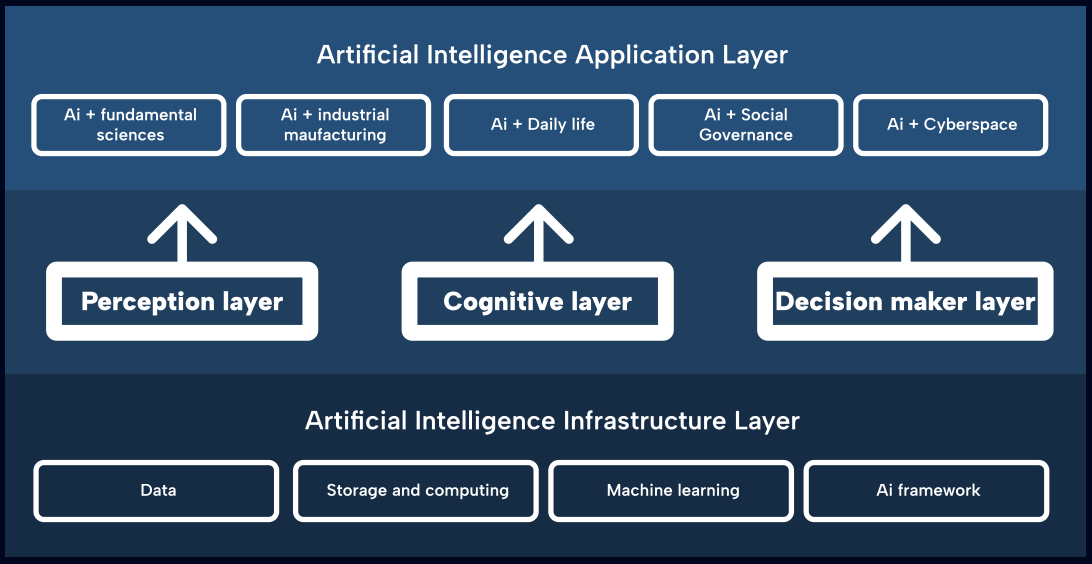
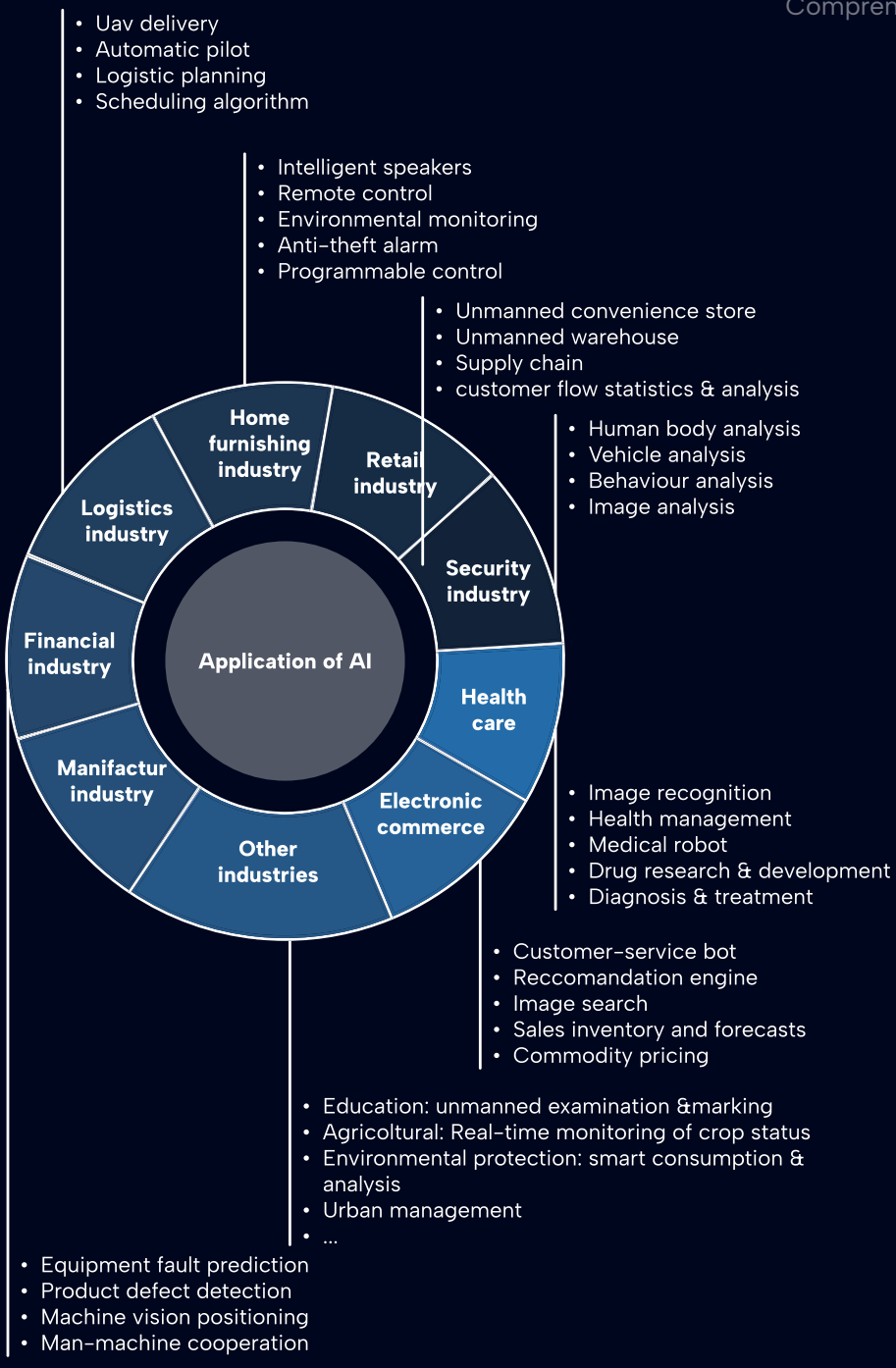


Fig 2.13 Sintesi dei possibili ambiti in cui applicare l'AI (Xu et al., 2021).



Fiig 2.12.1 Esempi di settori in cui è possibile l'applicazione dell'Ai (Wang et al., 2021).

EVOLUZIONE CONTINUA DELLA CLASSIFICAZIONE

Queste categorie evidenziano ancora numerose carenze come ad esempio classi specifiche per gli **hardwares**, data la carenza però di uno standard univoco ed essendo la stessa **classificazione ancora in profondo cambiamento** da quanto segnalano le fonti, questa ha l'obiettivo di porre in luce quali sono gli ambiti principali per il **design** e quali sono le altre categorie comunque da tenere sotto attenzione se si vuole avere una visione più ampia del settore AI.

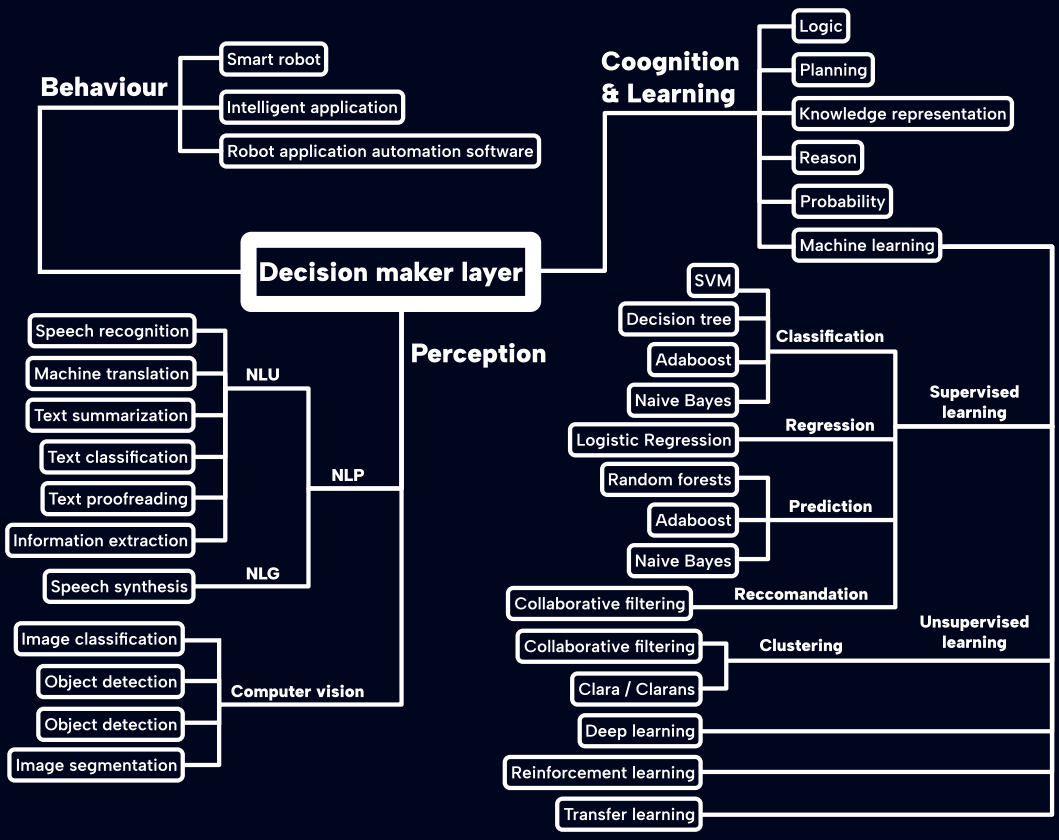


Fig 2.14 Sintesi delle possibili applicazioni AI (Wang et al., 2021).

2.4.1 Contesto in cui i casi sono stati selezionati

RUOLO DELLE PICCOLE REALTÀ

Definita una classificazione generale del settore AI si è poi indagato se solo le grandi compagnie sviluppano intelligenze artificiali. Il risultato di questa ricerca, ha permesso di scoprire come in realtà ci sia un **grandissimo fermento** anche nelle realtà più piccole anche se hanno **budget e performances minori**.

INNOVAZIONE DIFFUSA E NASCOSTA

Secondo questa prospettiva infatti, è stata compresa un'ulteriore incongruenza oltre a quelle già elencate nei precedenti paragrafi e capitoli. Epoch.ai, ad esempio propone già da sé una lista piuttosto esaustiva di quelle che sono le possibilità dell'AI ad oggi e quali sono le principali compagnie che la rappresentano rispetto alle innovazioni radicali periodicamente brevettate. Indagando ulteriormente tra le piccole realtà si è però scoperto che c'è una **moltitudine di servizi ai-based più piccoli** che non sarebbero mai normalmente riconoscibili da visioni top-down del settore ne da visioni bottom-up sulle quali siano le innovazioni più influenti dal punto di vista scientifico. Data l'ingente quantità di capitale necessario per entrambi infatti comparirebbero molto probabilmente gli stessi nomi sia in un caso che nell'altro.

DISTANZA TRA TEORIA E PRATICA

Una peculiarità emersa dal confronto tra le fonti, è stata infatti che mentre chi si occupa di indagare il settore AI secondo una prospettiva finanziaria tende a descrivere quasi sempre classifiche come quelle di Epoch.ai, gli esperti che si focalizzano sui risultati concretamente ottenibili, identificano invece intelligenze artificiali

più piccole e che quasi mai emergono dai tradizionali parametri di confronto del settore (es. numero di brevetti, fatturato, dimensioni della compagnia). Alcuni casi studio d'esempio di questo principio sono **Semrush, SE Ranking, Quillbot, Adobe**.

CRESCITA E VARIETÀ AI

Considerato infatti che non esiste una **classificazione univoca** per l'intero settore e che questo ha un tasso di crescita superiore al 400% annuo (Epoch AI, n.d.), si è compreso che non solo i modelli sviluppati dalle grandi compagnie e basati nella maggior parte dei casi su Large Language Models potrebbero essere di interesse.

HUB E CLUSTERING AI

Indagando ulteriormente sulla questione si sono scoperti degli 'hub' che provano proprio a sintetizzare e clusterizzare queste necessità come nel caso di **There's an AI for That** (There's an AI for That® - Browse AI Tools for Any Task, n.d.) in cui si può scegliere tra AI già presenti come plug-in specializzati di OpenAI, AI di piccoli produttori oppure si può crearne una propria e poi diffonderla all'interno della comunità o scegliere di mantenerla privata.

SMALL LANGUAGE MODELS CRUCIALI

Il risultato dal confronto tra There's an AI for That e Epoch.ai ha reso in ogni caso palese l'importanza dei Small Language Models per ottenere un panorama più eterogeneo e meno 'ideale' del settore.

2.4.2 Criteri di selezione

Una volta definito il contesto della ricerca dei casi studio, comprese quali sono le sfide e i limiti del settore, si è quindi passati alla definizione del **metodo di comparazione**.

INNOVAZIONE DIFFUSA E NASCOSTA

Ci si è chiesto in che modo siano stati paragonati in precedenza i casi studio di AI e quali siano i metodi più ricorrenti per fare ciò. Tra le fonti analizzate però la larga maggioranza è stata subito scartata siccome quasi totalmente incentrata sui termini e parametri tipici del settore a cui si fa riferimento (ad esempio nel settore medico l'impiego della terminologia e dei fattori di analisi per definire l'anamnesi dei pazienti).

INTERDISCIPLINARIETÀ DEL DESIGN

Dato però che la tesi fa riferimento al design e che questo è notoriamente interdisciplinare tutta questa serie di studi specialistici sono stati scartati siccome i parametri sarebbero difficilmente comparabili con le altre discipline in fase conoscitiva.

APPROCCIO NARRATIVO E TRASVERSALE

Una classificazione degli Emirati Arabi ha però suscitato più interesse in '**100 Practical Applications and Use Cases of Generative AI**', Basheer (2025) (Tab 2.2), descrive alcuni degli esempi più ricorrente e utili nelle pratiche di uso comune. Il confronto è più narrativo che scientifico, non offrendo nessun vero e proprio parametro di confronto analitico tipico dei tradizionali documenti accademici, è però anche l'unico che pone a confronto i principali strumenti AI anche di settori molto differenti come **Runway, Fliki o Quillbot** di solito non presenti in altri tipi di classificazione ma anche fortemente concorrenziali e presenti sul mercato.

Value drivers settore Ai alternativi.

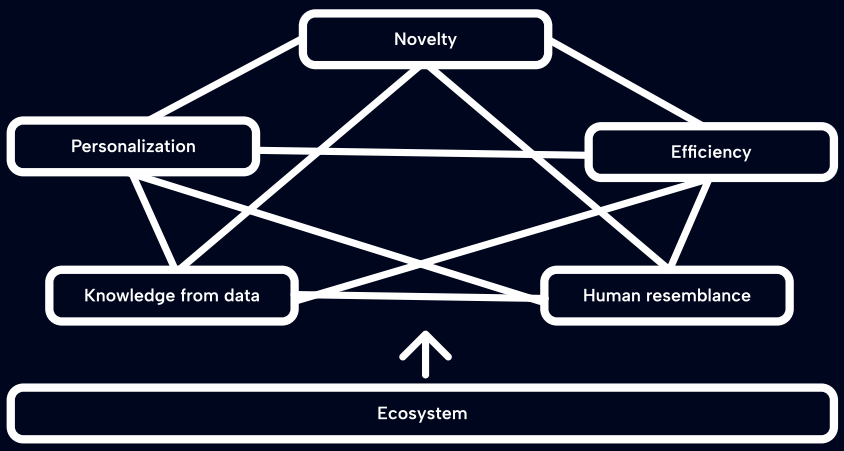


Fig 2.15 Value creation dall'AI (Böttcher et al., 2022).

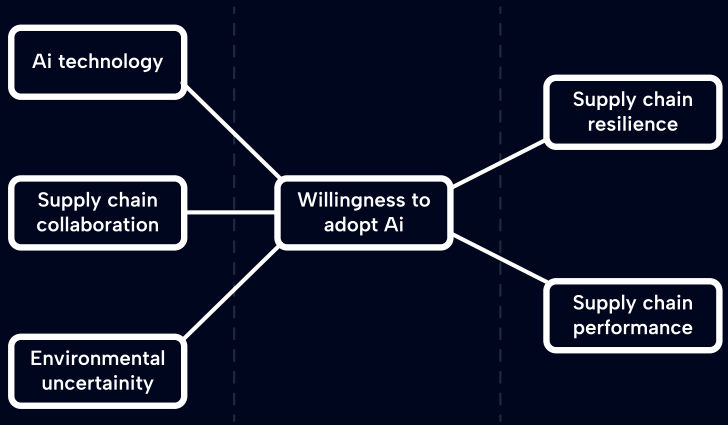


Fig 2.16 Tecnologia AI, compatibilità e volontà di adozione (Wang & Pan, 2022).

VALUE DRIVERS E FUNZIONALITÀ

Basheer (2025) ha quindi permesso di comprendere che i parametri principali di confronto non sono soltanto i **value drivers** ma anche quali sono le **funzionalità dell'AI** e attraverso quali canali si fa di solito riferimento (ad esempio app, piattaforma web o plugin).

Ulteriori ricerche hanno poi fatto emergere lo studio di Cautela et al. (2019) del Politecnico di Milano in cui sono analizzati 20 casi studio di AI specializzate per il design in cui sono state definite le fasi rilevanti per il design thinking e sono stati attribuiti dei valori di rilevanza a seconda di quanto quel caso studio riesca ad adempiere agli obiettivi di quella fase.

NECESSITÀ DI CRITERI PIÙ FLESSIBILI

I criteri di questo studio, tuttavia, benché idealmente in linea con gli obiettivi della tesi si è pensato che potrebbero non ricoprire esaustivamente le varie funzionalità delle varie intelligenze artificiali. Se per esempio i servizi AI come ChatGPT fossero dotati di versioni specializzate anche in altre discipline come programmazione o assistenza al dialogo con i clienti?

ESEMPIO UTILE

Un aspetto che però è stato considerato d'esempio al gruppo di ricerca di Cautela è la valutazione a punteggi (asterischi), (Tab 2.8) in cui è possibile comprendere quanto un'AI sia performante o meno in un settore.

VALUE DRIVERS NELLA PRODUZIONE

Le ricerche dei criteri di valutazione sono quindi continuante indagando quali potessero essere gli **abilitatori del settore AI** sino a che non si sono trovate due argomentazioni a tal riguardo.

Il primo dei due articoli scientifici è di Wang and Pan

l'Ai è già nel design thinking

L'Ai, per il design thinking, potrebbe già fare quasi tutto. il problema però è che quasi tutti i servizi sono specializzati in una o l'altra fase rendendo difficile una visione d'insieme.

Startup name	Team building & task management (understand)	Sensing & empathizing (observe)	Interpreting & framing (PoW)	Ideating & conceiving (ideate)	Prototyping & learning (prototype)	Launching & measuring (test)
Veritone, Inc		●				
Appli tools					●	
Gamalon, Inc		●	●			
Sentiance		●				
Eightfold	●		●			
Test.ai					●	
Eigen Tech			●			
Pymetrics	●	●	●			
Fetch.ai			●			
iGenius	●	●	●	●	●	●
HyperAnna		●	●			
B12					●	
Pixoneye		●				
Gooroo	●	●				
Appvance.ai					●	
Daisee		●				
ForwardLane		●	●			
DataRMP Corp		●				
AdMobilize		●				
Iguazio		●	●			

Tab 2.8 Quali e quanti strumenti AI possono ricoprire le mansioni del design thinking (Cautela et al., 2019).

(2022) e in esso vengono analizzati quali possono essere i value drivers che uniscono sia il processo, che l'uso che gli impatti successivi (Fig 2.16).

OGGETTIVITÀ NELLA COMPARAZIONE

Questo tipo di value drivers presenta però dei limiti rispetto allo studio che si sta compiendo: molto spesso i servizi Ai secretano le logiche alla base dei loro progetti e rendono difficili da prevedere questo genere di conseguenze. Questo, per contro, ha però permesso di comprendere due principi fondamentali: unire l'oggettività del confronto tra casi studio con la facilità d'uso percepita dell'utente. La ricerca di quali potessero essere i value drivers più concorrenziali per gli obiettivi della tesi ha quindi condotto al secondo articolo scientifico trattante la tematica dei drivers.

VALUE CREATION ED ECOSISTEMA

Böttcher et al. (2022) in questo secondo gruppo di ricerca vengono definiti cinque drivers interconnessi tra di loro ed un sesto con funzione di ecosistema per comprendere il contesto in cui questi si inseriscono ed il modo con cui questo principio avviene (Fig 2.15).

LIMITAZIONE DEI DATI

Per quanto riguarda invece i value drivers di mercato, purtroppo al Settembre 2024 non si è riuscito a trovare nessun dato che permettesse una comparazione interdisciplinare tra i vari tipi di Ai tra le fonti disponibili con le risorse di uno studente universitario. Pertanto non è stato possibile considerarle, ulteriori ricerche a tal riguardo però potrebbero far emergere ulteriori dati a riguardo.

	Funzionalità del parametro di valutazione	**Fonte di riferimento**
Descrizione	Definizione della funzionalità della piattaforma/app: Perché esiste? cosa si premette di risolvere? in che modo lo fa?	Basheer (2025)
Utente	Esplicitazione di chi fruisce la piattaforma app.	N/A
Tipologia	Definizione su quale tipo di interfaccia avviene l'interazione tra AI e end-user.	N/A
PRO	Promemoria di quelli che potrebbero essere i punti di forza dell'AI analizzata nel caso studio	N/A
CONTRO	Promemoria dei difetti da non prendere ad esempio dal caso studio	N/A

Tab 2.9 Tabella descrittiva dei dati generali di confronto impiegati per l'analisi dei casi studio ed ispirati al design thinking di Lewrick, et. al., (2020) o a Basheer (2025).

	Funzionalità del parametro di valutazione	**Fonte di riferimento**
Novelty	Livello di originalità/innovatività che l'utente con le sue sole forze non potrebbe raggiungere.	Böttcher et al. (2022)
Efficiency	Livello di automazione dei processi quando l'utente usa l'AI o in fase di backend in tutta quella serie di procedure eseguibili da un essere umano atti alla corretta fruizione del servizio.	Böttcher et al. (2022)
Personalization	Possibilità da parte dell'utente di personalizzare l'intero flow di interazioni con l'AI: possibilità da parte dell'intelligenza artificiale di adattarsi alle necessità dell'utente (siano esse multi-canalesensoriale, di input, di output, o di esplicitazione del criterio di giudizio da adottare durante la ricerca).	Böttcher et al. (2022)
Knowledge from data	Verifica della consistenza dei dati per la quale l'utente può fare (idealmente) totale affidamento sull'algortimo senza necessità di ricontrollare l'output della piattaforma o senza avere necessità di ricontrollare con fonti terze la veridicità della rielaborazione effettuata	Böttcher et al. (2022)

	Funzionalità del parametro di valutazione	**Fonte di riferimento**
Ecosystem	Valore aggiuntivo dato dall'eventuale possibilità di integrazione dell'AI nel contesto, che siano brands, utenti o altri tipi di stakeholders coinvolti (fattore non strettamente necessario ma che se presente supporta la resilienza dell'AI rispetto al contesto sociale di riferimento, siano gli interessati stakeholders o utenti finali).	Böttcher et al. (2022)
Human Resemblance	Capacità dell'AI di avere un comportamento umano grazie alla quale quale gli utenti sentono di potersi affidare anche in task complesse.	Böttcher et al. (2022)
Attendiilità	Capacità da parte dell'AI del fornire output coerenti con la domanda al minor costo di energie possibile da parte dell'utente nel con confutarne la veridicità o nel comprenderne il significato.	Necessità emersa durante l'analisi.

Tab 2.10 Value drivers alla base della classificazione di applicazioni per il settore AI secondo Böttcher et al. (2022)

2.4.3 Casi studio selezionati

2.4.3.1 Testo

L'analisi dei casi studio inerente ai testi, è stata basata su 20 business alternativi: tra questi, ognuno ha delle funzioni leggermente differenti e anche la classificazione correlata potrebbe includere altri tipi di IA attualmente non considerati. Tutti i servizi proposti, tuttavia, sono strutturalmente focalizzarti su intelligenze artificiali per la generazione, rielaborazione o analisi testuale.

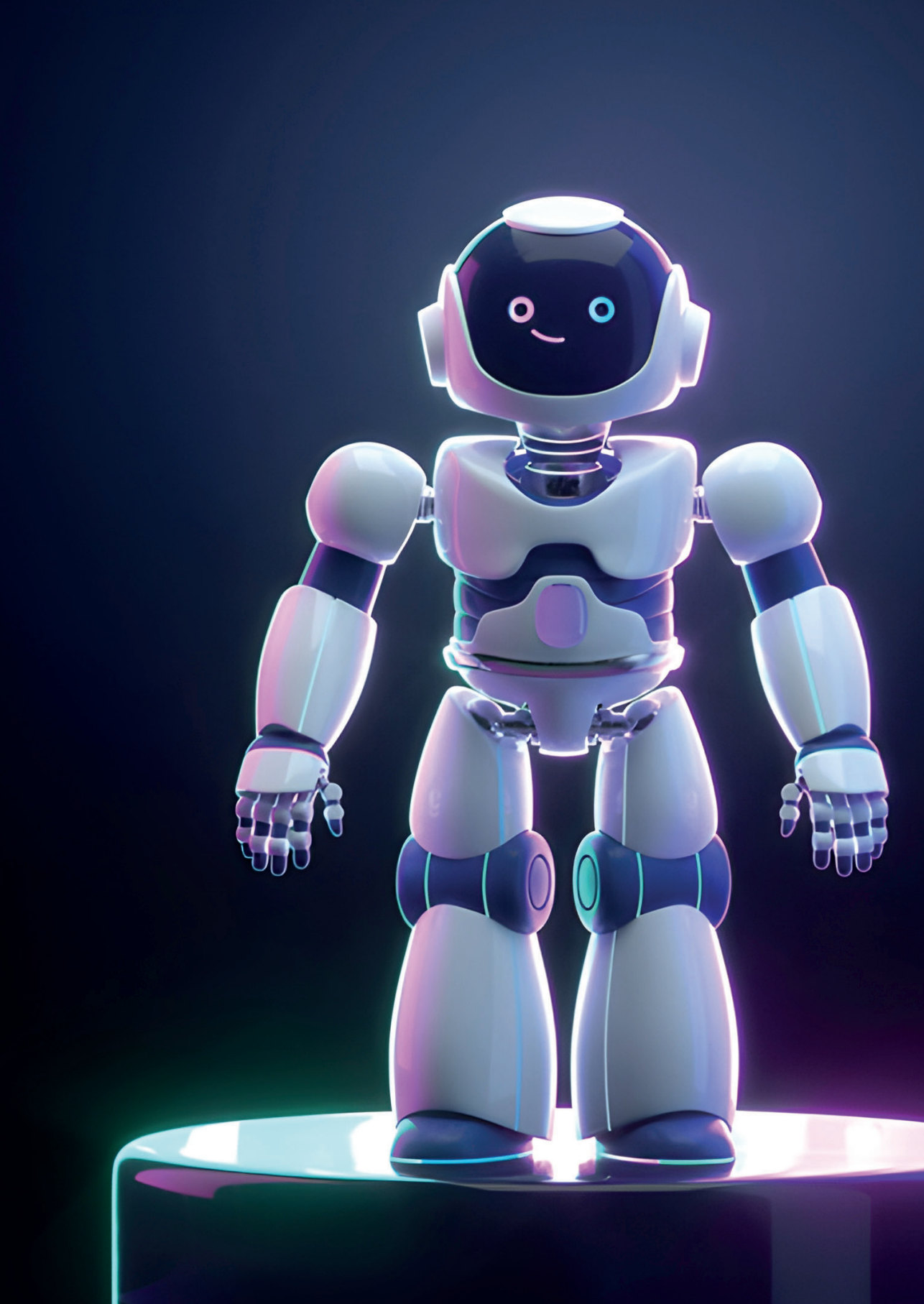
EFFICIENZA VS ORIGINALITÀ

Dall'analisi dei casi studio basata sulla IA sono emerse **varie caratteristiche peculiar**i: ad esempio il livello di qualità percepita durante il servizio è mediamente posizionato tra intermedio, avanzato e ottimale.
In particolare i value drivers dell'efficienza e della personalizzazione sono stati tra i più performanti in tal senso totalizzando i più alti valori di performance che si potrebbero desiderare dal mercato (ovvero, sia la capacità di ottenere risultati tecnici che di essere user-friendly). Per contro invece, altri value drivers come la human resemblance o l'attributo novelty sono stati i più penalizzati raggiungendo difficilmente valori ottimali. Questo perché, nella maggior parte dei casi, le AI devono interamende dipende dal testo (inclusi eventuali filtri) per generare altro testo, rendendo così difficile astrarre il proprio pensiero per comprendere l'originalità o l'espressività di quanto generato.

SPECIFICITÀ DEI SOCIAL

Particolare attenzione si è osservata inoltre, nella maggior parte dei casi studio, per i servizi che propongono generazione o analisi testuale per i social. In questi

casi, il servizio può variare da social a social e i risultati possono essere variati di caso in caso anche in base a caratteristiche specifiche di questo marketing come tone of voice, l'umore da adottare, il target a cui si fa riferimento ed eventualmente anche delle frasi già proposte dal proprio business all'interno dei relativi canali social.



Testo

JASPER

Sistema di intelligenza artificiale utilizzabile per conversazioni coinvolgenti, ottenere approfondimenti, automatizzare le attività e assistere a necessità di varia natura attraverso una sola chat. A seconda delle esigenze, uno dei punti forti di Jasper è il poter personalizzare target, tone of voice e un altra serie di aspetti per cogliere i caratteri più soft della narrazione.

https://www.jasper.ai/

Testo

Jasper

Obiettivi:

- Avere un chatbot che fornisca risposte rapide a problemi complessi.
- Modulazione delle parole da usare in base all'impressione desiderata e in base al contesto.

Canale di fruizione

Piattaforma online

Utenti

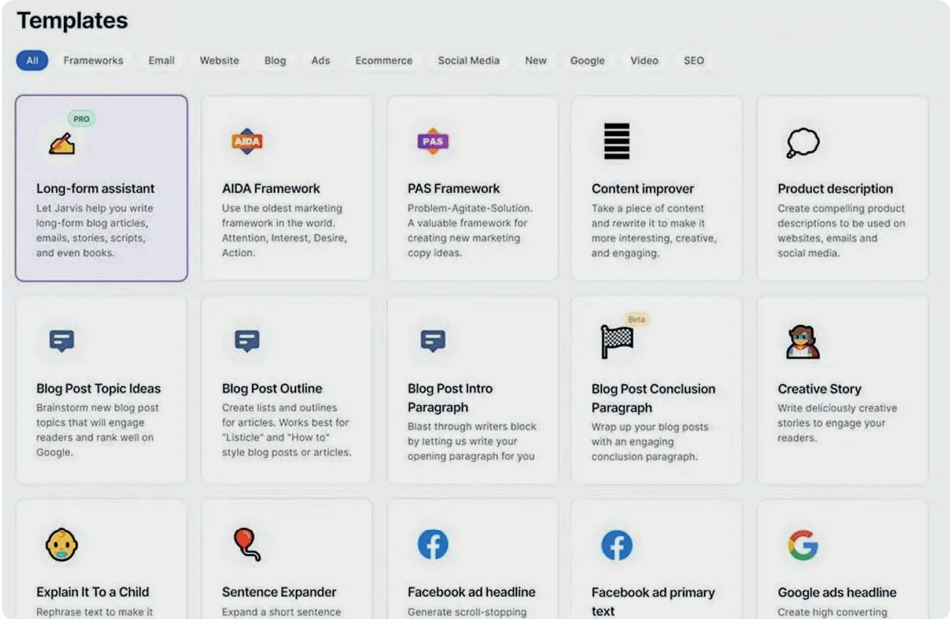
Piccole imprese, marketers, bloggers, designers

PRO:

- Generazione di contenuti efficacie e sintetica dal punto di vista sia UX che UI. da pun altro punto di vista il copyright è dinamico ed in grado di adattarsi al contesto ed esigenze.
- l'AI può generare contenuti indipendentemente dal tipo di contesto adattandosi però ad esso.
- Creazione di contenuti testuali partendo dalle informazioni di contesto in un ampia gamma di settore online.

CONTRO:

- Se si hanno necessità specifiche, la barra di ricerca è l'unico comando impiegabile.
- Poca immediatezza durante l'uso per via di una mancanza di filtri subito dopo l'iscrizone, che mettono in primo piano i prodotti più vicini alle necessità dell'utente.
- L'utilità è strettamente vincolata alle logiche di mercato ma in ogni caso con poco dialogo con l'ambiente esterno alla piattaforma eccetto casi eccezionali come il crawling.



https://www.jasper.ai/

Testo

Jasper

Novelty – Avanzata
L'AI riesce incrociando i dati del tone of voice, e l'audience a proporre argomenti interessanti senza entrare nello specifico dei contentuti.

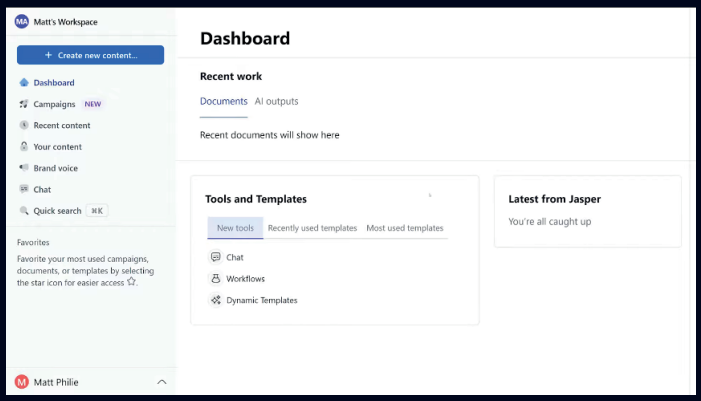
Efficiency – Avanzata
generazione di contenuti relativamente immediata per l'eterogeneità delle offerte proposte, gli stessi contenuti però mancano di coesione tra i vari risultati proponibili dalla piattaforma.

Personalization – Avanzata
La possibilità di incrociare i risultati con gli obiettivi dell'utente rende il servizio offerto nel complessivo molto performante, la mancanza di dialogo all'interno del sistema endogeno però potrebbe conseguire in potenziali incongruenze se c'è necessità di comunicazioni multi-canale.

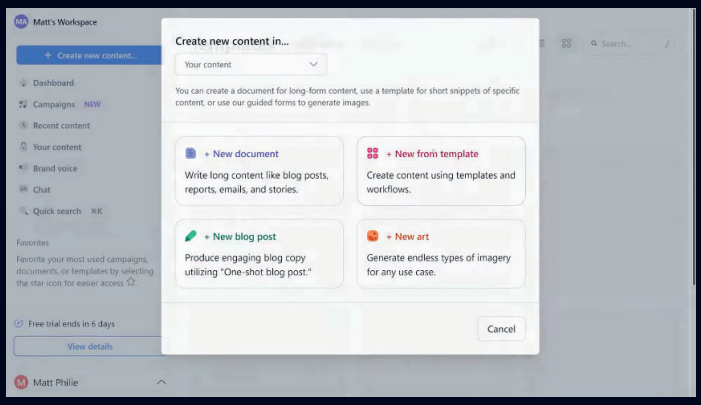
Knowledge from data – Base
La conoscenza dei dati della piattaforma è in genere basica o quasi assente, la capacità però dell'app di proporre risultati congruenti aumenta esponenzialmente i risultati ottenibili.

Human resemblance – Avanzata
Con pochi nei singoli tools, l'AI è in grado di svolgere funzioni complesse rimanendo affidabile, la funzione chatbot associata alla piattaforma tuttavia rimane ancora molto basica.

Attendibilità – Intermedia
Nel complesso il sito web non presenta particolari difetti e il linguaggio con la quale si esprime gode di un'elevata human resemblance, elemento alla base della coerenza della piattaforma, tuttavia la poca coesione del sistema non permette di operare in task più complesse.



Personalize

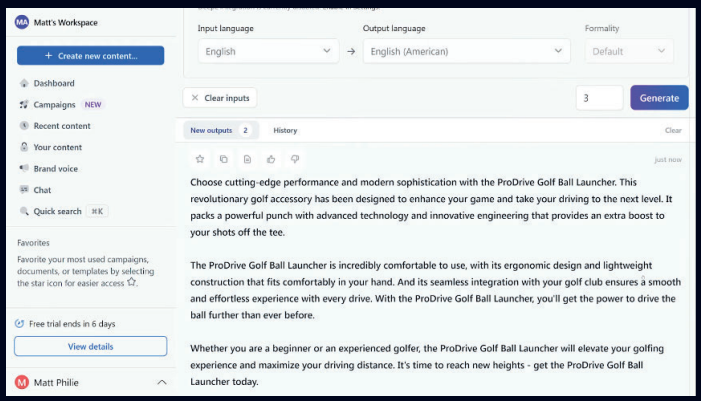


Efficiency

Personalize

Human resemblance

Attendibility



Personalization

Knowledge from data

Novelty

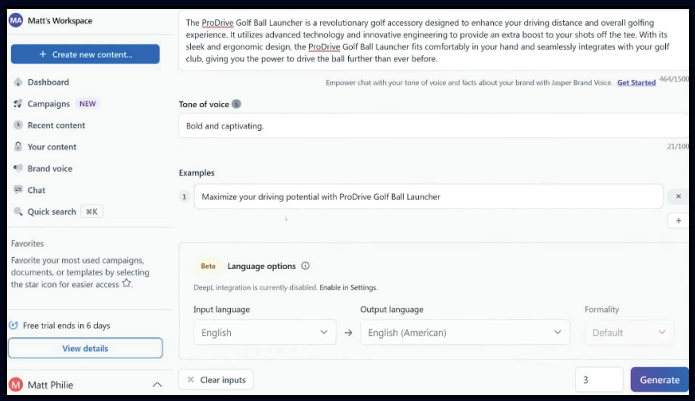
Testo

Jasper

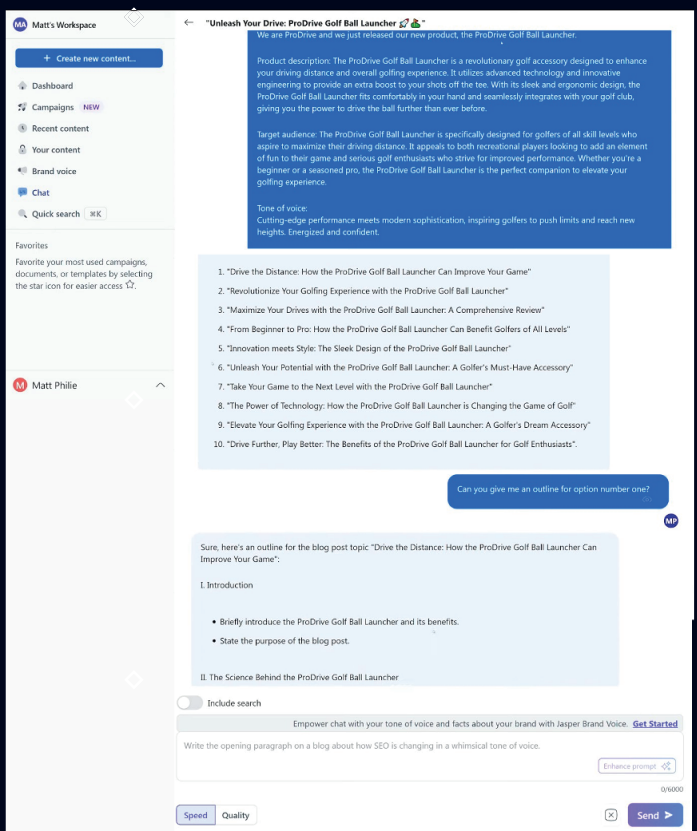
Human resemblance – Avanzata
Con pochi nei singoli tools, l'AI è in grado di svolgere funzioni complesse rimanendo affidabile, la funzione chatbot associata alla piattaforma tuttavia rimane ancora molto basica.

Ecosystem – Intermedia
Il sistema di crawling permette, in tools specifici, di apprendere le informazioni direttamente dal contesto di riferimento, per il resto però l'applicazione appare distaccata dal contesto di riferimento.

Attendibilità – Intermedia
Nel complesso il sito web non presenta particolari difetti e il linguaggio con la quale si esprime gode di un'elevata human resemblance, elemento alla base della coerenza della piattaforma, tuttavia la poca coesione del sistema non permette di operare in task più complesse.



Ecosystem



Human resemblance

Attendibility

Testo

CHATGPT

Sistema di intelligenza artificiale gratuito utilizzabile per conversazioni coinvolgenti, ottenere approfondimenti, automatizzare le attività e assistere a necessità di varia natura attraverso una sola chat nella versione di base o varie chats personalizzate nella versione premium.

https://chatgpt.com/

Testo

ChatGPT

Obiettivi:

- Avere un chatbot che fornisca risposte rapide a problemi complessi.
- Analisi di dati e/o documenti complessi senza competenze tecniche.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app / plug-in.

Utenti

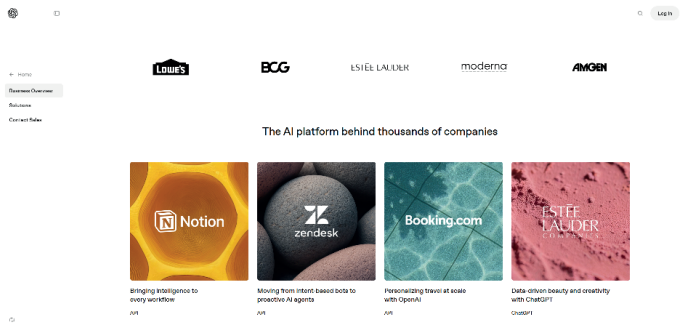
Utenti individuali e business.

PRO:

- Con una sola barra di ricerca si può fare tutto rendendo il processo istitntivo per chiunque.
- L'accesso prevede tre click: uno per entrare nell'app, uno per cliccare la barra di ricerca ed il terzo per confermare l'invio.
- Dal punto di vista dei contenuti è eccellente per avere risposte rapide a quasi ogni ambito conosciuto secondo la prospettiva occidentale.

CONTRO:

- Se si hanno necessità specifiche, la barra di ricerca è l'unico comando impiegabile.
- Il servizio incluedente generazione multi-input, chatbots, chiavi API, etc.. è molto complesso e poco coeso.
- L'attendibilità della piattaforma poco chiara: spesso è necessario ricontrollare più volte con fonti esterne anche nella versione ChatGPT4.0-o.



https://chatgpt.com/

Testo

ChatGPT

Novelty – Avanzata
L'originalità con la quale le informazioni vengono create è abbastanza elevata, chatGPT sia nella versione base che premium è in grado di unire pattern tra competenze specifiche di vari settori, non si ha però controllo sul processo.

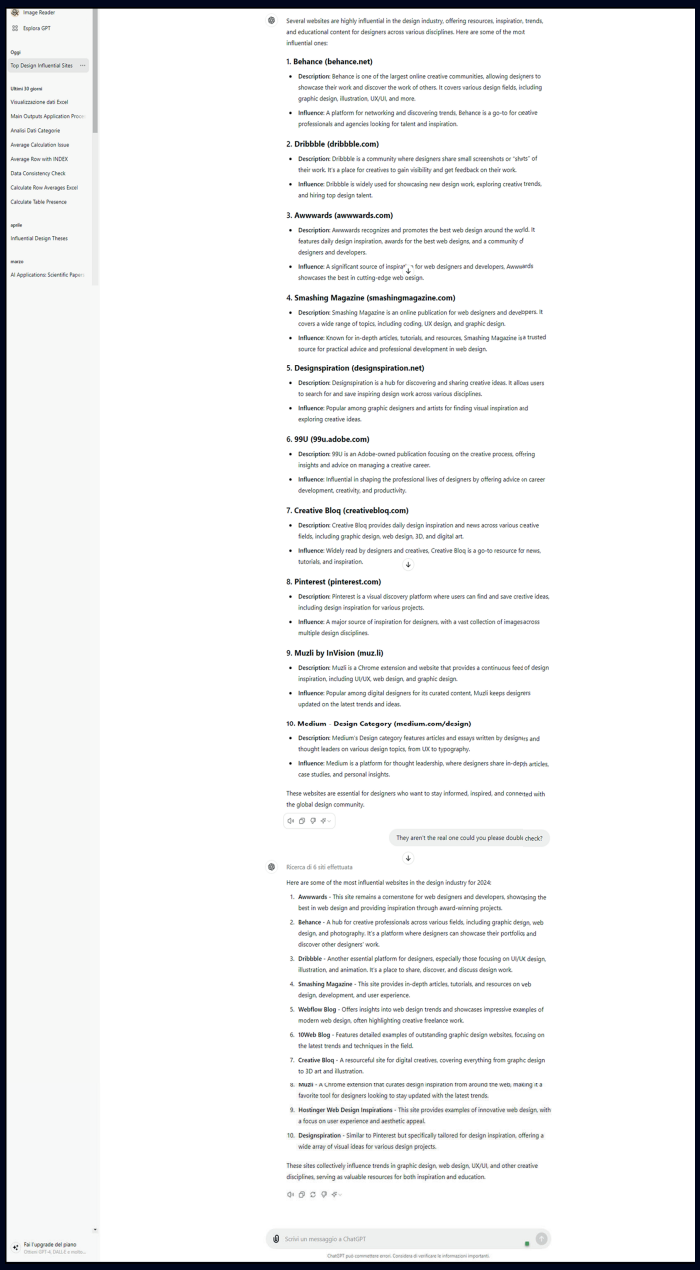
Efficiency – Avanzata
L'efficienza del generatore AI di chatGPT è in genere molto elevata, riesce ad offirire quasi in tempo zero risposte coerenti.

Personalization – Avanzata
La possibilità di incrociare i risultati con gli obiettivi dell'utente rende il servizio offerto nel complessivo molto performante, la mancanza di dialogo all'interno del sistema endogeno però potrebbe conseguire in potenziali incongruenze se c'è necessità di comunicazioni multi-canale.

Knowledge from data – Intermedia
Conoscenza in genere mediamente elevata tra innumerevoli settori differenti, tuttavia è frequente la presenza di casi in cui ChatGPT si 'inventa' le informazioni che non riesce a dedurre.

Human resemblance – Intermedia
L'interazione con l'AI prevede sempre una frase iniziale nella quale l'utente viene messo a suo agio riprendendo la domanda che esso ha fatto. E' carente però di multimodalità (eccetto casi eccezionali) e filtri espressivi particolari.

Attendibilità – Intermedia
Se si chiede a OpenAI più volte la stessa domanda dicendo che ha sbagliato la precedente senza specificare il perché quello genererà altri dati incoerenti/falsi. Questo implica sempre la necessità di dover ricontrollare incrociando i risultati della generazione AI con fonti terze.



Human resemblance

Novelty

Knowledge from data

Attendibility

Efficiency

Personalization

Testo

ChatGPT

Knowledge from data – Intermedia
Conoscenza in genere mediamente elevata tra innumerevoli settori differenti, tuttavia è frequente la presenza di casi in cui ChatGPT si 'inventa' le informazioni che non riesce a dedurre.

Ecosystem – Ottimale
L'ecosistema di OpenAI rende la compagnia il leader incondizionato del settore, le soluzioni proposte possono essere commercializzabili da terzi per usi privati o publici con un livello di qualità minima garantita sempre attraverso la sola generazione di una chiave API.

Knowledge from data

Ecosystem

Testo

SEMRUSH

Servizio per il posizionamento del proprio brand commerciale. I servizi coperti, attraverso strumenti analogici e di AI, si prendono cura dell'analisi e generazione di contenuti SEO-based per le indagini di mercati digitali, di ricerca o fisici.
A seconda dei casi poi, è possibile monitorare in tempo reale il mercato attorno alla propria compagnia.

https://www.semrush.com/

Testo

Semrush

Obiettivi:

- Avere un chatbot che fornisca risposte rapide a problemi complessi
- Analisi di dati e/o documenti complessi senza competenze tecniche.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app / plug-in

Utenti

Web designers, programmatori, digital media marketers

PRO:

- Per via del servizio così esteso proposto dalla piattaforma UX, UI e copywriting sono in genere estremamente sintetizzate.
- La piattaforma offre un elevata gamma di servizi per l'analisi di ogni mercato in ogni forma.
- La sintesi che si propone dai pregi di utilità di questa piattaforma è: se si pensa a una qualsiasi informazione mancante di qualsiasi tipo o si ha una mancanza di tempo, il software ed il servizio proposto da Semrush molto probabilmente è in grado di fornirlo.

CONTRO:

- Troppe funzioni, anche se tecnicamente valide non permettono una corretta gerarchizzazione e sintesi del sito rendendone così difficile la fruizione.

  La grande complessità della piattaforma potrebbe rendere estremamente difficile il suo uso anche ai conoscitori del settore.

  La fruizione non è sempre chiara, ogni scheda ha una sua logica di fruizione, un suo layout e delle possibilità tecniche specifiche

	SEMRUSH	Ubersuggest
Pricing (*Starts at*)	$129.95/mo	$12/mo
Keyword Research	●●●●●	●●●○○
Backlink Analysis	●●●●○	●●●○○
Position Tracking	●●●●●	●●●○○
Competitor Analysis	●●●●●	●●●○○
User Interface	●●●●○	●●●●●
Customer Support	●●●●○	●●●●○
Value-Added Features	●●●●●	●●●○○

Source: https://www.99signals.com/semrush-vs-ubersuggest/

99signals

Testo

Semrush

Novelty – Avanzata
Sezioni specifiche della piattaforma permettono costantemente di monitare i trend del mercato e selezionare (con link alle pagine di riferimento) quelli che secondo le previsioni sono gli argomenti emergenti.

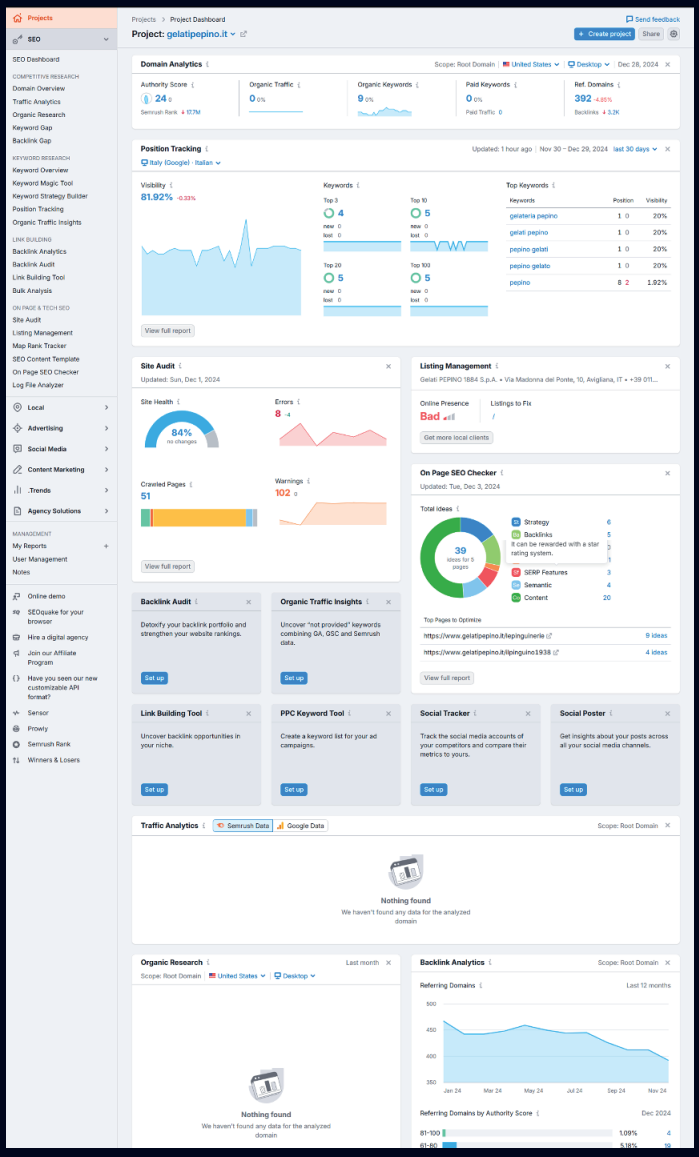
Efficiency – Intermedia
La velocità della piattaforma è buona, la struttura però è complessa e le informazioni difficili da raggiungere e potrebbero essere necessari supporti esterni.

Personalization – Ottimale
La possibilità di personalizzazione è ideale, nel complesso non è semplice da leggere, tuttavia le informazioni generate/trovate sono quasi sempre motivate da citazioni o argomentazioni integrate con altre parti dell'app

Knowledge from data – Ottimale
Dal punto di vista del servizio offerto la knowledge of data è ottimale, tuttavia la complessità di comprensione e di pratica all'uso rende poco istintivo il processo.

Human resemblance – Assente
L'AI opera in forma passiva e non interagibile con l'utente, ci potrebbero essere tracce di human resemblance ma solo in sezioni della piattaforma molto spcifiche come avvisi/messaggi generati dall'AI.

Ecosystem – Avanzata
L'ecosistema della piattaforma è estremamente sviluppato, riesce a fornire informazioni da qualsiasi contesto professionale sino a quello della stessa compagnia. Per contro però queste informazioni sono disponibili solo se l'utente ha un'idea chiara e consapevole di cosa cercare



Human resemblance

Knowledge from data

Ecosystem

Efficiency

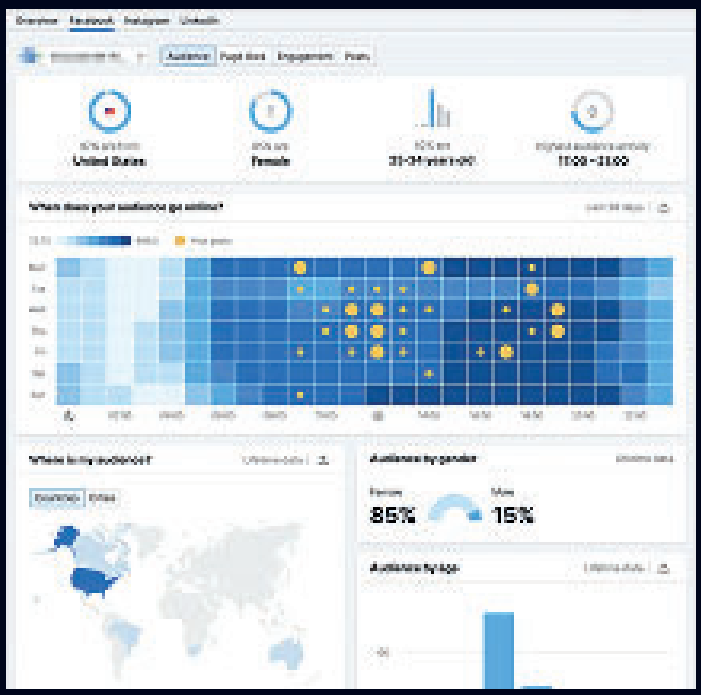
Personalization

Testo

Semrush

Knowledge of data – Intermedia
Dal punto di vista del servizio offerto la knowledge of data è ottimale, tuttavia la complessità di comprensione e di pratica all'uso rende poco istintivo il processo.

Ecosystem – Ottimale
L'ecosistema della piattaforma è estremamente sviluppato, riesce a fornire informazioni da qualsiasi contesto professionale sino a quello della stessa compagnia. Per contro però queste informazioni sono disponibili solo se l'utente ha un'idea chiara e consapevole di cosa cercare.

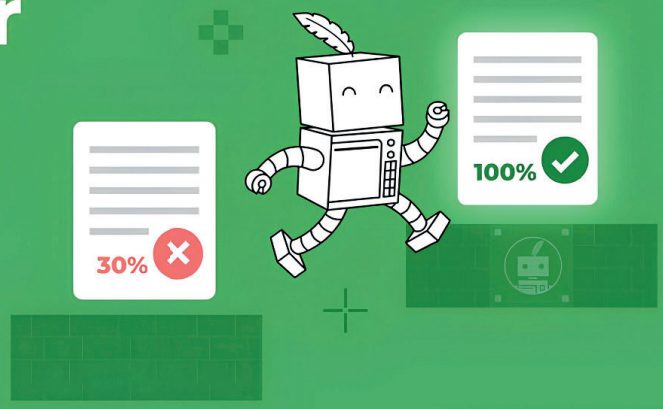


Knowledge from data

Ecosystem

Level up your life this year

Try QuillBot today



QuillBot

Testo

QUILLBOT

Quillibot è un tool specializzato nella generazione e revisione dei contenuti testuali.
I tools in genere più disponibili sono: correttore grammaticale, sistema anti-plagio, sintetizzatore, generatore di citazioni e strumento per la parafrasi.

https://quillbot.com/

Testo

QuillBot

Obiettivi:

- Avere un chatbot che fornisca risposte rapide a problemi complessi
- Analisi di dati e/o documenti complessi senza competenze tecniche.

Canale di fruizione

Piattaforma online / plug-in

Utenti

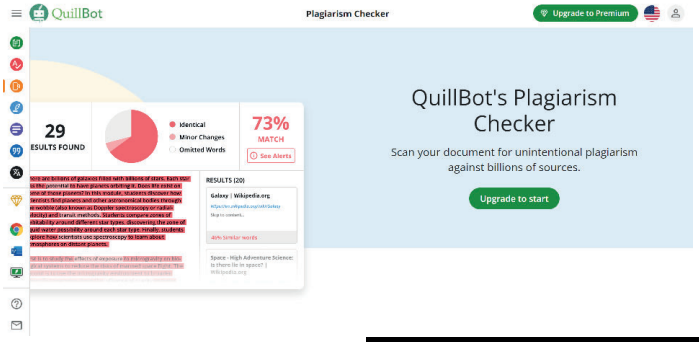
Studenti e professionisti

PRO:

- UX e UI ben sintetizzati per quello che riguarda la fruizione ed il flow d'uso, il copyright invece ha una ampia scelta di lingue e controllo del tone of voice durante la generazione
- Supporto ed ottimizzazione di ogni o quasi aspetto della generazione e correzione di testi.
- Generazione e correzione dei testi a prescindere da dove o in chie modo sia necessario farlo: telefono, computer o table piuttosto che piattaforma propria o plug-in di vari browsers.

CONTRO:

- Un chatbot o un generatore di promt testuali, attualmente in uso in molti servizi concorrenti, rendererebbe molto più fluido il flow d'uso.
- Il servizio è incentrato solo su un canale di fruizione, quello testuale.
- La funzionalità del servizio non è applicabile a contenuti generati da informazioni multimodali. Ad esempio, testi che descrivono immagini o grafici sono per Quillbot incomprensibili.


QuillBot
Plagiarism Checker
Upgrade to Premium
29
RESULTS FOUND
Identical
Minor Changes
Omitted Words
73%
MATCH
See Alerts
RESULTS (20)
Galaxy | Wikipedia.org
QuillBot's Plagiarism Checker
Scan your document for unintentional plagiarism against billions of sources.
Upgrade to start

QuillBot
2:50
QuillBot PREMIUM
Paraphraser
Grammar Checker
QuillBot Flow
Plagiarism Checker
Modes: Standard
To rewrite text, enter or paste it here and press "Paraphrase."
Paste Text
Upload Doc
SHARED PACKAGE
2 DEVICES
No plagiarism checking
Full Period Warranty
WARRANTY
BUY NOW
subscriptionsbd.com

Testo

QuillBot

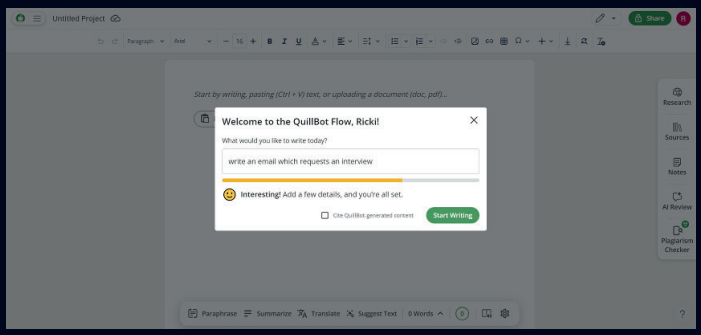
Novelty – Avanzata
Attraverso soluzioni come la parafrasi, l'AI riesce in genere a generare contenuti a cui l'utente può non aver pensato, tuttavia è sempre vincolato al livello di Chat GPT 3.5.

Efficiency – Intermedia
Sistema efficiente, semplice da usare e con buona velocità di caricamento. La carenza di attendibilità però potrebbe comportare generazioni reiterate che allungano i tempi del servizio nel complessivo.

Personalization – Ottimale
Il servizio di Quillbot presenta varie funzioni non specialistiche ma con varie funzionalità. Se da un lato questo è di difficile fruizione per gli addetti al settore, può essere uno strumento user-friendly per tutti gli altri: dalla ricerca al copywriting.

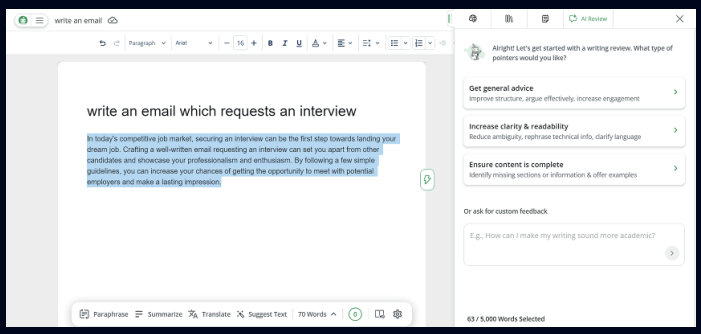
Knowledge from data – Ottimale
La conoscenza delle informazioni generate o interpretate da Quillibot è basica: è funzionale a permettergli di generare testi ma senza minimamente o quasi citare numeri o informazioni strettamente tecniche.

Human resemblance – Assente
Sistema con elevata capacità di assistenza anche senza un chatbot. Servizi focalizzati e/o una query dedicata svolgono il ruolo del chatbot che il resto non riesce a ricoprire.



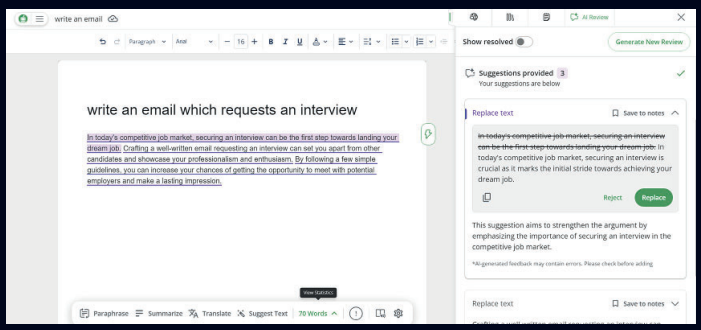
Novelty

Efficiency



Personalization

Knowledge from data



Novelty

Human resemblance

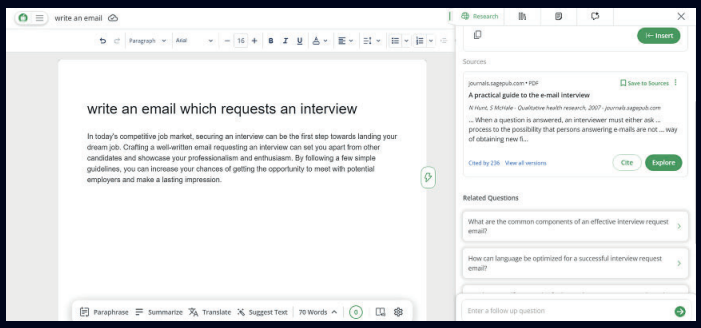
Testo
QuillBot

Personalization – Ottimale
Il servizio di Quillbot presenta varie funzioni non specialistiche ma con varie funzionalità. Se da un lato questo è di difficile fruizione per gli addetti al settore, può essere uno strumento user-friendly per tutti gli altri: dalla ricerca al copywriting.

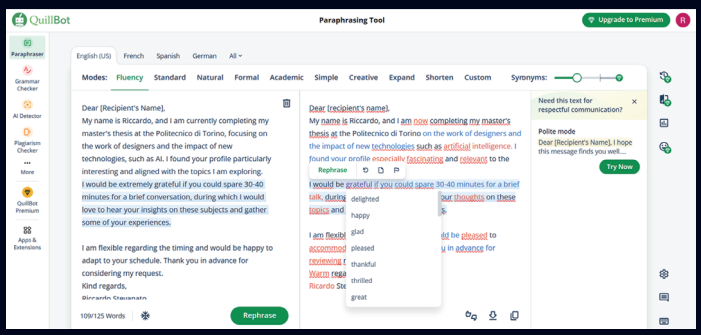
Knowledge from data – Ottimale
La conoscenza delle informazioni generate o interpretate da Quillibot è basica: è funzionale a permettergli di generare testi ma senza minimamente o quasi citare numeri o informazioni strettamente tecniche.

Ecosystem – Ottimale
Sistema estramente adattivo. In piattaforma può fornire informazioni puntuali anche per estensivi corpi di testo mentre sotto forma di plug-in può adattarsi ad essere usato almeno in tutte le principali piattaforme senza essere obbligatoriamente una forma di propaganda personale per il brand.

Attendibilità – Ottimale
Sistema estremamente focalizzato per molti aspetti, tuttavia non è in grado di comprendere informazioni tecniche. Malgrado ciò la carenza di qualità non si percepisce da un lato attraverso il supporto al controllo della forma dei contenuti e dall'altro attraverso un crawler per la ricerca accademica/di varia natura.

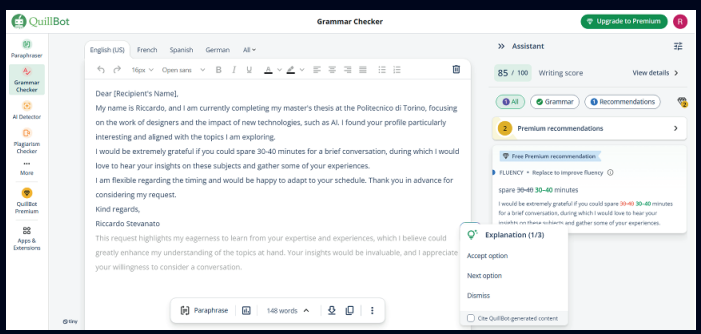


Ecosystem



Attendibility

Knowledge from data



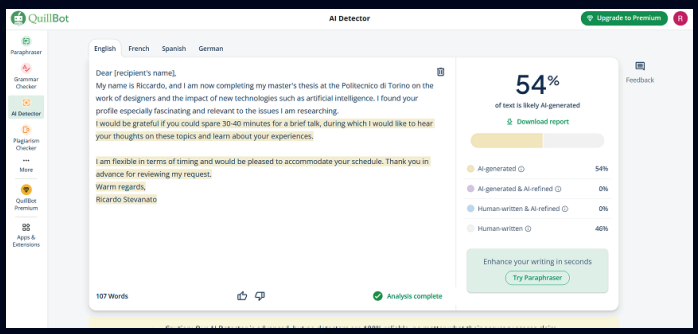
Personalization

Testo

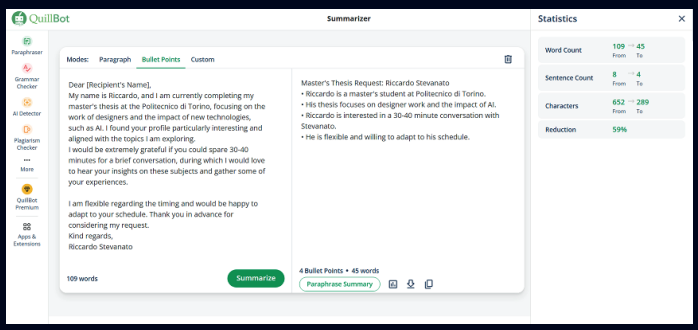
QuillBot

Novelty – Avanzata
Attraverso soluzioni come la parafrasi, l'AI riesce in genere a generare contenuti a cui l'utente può non aver pensato, tuttavia è sempre vincolato al livello di Chat GPT 3.5.

Attendibilità – Ottimale
Sistema estremamente focalizzato per molti aspetti, tuttavia non è in grado di comprendere informazioni tecniche. Malgrado ciò la carenza di qualità non si percepisce da un lato attraverso il supporto al controllo della forma dei contenuti e dall'altro attraverso un crawler per la ricerca accademica/di varia natura.



Attendibility



Novelty

Attendibility

Testo

WordAI

https://wordai.com/

Obiettivi:

- Creazione e revisione di contenuti testuali di veloce fruizione.
- Fruizione estremamente user-friendly e senza necessità di conoscenze tecniche.

Canale di fruizione

Piattaforma online

Utenti

Bloggers e utenti attivi sulle riviste digitali di varia natura

PRO:

- Generazione di contenuti efficacie e facilmente personalizzabile.
- L'AI può generare contenuti indipendentemente dal tipo di contesto e delle profondità con la quale è spiegato l'argomento.
- Editing dei contenuti potendo modificare il livello di formalità in base ai contenuti aggiunti/presenti e a seconda delle necessità.

CONTRO:

- La generazione appaere difficile e possibile solo il collaborazione con una piattaforma partner, carenza grafica nella fruizione inoltre, molte pagine accessibili dai testi potrebbero essere fruibili in alternativa da immagini.
- Il servizio è limitato al numero di parole generate anziché avere delle spese fisse per mese o simili, queste potrebbe causare spese aggikuntive indesiderate senza che l'utente se ne accorga.
- l'utilità è vincolata al solo settore della redazione blog, settori alternativi come la redazione delle mail ed essay potrebbero esserne ugualmente impattati.

Testo

Anyword

https://anyword.com/

Obiettivi:

- Scrivere social media content da quella per pubblicità, social posts fino alle landing pages.
- Specializzato per l'uso di copy per il marketing e i teams di vendita.

Canale di fruizione

Piattaforma online

Utenti

Bloggers, professionisti dei social, giornalisti.

PRO:

- Elevato controllo del sistema da un menu laterale sintetico, gerarchizzato e ottimizzato anche nel copywright.
- La fruzione dei contenuti può essere fatta attraverso database creati in precedenza o generati sul momento.
- Generazione di contenuti in maniera efficacie e veloce per target mirati con eventuali opzioni alternative tra cui scegliere.

CONTRO:

- L'ampia scelta di features disponibili per canale rende confusionario il processo di selezione.
- Avere più scelte possibili anziché filtri nelle pagine di livello superiore potrebbe rendere complicato capire cosa interessa ottenere.
- Quando si richiedono task complesse, la generazione dei contenuti potrebbe mancare di coesione.

Testo

Copy.ai

https://www.copy.ai/

Obiettivi:

- Generazione di copy e content basati su dati specifici (es. localizzazione, account, etc...).
- Generazione di testi con alta

Canale di fruizione

Piattaorma online.

Utenti

Settore digital media marketing.

PRO:

- La piattaforma permette in due click di gerarchizzare decide e decine di contenuti alternativi sapendo esattamente cosa aspettarsi.
- Generazione di contenuti testuali per il digital media marketing indipendentemente dalle necessità tecniche correlate.
- Generazione di contenuti testuali anche di natura complessa senza dipendere dalla sua natura tecnica.

CONTRO:

- Il fatto che tutte le features della piattaforma sono fruibili tramite chat rende difficile da comprendere quali sono essatamente i servizi offerti.
- Il servizio genera solo indicazioni su come strutturare i messaggi o al massimo crea bozze non tecniche sul risultato richiesto senza però offrire alternative alle necessità tecniche della domanda.
- La funzionalità dell'AI è molto efficace nella costruzione dello UX copywrighting ma poco nella UI copywrighting.

Testo

Frase.io

https://www.frase.io/

Obiettivi:

- Generazione di contenuti testuali modulabili a seconda del contesto (link, SERP,etc...).
- Generazione di contenuti testuali per canali web. e/o metadati

Canale di fruizione

Piattaorma online.

Utenti

Settore digital media marketing.

PRO:

- L'interfaccia fa una netta divisione e sintesti e gerarchizzazione tra contenuti di fruizione della piattaforma, informazioni utili durante la ricerca e informazioni risultanti dalla ricerca.
- La generazione dei contenuti SEO-based è estremamente efficace e permettte di fruire di vafri tipi di risorse mentre lavorare in contemporanea su contenuti testuali complessi.
- Generazione di contenuti testuali con citazioni bibliografiche, se necessario, ed ulteriori consigli su come essere adattato a piattaforme digitali.

CONTRO:

- L'AI è nel complesso molto efficace e di istanea comprensione, l'attivazione dei comandi AI-based nel tab di inserimento dei risultati della ricerca tuttavia è poco intuitiva e dopo la prima redazione di bozza si ha difficoltà ad usarla di nuovo.
- Il servizio in generale è estremamente coeso, intuitivo ed ampio, due difetti tuttavia rendono poco intuitiva la fruizone. Da un lato l'incomprensione di quando attivare l'AI, da un'altro punto di vista invece i termini usati potrebbero essere non user-friendly.
- La funzionalità dell'AI è molto efficace nella costruzione dello UX copywrighting ma poco nella UI copywrighting.

Testo

Writersonic

https://writesonic.com/

Obiettivi:

- Generazione di contenuti multicanale e multimodale.
- E' in gradi di assistere copywriters in tutto il processo sia per design che marketing.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Bloggers e digital media marketers.

PRO:

- L'interfaccia è abbastanza gerarchizzata e segue gli standard che ci si aspetterebbe dal settore della generazione testuale con AI aprendosi a vari tipi di uso secondo 3-4 scenari d'uso differenti.
- La fruizione del servizio in genere è facilmente possibile sugli stessi argomenti anche se con differenti tipi di tools coinvolti.
- Il fatto che siano presenti 3-4 tabs differenti per la generazione testuale evita potenziali confusioni sulle sue utilità senza però diventare il "cacciavite di funzioni" del modello di pensiero torinese.

CONTRO:

- L'interfaccia è poco coordinata, le funzionalità sono sintetiche e abbastanza chiare rispetto ai soliti standard, tuttavia sono richiesti molti click per arrivare al risultato e non sempre questo è efficace.
- I testi non sono chiari rendendo poco chiare anche le funzioni correlate alle varie sezioni, sottosezioni, tab specifici, etc.
- La fruizione dei contenuti generati non sempre è chiara, i generatori di immagini e sonori ad esempio si può intuire che esistono solo attraverso la sperimentazione della generazione di testi.

Testo

SE Ranking

https://seranking.com/

Obiettivi:

- Raccolta di informazioni statistiche basate su metadati e crawlers.
- Pensato per offrire analisi di benchmark, analisi di mercato e di simil natura per il marketing.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Web designers, programmatori informatici, digital media marketers.

PRO:

- La pagina propone una gerarchia funzionale dei contenuti offrendo sintesi grafiche per gerarchizzare la grande mole di informazioni proposte.
- La generazione dei contenuti SEO-based è estremamente efficace e permettte di fruire di vafri tipi di risorse mentre lavorare in contemporanea su contenuti testuali complessi.
- l'AI correlata alla ricerca con il SEO permette di comprendere costantemente i trend del momento senza metodi particolari, è necessaria la sola conoscenza dei termini tecnici.

CONTRO:

- La piattaforma non è sostanzialmente dotata di una pagina principale se non una per le 7 - 9 schede di tools AI-based. Questo consegue in un minor controllo percepito da parte dell'utente ed in conseguenza da un maggior disorientamento all'uso.
- Il servizio nel complesso è estremamente competitivo e performante, tuttavia avere delle ricerche suggerite per fendere la complessità quando si devono inserire dei dati potrebbe rendere molto più consapevole l'utente sui suoi obiettivi.
- La fruizione non è sempre chiara, ogni scheda ha una sua logica di fruizione, un suo layout e delle possibilità tecniche specifiche.

Testo

Rytr

https://rytr.me/

Obiettivi:

- Generazione di testi basata sulla narrativa.
- Generazione di copywritings e di corpi di testi anche di lunghe dimensioni.

Canale di fruizione

Piattaforma online / plug-in.

Utenti

Studenti e professionisti.

PRO:

- L'interfaccia è estremamente sintetizzata e propone informazioni mano a mano che vengono generati i contenuti, permettendo in questo modo di focalizzare l'attenzione su una cosa alla volta. Per quanto riguarda strettamente l'interfaccia inoltre il copywriting è estremamente efficace e sintetizzato.
- La piattaforma ha 3 pregi non comuni: un chatbot con cui riflettere e a cui chiedere ogni informazione sul servizio, un sistema di cartelle per catalogare e gerarchizzare le informazioni ed un bottone da cui si possono controllare tutte le funzionalità di Rytr.
- Generazione e correzione di testi o tramite plugin o tramite piattaforma con assistenza dell'AI.

CONTRO:

- Se le parti strettamente legate all'interfaccia sono ottimali, lo stesso non si può dire per i contenuti generati: le informazioni sono spesso mal'interpretate, generiche e con una gerarchia grafica, una volta generato il testo poco chiara.
- In genere tutto ciò che riguarda la programmazione è mancante, incoerente o poco efficiente.
- La carenza di affidabilità durante la generazione dei testi, unica funzionalità strutturata, annulla tutti i pregi della progettazione esperienziale correlata.

Testo

Hypotenouse AI

https://it.hypotenuse.ai/

Obiettivi:

- Generazione e di contenuti veloce
- Generazioni di copy basata su parole chiave e bullet lists degli obiettivi trasmessi.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

E-commerce marketers, managers, vendors, influencers.

PRO:

- Interfaccia standard per le applicazione e piattaforme AI, la UX è abbastanza efficacie: poche opzioni nel menu laterale per categorizzare moltitudini di alternative in base al contesto di riferimento. Analogo ragionamento per il copyright: fornisce abbastanza informazioni per il numero di alternative senza però essere troppo prolissa.
- Fornisce varie tipologie di testo a seconda del format e del contesto ad esso correlato. Estremamente utile per un controllo verticale del settore comunicazione del proprio business.
- L'ampia gamma di servizi offerti può offrire confronti sulla differenza di tono da usare e, per questa ragione, suggerire alternative non ipotizzate in precedenza dall'utente.

CONTRO:

- Poco esplicità la UI: avere immagini o esempi di demo prima del click potrebbe fornire idee più chiare su cosa aspettarsi. Dal punto di vista UX invece, si potrebbe lavorare sul design estetico e minimalista che sembra essere il punto più debole; in linea di massima però il risultato sembra essere funzionale.
- Sono previste solo le categorie principali del vari social networks, è carente uno strumento che possa permette la personalizzazione per tutti gli altri canali comunicativi che non sono raggiungibili dalle offerte proposte.
- Dal punto di vista sociale, un servizio di questo tipo incentrato sul testo anzichè sull'immagine potrebbe avere l'effetto boomerang sulla resa attesa.

Testo

Smartwriter.ai

https://www.smartwriter.ai/

Obiettivi:

- Generazione di copy e testi di varia natura basati sul contesto.
- Generazione di testi per social media.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

E-commerce marketers, managers, vendors, influencers, facilitatori di workshops.

PRO:

- Interfaccia 'blindata' a poche opzioni.
- I dati sono forniti in vari formats a seconda del contesto.
- Le funzionalità possono essere sfruttate a seconda del territorio.

CONTRO:

- UI poco esplicita mentre la UX è complessa da decifrare.
- Sono previste solo le categorie principali del vari social networks, è carente uno strumento che possa permette la personalizzazione per tutti gli altri canali comunicativi che non sono raggiungibili dalle offerte proposte.
- Dal punto di vista sociale, un servizio di questo tipo incentrato sul testo anzichè sull'immagine potrebbe avere l'effetto boomerang sulla resa attesa.

Testo

Lavender

https://www.lavender.ai/

Obiettivi:

- E' specializzato nella scrittura delle e-mails tramite Ai e risposte 'no-reply'.
- Servizio focalizzato sulle impressioni e feedbacks.

Canale di fruizione

Piattaforma online / Plug-in.

Utenti

E-commerce marketers, managers, vendors.

PRO:

- La piattaforma online da cui reperire il plug-in ha una UI accattivante mirata a catturare l'attenzione e lasciare senza parole, anche la UX in un certo senso raggiunge questo risultato con una fruizione esperienziale dello standard.
- Il servizio spiega nella piattaforma in che modo si consiglia l'uso del plug-in e offre anche un supporto al come sfruttare la sua interazione.
- Benché il servizio sia concentrato nel supporto a come rendere più efficaci le mail ed i messaggi, categorizza le informazioni e fornisce feedback su cui concentrarsi per ottenere l'impressione desiderata.

CONTRO:

- Leggibilità e copyright tuttavia sembrano presentare problemi d'uso: il font per i titoli è di scarsa leggibilità minando così lo UX copyright, minigiochi durante la fruizione della homepage invece potrebbero confondere la funzionalità d'uso del servizio stesso.
- Il servizio ha due narrative differenti tra quello che è presente sul sito e quello che è offerto nel plug-in. In alcuni casi questo potrebbe creare disillusione o percezione di carenza di affidabilità.
- L'eccesso di cura grafica e colori accesi durante l'uso della piattaforma rende complicata la fruizione imponendo una perdita costante e progressiva della concentrazione e creando quindi un senso di frustrazione.

Testo

Outplay

https://outplayhq.com/

Obiettivi:

- Automazione dell'invio e produzione di testi per contenuti focalizzati sul canale 'mails'.
- Gestione automatica dei contatti mails.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

E-commerce marketers, managers, influencers, vendors.

PRO:

- AI accattivante e relativamente ben gerarchizzata finché non si deve fruire dei contenuti specific della pagina. La UI sembra essere la parte più sviluppata della piattaforma.
- Servizio di automazione e management della mail, funzionale a far risparmiare tempo agganciandosi direttamente alle credenziali dell'azienda.
- Utile in particolar modo quando non si ha tempo, si deve viaggare o si rischia di essere disturbati da sottoposti o clienti che chiedono una revisione del lavoro.

CONTRO:

- Le pagine dopo l'onboarding sono sovraccariche di informazioni, questo potrebbe inficiare sull'invio di messaggi automatizzati ne dubbio di perdersi qualcosa.
- Avere una guida all'inizio anziché consigli che l'utente può scegliere se seguire o meno rischia di causare errori in seguito.
- L'invio automatico di mail potrebbe comporare vari rischi, tra i principali si considerano: sbagliato linguaggio con cui è comunicato il messaggio, sbagliato messaggio tenuto in memoria, sbagliato messaggio in base al canale di vendita.

Testo

Twain.ai

https://www.twain.ai/

Obiettivi:

- Generazione di messaggi per mails, resentazioni o di altra natura di carattere informale.
- Generazione di testi modulabili a seconda del contesto/evento in cui usarli.

Canale di fruizione

Piattaforma online / plug-in.

Utenti

Marketers, managers, vendors, programmers.

PRO:

- Basandosi sulla proprietà delle euristiche di Nielsen della libertà e controllo all'utente, la piattaforma rende interamente editabile in una maniera guidata ogni contenuto della pagina.
- Se l'utente non è soddisfatto dei filtri proposti su scala binaria se ne può coniare lui/lei di suoi per poi essere interpretati dall'AI secondo linguaggio NLP.

CONTRO:

- Interfaccia complessa all'uso, in particolare dopo il log-in.
- Per come il servizio è strutturato all'interno della piattaforma, questa libertà ha come difetto il comportare un maggior grado di requisit tecnici senza il quale si potrebbe essere un pò disorientati.
- I contenuti generabili in genere sono ridotti a messaggi di output sintetici (massimo 300-500 caratteri).

Testo

Drift

https://www.drift.com/

Obiettivi:

- Creazione di team virtuali di chatbots ognuno specializzato in tasks differenti.
- Creazione di team 'fittizzi' per aumentare lo spirito critico e diminuire i tempi di progetto.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Managers, vendors, programmers, secretary services.

PRO:

- Interfaccia di facile fruizione considerando i vincoli Ai.
- Il servizio crea chatbots in una maniera user-friendly per chi non conoscesse la progammazione necessaria con OpenAI preimpostando i messagi da inserire nelle mail a seconda di quale messaggio si riceva.
- Permette di guadagnare tempo quando si deve rispondere a delle mail proforma senza contenuti specifici o interessati.

CONTRO:

- La UI è poco progettata, ulteriore dialogo tra UI e UX potrebbe facilitare l'uso e la guida all'interazione per la creazione dei bot.
- Anche se il servizio mira a semplificare la creazione del chatbot per risposte automatizzate a mails e simili, i costrutti logici e funzionali alla base non sono semplici e senza delle conoscenze di base della piattaforma il risultato potrebbe essere molto deludente creando frustrazione nell'utente.
- Le informazioni generate, di solito possono apparire fredde e potrebbero rendere poco efficacie il rapporto con la clientela.

Testo

Exeed.ai

https://exceed.ai/

Obiettivi:

- Sintesi e supporto alla interpretazione dei dati quanti-qualitativi in backend.
- Assistenza al management per piattaforme web.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Managers, vendors, secretary services, promoters.

PRO:

- UI promettente mostrando sinteticamente come e cosa viene trattato all'interno dell'interfaccia.
- Servizio di creazio di chatbots per rispondere alle mails più frequenti con possibilità di personalizzare le risposte il base al tipo di utente.
- Risparmiare tempo per automatizzare la posta elettronica.

CONTRO:

- UX prolissa e poco efficace, Copywrighting poco chiaro, prolisso e freddo. In aggiunta, se la UI è promettente, allo stato di fatto attuale colori e uso dell'iconografia potrebbero sviare rievocando altri settori ma non quello per la creazione di bots.
- Carenza di promozione e dialogo con l'utente, nessuno conosce la piattaforma e senza una trasparenza su cosa aspettarsi potrebbe crearsi disillusione dopo l'acquisto (conseguente in cattivi passaparola).
- Carenza di un sistema dinamico e/o user friendly nella quale l'utente può essere assistito.

Testo

Regie.ai

https://www.regie.ai/

Obiettivi:

- Profilazione di natura statistica e analisi predittive del comportamento degli utenti.
- Analisi predditiva specializzata in fruizione di contenuti web-based.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Managers, vendors, promoters.

PRO:

- L'interfaccia, per quanto riguarda la UX della piattaforma è omnicomprensiva di tutte le informazioni nel dialogo con i clienti. In aggiunta, un copywright sintetico e quasi supportato da icone, permette di accedere più facilmente alle informazioni.
- Si ha l'opportunità di conoscere l'interlocutore prima di entrarvici effettivamente in contatto. Questo permette di tarare tono di voce, postura e le sue preferenze a seconda dei casi.
- Una serie di flag iniziali per persona consigliano i pain point e gli argomenti che potrebbero gratificare quella persona.

CONTRO:

- Interfaccia poco gerarchizzata: 12 sezioni nel menu a lato, 6 in alto e un'ulteriore sezione sulla destra rendono difficile la gerarchizzazione dei concetti e non prevengono la possibilità di errori d'uso.
- Carente il supporto all'utente: se si sta profilando qualcuno prima di inziare un rapporto professionale e si citano le informazioni sbagliate quello potrebbe causare perdite di guadagno.
- Se troppo compiaciute, alcune persone si potrebbero sentire manipolate.

Testo

People.ai

https://www.people.ai/

Obiettivi:

- Profilazione dell'ambito business di professionisti.
- Ricerca di interessi personali e/o dati statistici correlati alle persone d'interesse.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Managers, vendors, promoters.

PRO:

- Copyright e UI per qquanto possibile ottimizzate. Il dialogo tra i due ha il pregio principale di aiutare ad avere controllo sul sistema più diagnosticare, riconoscere e correggere gli errori.
- Comprensione in dettaglio di quali informazioni si possono ricavare dagli utenti, anche di natura personale, per comprendere successivamente quali potrebbero avere il più elevato potenziale di acquisto nella propria piattaforma web.
- Generazione di reprt sulla base dei dati raccolti dalle singole persone o, eventualmente report più sintetici ed approfonditi sul singolo utente.

CONTRO:

- L'interfaccia è poco gerarchizzata, la UX in particolare potrebbe essere di difficile fruizione. Il design estetico e minimalista è in genere l'euristica meno rispettata.
- Lavorando con la piattaforma si potrebbero avere problemi di natura etica.
- Se l'utente percepisce che vengono raccolti tali dati su di se potrebbe interrompere l'engagement.

2.4.3.2 Immagine

L'analisi dei casi studio inerente ai testi è stata basata su 11 servizi alternativi. Tra questi, la principale funzionalità osservata è stata la generazione delle immagini. Si è scoperto che le AI potrebbero creare scenari più specifici. Ad esempio, Maket potrebbe generare la pianta della casa e Firefly o Alpaca potrebbero avere filtri dedicati per assistere l'utente nei suoi gusti. Tuttavia, è emerso che la capacità di comprendere l'utente e apportare modifiche alle immagini è fondamentale per distinguere le potenzialità delle AI. Le AI devono tradurre le idee degli utenti, anche se non sono chiaramente definite.

ASTRAZIONE DI PENSIERO LIMITATA

Dalla ricerca sono emersi due aspetti contrastanti: da un lato tutte o quasi le AI sono in grado di ottenere dei risultati minimi (es. se si chiede di generare una **papera nello stagno**, probabilmente tutte le AI la genereranno), da un altro lato però se è richiesto un risultato più complesso come una papera di metallo che galleggia mentre va a fuoco sullo stagno solo alcune di queste potranno. Questo perché la papera del secondo esempio non può effettivamente esistere e all'AI viene imposto di rielaborare le informazioni astraendo il concetto della papera e visualizzandolo secondo la nuova associazione. Questa capacità di astrazione si è notata essere presente solo in alcune di queste AI (es. Firefly, Alpaca o Dall-E), le AI che invece hanno meno questa skill possono presentare due tipi di bias: o unire in maniera inesatta immagini da differenti punti di vista oppure semplicemente riproporre l'immagine che semanticamente sembra essere più vicina

alle richieste dell'utente con modifiche minori.

UTILIZZO ONLINE

Alcuni esempi di quest'ultima possibilità possono essere Photosonic (sub-piattaforma di Writersonic) o il generatore di immagini interno a Canva.

INTEGRAZIONE PLUG-IN

Nella maggior parte dei casi, la fruizione dei contenuti è online, l'unico servizio che prevede l'app è quello di Adobe Firefly che però è anche il creatore dei softwares professionali Premiere, After effect, etc. In tal senso infatti le funzionalità di Adobe Firefly sono state vincolate a editing specifici come ad esempio su Photoshop serie di comandi complessi per l'image editing. È frequente più che oltre la media, in aggiunta anche l'impiego di plug-in per l'integrazione dell'AI in contesti come chatbot o surrogati.

ISOLAMENTO SETTORIALE

Come per gli altri tipi di Intelligenza artificiale eccetto che quella dedicata ai testi ed al management, tuttavia, **l'image generation rimane principalmente isolata nelle sue possibilità** ed eccetto Adobe Firefly non si sono mai o quasi registrate collaborazioni professionali con compagnie di settore.

- **Novelty**: In generale, quando si generano immagini, di solito si ottiene un risultato minimo. Tuttavia, il valore innovativo è considerato complessivamente tra livello intermedio e avanzato poiché riesce a produrre risultati precisi quando necessario. Solo raramente, il risultato è soddisfacente quando è richiesta una capacità di rielaborazione superiore non presente nelle immagini pre-esistenti.
- **Efficiency**: Il tempo richiesto per la generazione

è mediamente 10-30 secondi, presentandosi in genere quasi sempre come efficiente, tra gli aspetti considerati però si è pensato anche alla coerenza in base al tempo richiesto: ripetere la generazione più volte richiederà più tempo sino a che il servizio non è completo.

- **Personalization**: La personalizzazione può essere data in fase di creazione da altre immagini, da prompts testuali o può essere integrata con dei filtri, obiettivo tuttavia è minimizzare i possibili filtri alternativi di modo da rendere più fluida e istintiva la creazione. Il risultato nella maggior parte dei casi è percepibilmente di base poiché sono rari i servizi nella quale l'AI ha sufficiente capacità di astrazione e interpretazione delle idee dell'utente.
- **Knowledge of data**: Il valore medio stimato per questo value driver è tra l'intermedio e l'avanzato, questo perché da un lato le AI riescono nella quasi totalità dei casi a lavorare anche senza informazioni tecniche potendo quindi essere estremamente user-friendly; da un'altro lato però, le AI hanno spesso problemi di astrazione e aspetti elementari come il morphing, spesso vengono esplicitamente ignorati.
- **Human resemblance**: Dal punto di vista dell'umanizzazione dell'AI va fatta una netta distinzione tra il processo d'uso e il risultato finale: se da un lato è essenziale la comprensione di cosa l'utente intende e l'espressività dell'immagine, da un altro punto di vista l'AI è perfettamente narrow e agisce solo tramite comando.
- **Ecosystem**: La valutazione del value driver è intermedia poiché ha un sistema di supporto che facilita alla creazione (effettuare da se questa operazione richiederebbe elevata GPU) totalmente o quasi fruibile online, nella maggior parte dei casi tuttavia appare isolato o dissociato dal contesto. Servizi come Dall-E, Firefly e Midjourney, d'altra

parte hanno dei plug-in che permettono di integrarsi al contesto ma anche quando ci sono si presentano errori di consistenza di interpretazione e/o qualità del risultato.

- **Attendibilità**: Il valore medio attribuito all'attendibilità è intermedio poiché nella maggior parte dei casi si riesce sempre a raggiungere dei risultati minimi, la comprensione del l'astrazione umana tuttavia è ancora difficile per l'AI è solo alcune riescono facilmente a presentare questo risultato (es. Firefly o Alpaca).

Immagine

Servizio di generazione delle immagini di OpenAI integrato a chatGPT e/o indipendente con differenti set up di personalizzazione a seconda del livello di creatività/randomicità dei risultati che interessa raggiungere. ottimo per chi si interfaccia per le prime volte all'AI che può scegliere su quale canale usufruirne a seconda che preferisca la versione con chatbot, sola generazione o codice open source.

https://openai.com/index/dall-e-2/

Immagine

DALL-E

Obiettivi:

- Generazione di immagini di facile accessibilità e fruizione.
- Non pagare diritti d'autore ne assumere un freelance per farlo.

Canale di fruizione

Piattaforma online / plug-in

Utenti

Utente generico

PRO:

- La fruizione di per se, dal punto di vista della UX potrebbe essere un esempio rudimentale di general AI essendo quindi estremamente performante, miglioramenti però possono essere fatti per quel che riguarda copywriting, UI e controllo sulla personalizzazione.
- Avere un servizio di facile e veloce accessibilità con performance minime garantite.
- Generare un'ampia varietà di immagini in maniera minimamente consistente ed eventualmente effettuare post-trattamenti dedicati.

CONTRO:

- L'interfaccia, è in genere rudimentale anche se indipendente da ChatGPT con pochi filtri o aspetti tecnici, se lo si desidera da poter selezionare.
- La fruzione dei contenuti potrebbe essere performante solo in azioni di brainstorming per via dell'elevata originalità ma poca consistenza delle immagini.
- Se si desidera ottenere risultati specifici, la carenza di personalizzazione potrebbe indurre frustrazione con il conseguente abbandono del servizio.

https://openai.com/index/dall-e-2/

Immagine
DALL-E

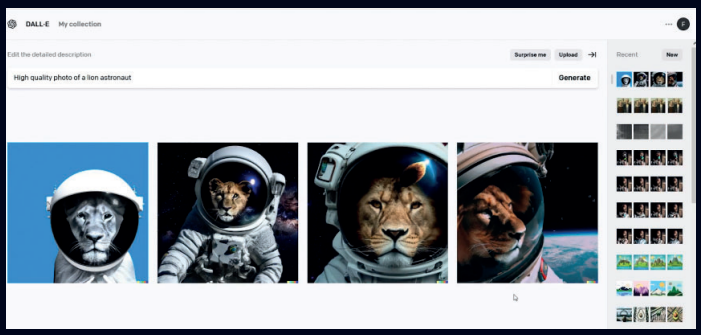
Novelty – Ottimale
Risultato congruente, veloce e di facile realizzabilità malgrado le possibilità basilari di editing. Durante la generazione pura in particolare (senza immagini o altri vincoli di riferimento), l'AI riesce a proporre idee molto varie.

Efficiency – Intermedia
Rispetto ai risultati attesi, l'AI ha un tempo di produzione media delle immagini molto breve, dal punto di vista della qualità delle qualità finale, tuttavia, è un AI nella media se non al di sotto.

Knowledge from data – Base
L'AI di Dall-E di per se non ha informazioni tecniche ne i suoi prodotti sono consigliabili per l'uso commerciale, hanno però un elevata capacità di discriminazione dei dati funzionali, cosa che la rende più efficiente della norma.

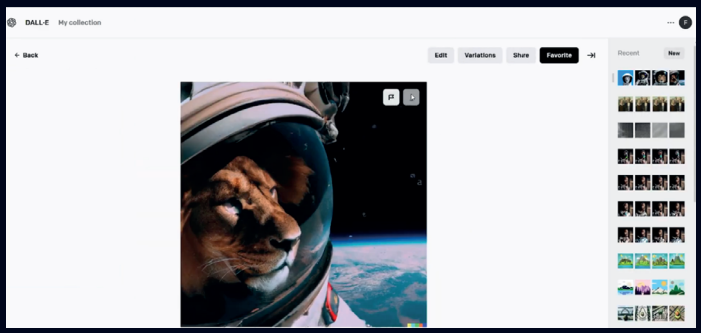
Human resemblance – Ottimale
Capacità di rielaborazione delle informazioni molto efficiente ma e pratica all'uso in particolare quando si parla della versione integrata a ChatGPT, questo permette di controbilanciare la carenza di informazioni e attendibilità.

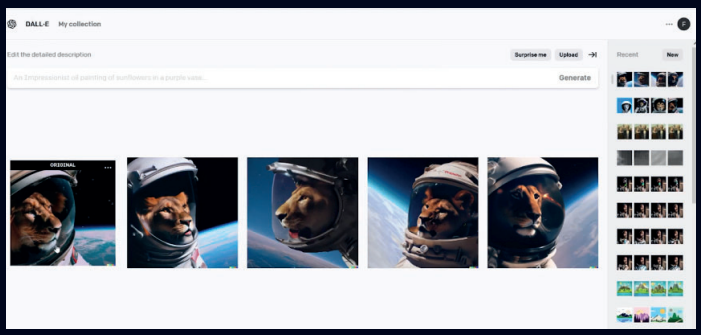
Attendibilità – Avanzata
Dall-E, scarso nella qualità dei contenuti riesce in maniera abbastanza versatile a comprendere le necessità dell'utente. E' quindi l'ideale per utenti che non sanno bene come interfacciarsi al settore ma è estremamente povero per utenti più esperti che hanno obiettivi mirati.



Knowledge from data

Novelty





Human resemblance

Knowledge from data

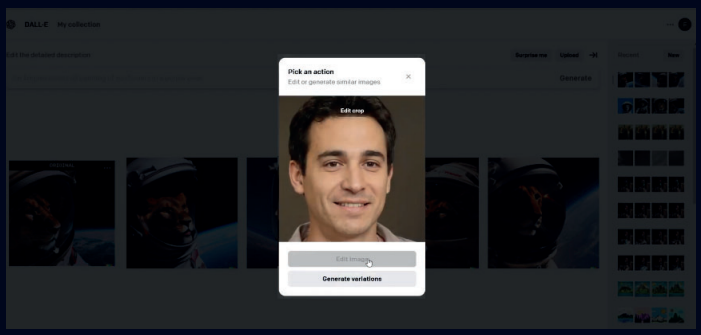
Immagine
DALL-E

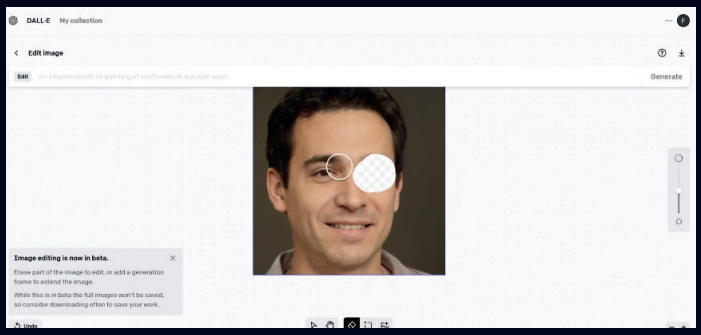
Novelty – Ottimale
Risultato congruente, veloce e di facile realizzabilità malgrado le possibilità basilari di editing. Durante la generazione pura in particolare (senza immagini o altri vincoli di riferimento), l'AI riesce a proporre idee molto varie.

Personalization – Intermedio
La possibilità di dialogare con l'AI anziché avere risposte dirette senza testo permette di fornire all'utente un feedback su quanto l'AI ha appreso come se davanti a se si avesse una persona. Questo permette da un lato una dinamica adattiva a prescindere dal background dell'utente, dall'altro però potrebbe causare confusione se non si hanno i tradizionali filtri. Per quanto riguarda la piattaforma dedicata invece, anch'essa è fortemente povera di personalizzazione guidata.

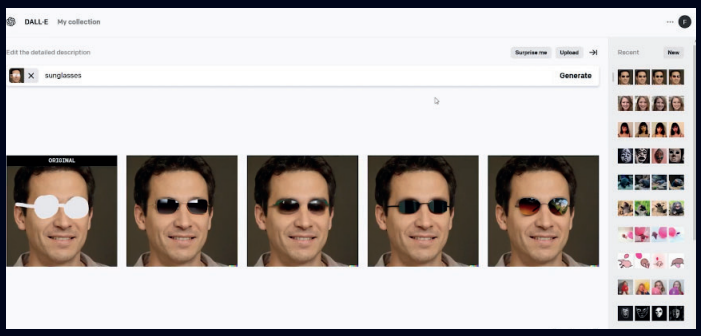
Ecosystem – Avanzata
L'uso più comune di solito è auspicato tramite la piattaforma di Open AI chatGPT, tuttavia è possibile la fruizione anche tramite plugin o codice open source. Molti dei servizi concorrenti minori, sono molto spesso per convenienza basati su tali codici.

Attendibilità – Avanzata
Dall-E, scarso nella qualità dei contenuti riesce in maniera abbastanza versatile a comprendere le necessità dell'utente. E' quindi l'ideale per utenti che non sanno bene come interfacciarsi al settore ma è estremamente povero per utenti più esperti che hanno obiettivi mirati.





Personalization



Attendibility

Novelty

Immagine

Adobe Firefly è un software progettato dalla casa madre Adobe per la generazione di contenuti in maniera rapida e veloce tramite o descrizione testuale o tramite sistema di filtri. Di essa poi, sono presenti varie funzionalità che spaziano dall'estensione delle immagini al supporto tramite plug-ins nelle varie applicazioni che la compagnia proprietaria propone. Alcuni esempi con questa funzionalità possno essere Illustrator e Photoshop.

fonte: https://firefly.adobe.com/

Immagine

Firefly

Obiettivi:

- Offrire soluzioni AI ai professionisti per semplificare lavoro svolto con i servizi di Adobe.
- Generazione dei contenuti non reperibili attraverso i servizi convenzionali (es. Adobe stock o font).

Canale di fruizione

Piattaforma online / app / plug-in.

Utenti

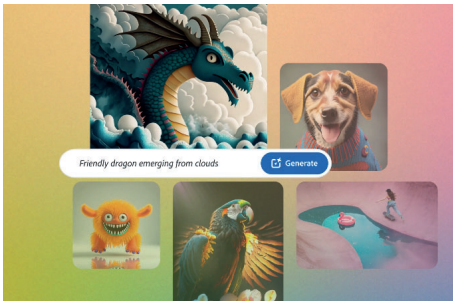
Graphic designers, Illustatori, utente generico.

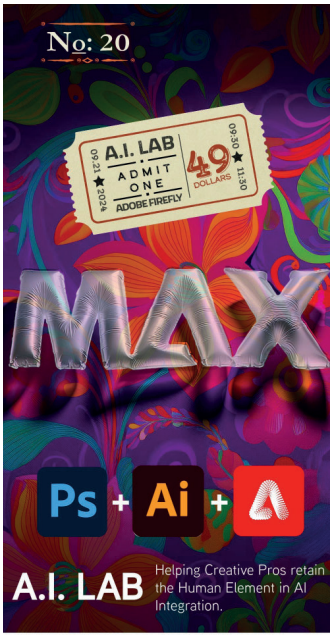
PRO:

- Di semplice fruizione e istintivo all'uso in particolare per le applicazione a loro volta, eventualmente, in dialogo con altre applicazioni.
- L'AI è molto integrata nel contesto sia professionale (Illustrator o photoshop) che user friendly (Firefly o Express).
- Dal lato utente generico si denota la più comune possibilità di ottenere immagini, grafiche o editing anche avanzati ma senza competenze tecniche, dal lato designer invece, è possibile bypassare le competenze tecniche richieste all'apprendimento di software spcifici concentrandosi sul risultato desiderato.

CONTRO:

- L'interfaccia, è in genere rudimentale anche se indipendente da Chat-GPT con pochi filtri o aspetti tecnici, se si desidera da poter modificare i contenuti. UX standard ma a volte è difficile comprendere quali sono i servizi AI e quali quelli normali al di fuori delle alternative web.
- La fruzione dei contenuti potrebbe essere performante solo in azioni di brainstorming per via dell'elevata originalità ma poca consistenza delle immagini.
- Se si desidera ottenere risultati specifici durante la generazione la carenza di personalizzazione potrebbe indurre frustrazione con il conseguente abbandono del servizio.





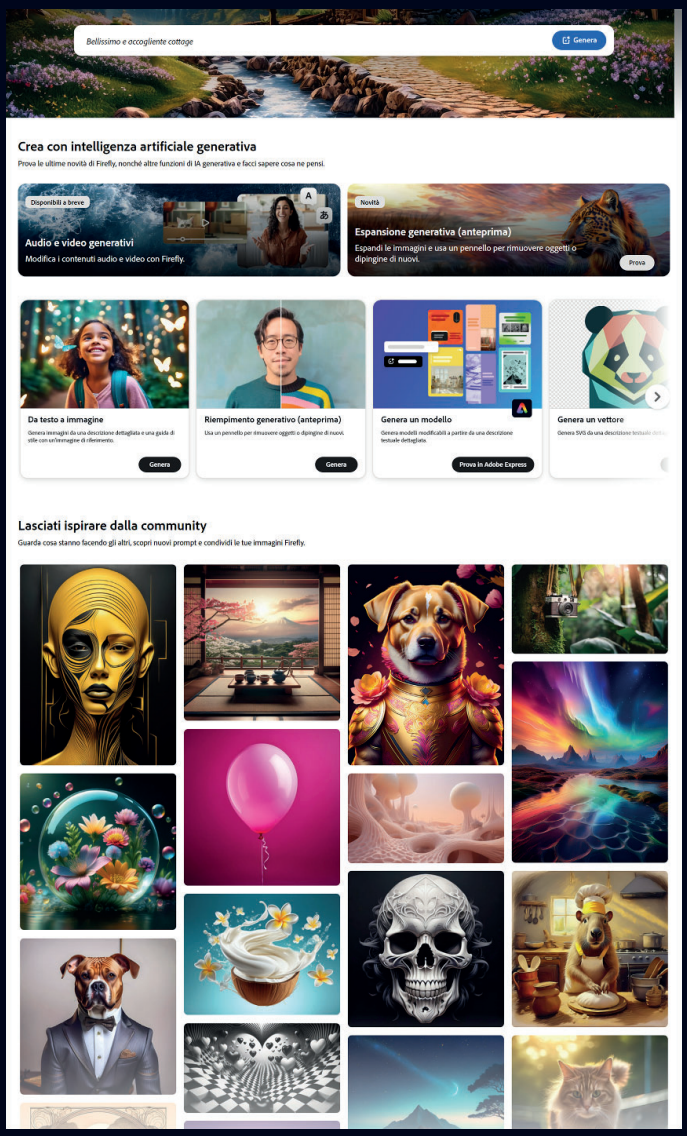
fonte: https://firefly.adobe.com/

Immagine
Firefly

Novelty – Ottimale
Di per se l'AI è narrow, non general (cosa che permetterebbe di creare originalità attraverso human resemblance), la consistente capacità dell'AI di rielaborare contenuti testuali in immagini definiscono Firefly come uno dei prodotti d'esempio nel periodo in cui è effettuata l'analisi.

Personalization – Ottimale
Il dialogo quasi perfetto in particolare dentro app come photoshop o illustrator permette di suggerire modifiche e opzioni alternative secondo una rielaborazione congiunta di molteplici comandi allo stesso momento.

Ecosystem – Avanzata
Il Rotobrush è eccellente per varie funzioni, tra cui l'interazione verticale in Illustrator e Photoshop, e offre un'ampia gamma di filtri su piattaforme dedicate. Tuttavia, può richiedere piccole modifiche per ottenere prestazioni e velocità ottimali.



Ecosystem

Personalization

Novelty

Immagine

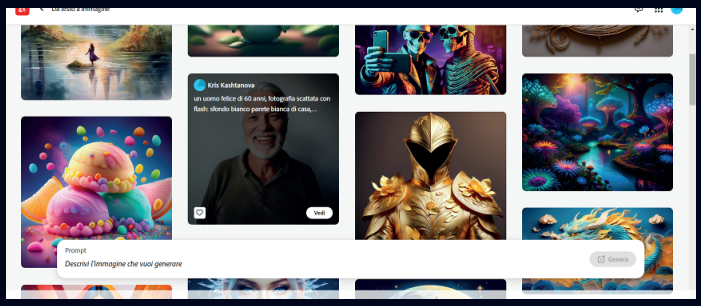
Firefly

Novelty – Ottimale
Di per se l'AI è narrow, non general (cosa che permetterebbe di creare originalità attraverso human resemblance), la consistente capacità dell'AI di rielaborare contenuti testuali in immagini definiscono Firefly come uno dei prodotti d'esempio nel periodo in cui è effettuata l'analisi.

Efficiency – Intermedia
Durante la generazione di immagini, strettamente correlate alla piattaforma la fruizione è semplice e istintiva, tuttavia la lentezza sino al blocco della operatività del servizio di Adobe Express potrebbe essere grave causa di frustrazione dell'utente sino al suo abbandono.

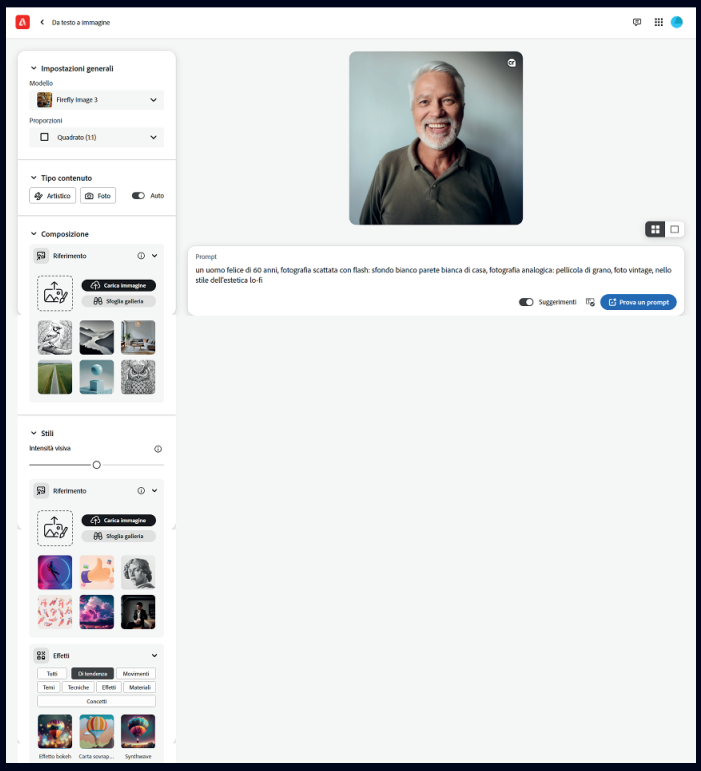
Knowledge from data – Intermedia
Conoscenza dei dati in genere minimale, l'AI riesce a comprendere di cosa si parla ma con l'impossibilità di affrontare argomenti tecnici. A differenza di altre AI nella quale è stata riscontrata la stessa mancanza però il problema è risolvibile attraverso una dialettica più semplice.

Attendibilità – Avanzata
Strettamente per quanto riguarda la fruizione dei contenuti visuali, l'AI di adobe concorre ad essere leader nel settore. Sono presenti però bachi nel sistema nella formazione di dettagli tecnici, anatomici o tuto ciò che riguarda capacità di solito visuospaziali ed indice del limite dell'AI.



Attendibility

Novelty



Efficiency

Novelty

Knowledge from data

Immagine

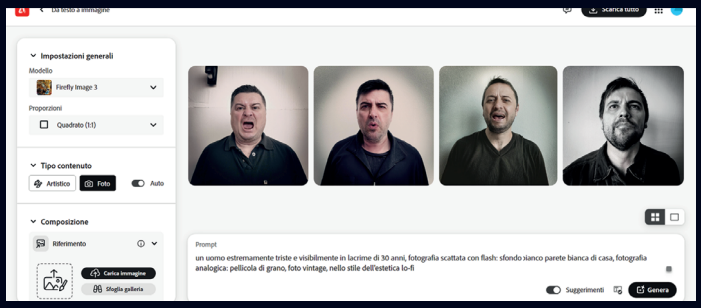
Firefly

Novelty – Ottimale
Di per se l'AI è narrow, non general (cosa che permetterebbe di creare originalità attraverso human resemblance), la consistente capacità dell'AI di rielaborare contenuti testuali in immagini definiscono Firefly come uno dei prodotti d'esempio nel periodo in cui è effettuata l'analisi.

Human resemblance – Intermedia
L'intelligenza artificiale è interattiva e precisa, ma la sua semplicità e dinamicità le permettono di essere utilizzata come assistente 'silenzioso', rendendo difficile l'uso di Adobe Express.

Ecosystem – Avanzata
Il Rotobrush è eccellente per varie funzioni, tra cui l'interazione verticale in Illustrator e Photoshop, e offre un'ampia gamma di filtri su piattaforme dedicate. Tuttavia, può richiedere piccole modifiche per ottenere prestazioni e velocità ottimali.

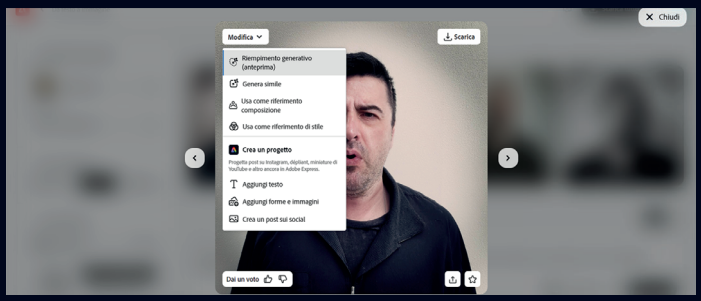
Attendibilità – Avanzata
Per la generazione è possibile la fruizione attraverso termini tecnici della fotografia e della cinematografia e/o di vari ambiti specifici. Tuttavia la capacità di comprensione tecnica di quest'ultimi, a seconda dei casi, potrebbe essere limitata.



Human resenblance

Novelty

Attendibility



Attendibility

Ecosystem

Coca-Cola

Immagine

MIDJOURNEY

Midjorney è un servizio che offre la generazione di immagini mediante vari tipi di funzioni: questi possono andare dalla descrizione testuale per poi avere l'output sotto forma di immagine, sottolineamento delle parti che interessa modoficare di immagini pre-esistenti e la personalizzazione tramite molti stili alternativi per via di una prorpietà di linguaggio della piattaforma particolarmente recettiva e consistente. Midjourney è inoltre dotati di plug-ins tramite chatbot scaricabili all'interno di Discord. in questi canali social, è possibile 'chiaccherare' con il chatbot mentre questo genera immaigni e/o modificare quelle precedentemente generate.

https://www.midjourney.com/

Immagine

Midjourney

Obiettivi:

- Generazione di immagini fotorealistiche o con stili specifici senza competenze tecniche.
- Risparmio di tempo nell'editing e nella post-produzione di immagini.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app / plug-in

Utenti

Programmatore / utente generico

PRO:

- La UX per quello che riguarda la catalogazione di informazioni e la semplicità d'uso è abbastanza performante.
- Il servizio è fruibile anche su un app social (discord) allacciandosi potenzialmente a dinamiche d'uso più vicine a quelle dell'utente.
- Se si usa Midjourney è perché si ha consapevolezza che il realismo nei risultati ottenuti e forse leader nel settore

CONTRO:

- estremamente carente l'interfaccia discord la quale è anche priva delle euristiche di Nielsen, l'interfaccia web invece è abbastanza performante ma con scarso controllo d'uso tra coerenza e standard.
- Servizio discord rudimentale e tipico delle start-up mentre la versione web è più performante ma con una scarna rete di supporto al contorno al di fuori della faq.
- Collegato al servizio, difficoltà d'interazione per la versione su Discord, lentezza d'uso, e poco supporto per la versione web che potrebbe rendere difficile la comprensione delle potenzialità.

100
MIDJOURNEY
PROMPTS
ROMANTIC &
DREAMY PAINTINGS

500
Midjourney
Prompts

100
MIDJOURNEY
PROMPTS
ANTIQUE
IMAGES

Immagine

Midjourney

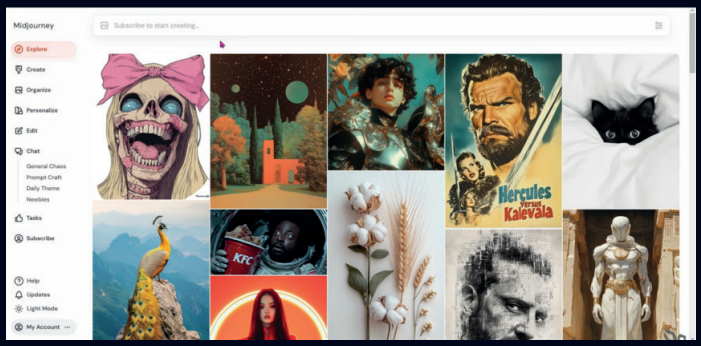
Novelty – Ottimale
Midjourney riesce a produrre risultati consistenti e con relativa astrazione. C'è però margine di miglioramento su quest'ultima rispetto ai risultati proposti dalla concorrenza.

Knowledge from data – Intermedia
Per via dell'evelato realismo delle immagini, di solito queste non devono essere ancora rielaborate ma al contrario possono quasi sembrare risultati concorrenti a versioni manuali realizzabili con Photoshop o simili. Rimangono però problemi strutturali correlati alla UX ed alle dinamiche d'uso

Human resemblance – Intermedia
Elevata capacità di comprensione da parte dell'AI, carente però un feedback di potenziali suggerimenti per guidare all'uso degli algort-mi. L'unico suggerimento proposto è prendere spunto da immagini simili generate da altri utenti tramite ricerca manuale.

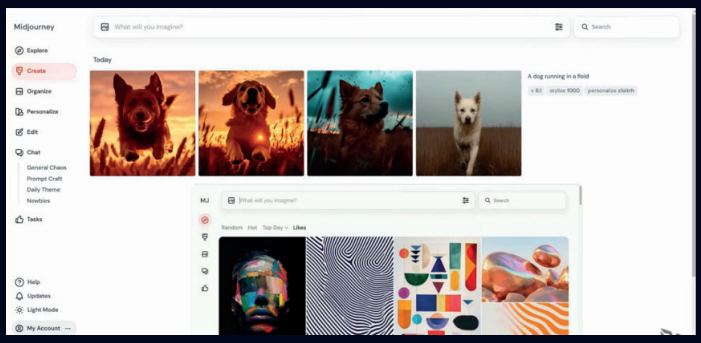
Ecosystem – Avanzata
Come efficienza tecnica l'A di midjourney è superiore a concorrenti come Dall-E, tuttavia è meno resiliente alle necessità contestuali nella quale potrebbe essere immerso il fruitore. Utile e vicino alle necessità dell'utente però il fatto che sia un bot di discord.

Attendibilità – Ottimale
L'AI è in genere estremamente performante per il suo settore applicativo, con elevate capacità di realismo. Potrebbe però essere carente per quanto riguarda la capacità di astrazione delle task e richiesta di maggiore originalità.

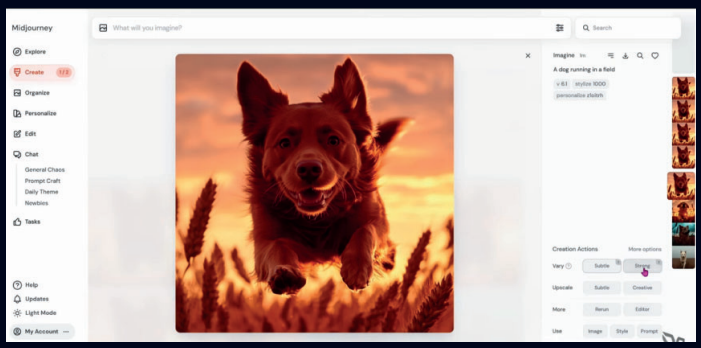


Attendibility

Ecosystem



Novelty



Knowledge from data

Human resemblance

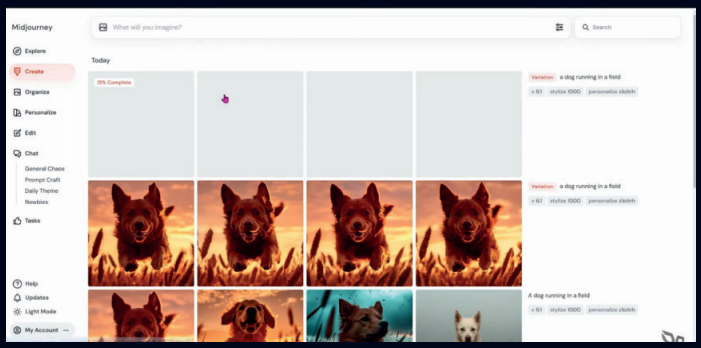
Immagine

Midjourney

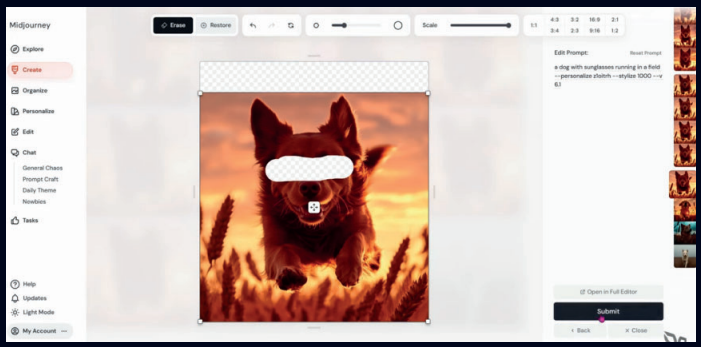
Novelty – Ottimale
Midjourney riesce a produrre risultati consistenti e con relativa astrazione. C'è però margine di miglioramento su quest'ultima rispetto ai risultati proposti dalla concorrenza.

Efficiency – Intermedia
L'AI ha un tempo di generazione relativamente lento richiedendo più o meno mezzo minuto per generare le immagini alternative. Questo tempo tuttavia è ancora concorrenziale e non da la percezione che il plugin/piattaforma sia completamente bloccata o che sia successo qualche errore di sistema.

Personalization – Intermedio
L'AI di Midjourney non ha strutturalmente capacità di personalizzazione nel plug-in mentre è abbastanza sviluppata nella piattaforma. Carenti i tradizionali filtri stile per la qualità offerta però.

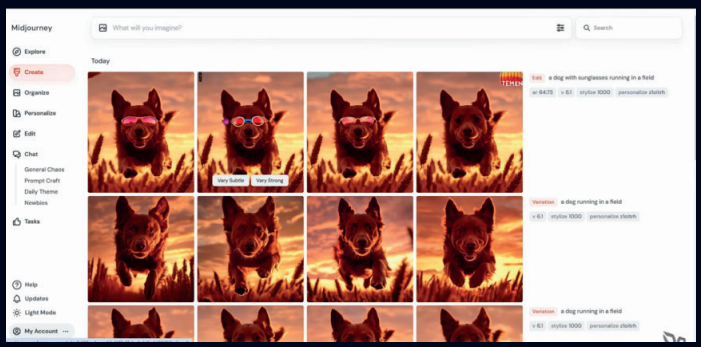


Efficiency



Novelty

Personalization



Novelty

Immagine

ALPACA

Generazione o modifica di immagini/grafiche allo scopo di aumentarne il realismo fotorealistico e/o funzionalità specifiche (es. creazione di personaggi, ambientazioni, concepts art, etc...).
Le funzioni possono variare dalla creazione di concepts più o meno realistici, creazione di prototipi funzionali di varia natura alla creazione di rendering per vari settori, tra i principali si riscontrano: urbanistica,architettura, interni e design alle loro rispettive scale metriche.

https://alpacaml.com/

Immagine

Alpaca

Obiettivi:

- Avere un chatbot che fornisca risposte rapide a problemi complessi
- Analisi di dati e/o documenti complessi

Canale di fruizione

Piattaforma online / plug-in

Utenti

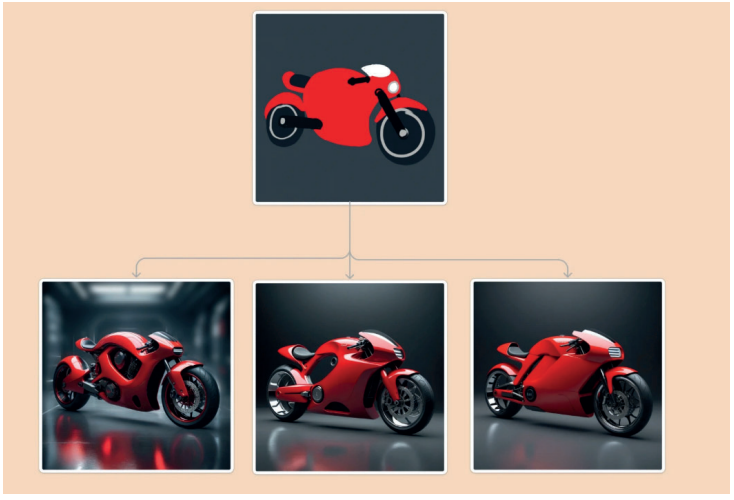
Graphic designers, Illustatori, utente generico.

PRO:

- La UX è ottimale in nell'esprimesi: attraverso quattro click totali, e l'inserimento di un box ti testo è possibile generare i contenuti desiderati partendo dalla homepage sino alla pagina utente specifica.
- Il servizio, tra quelli osservati fino ad ora, ha possibilità relativamente limitate poiché permette di generare solo immagini da prompt di testo e immagini di references, queste però sono sufficenti per avere un potenziale di adattabilità al contesto esterno praticamente illimitato.
- Generare tutto quello che si ha in mente sia esso astratto, stilizzato o realistico in pochi click.

CONTRO:

- Una volta all'interno della dashboard, tutte le informazioni vengono schiacciate all'inizio. Considerata l'importanza del comprendere le funzioni d'uso, sarebbe consigliabile dare più spazio al carosello di istruzioni da cui si può prendere ispirazione.
- Proporre i risultati in più formati o espendersi al settore video potrebbe potenziare la resa complessiva.
- A seconda dei prompt di partenza è necessario tenere in considerazione dei requisiti di contrasto delle immagini in copia con delle descrizioni testuali, in alternativa queste potrebbero venire inspiegabilmente inefficaci.



https://alpacaml.com/

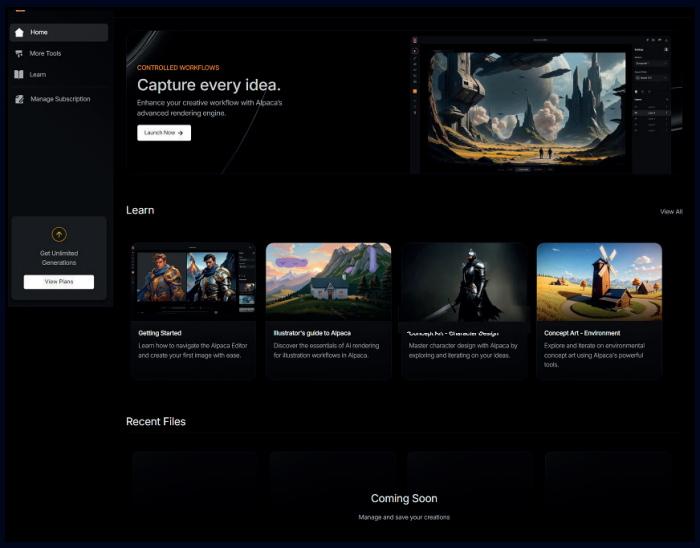
Immagine

Alpaca

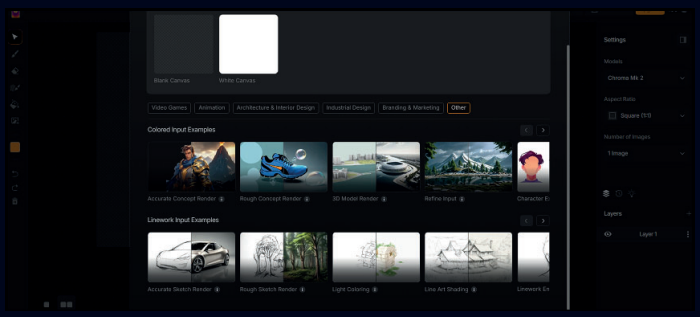
Efficiency – Ottimale
L'efficenza di questo servizio è ritenibile un'esempio per l'intero settore della generazione di immagini; poco tempo per la generazione, più elementi caricabili nella generazione al tempo stesso, presenza di filtri, possibilità di post editing, etc...

Personalization – Intermedia
La piattaforma integra strumenti come quelli di Canva nel contesto della generazione video però nel complessivo il risultato finale potrebbe non essere ottimizzato per ambiti professionali. Questo problema potrebbe essere la causa di una mancanza di qualità percepibile nel risultato finale.

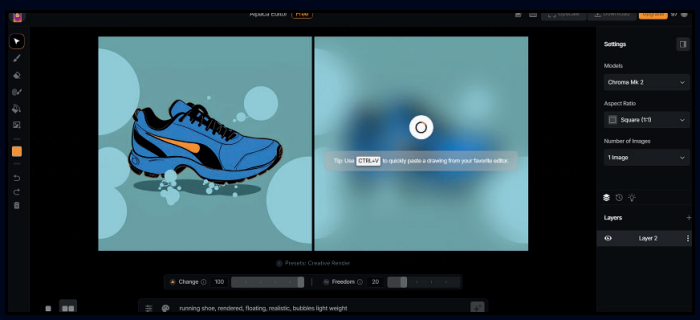
Human resemblance – Avanzata
L'AI della piattaforma in genere riesce ad essere efficace nel esprimersi avendo sufficiente spritio critico per discriminare le differente, è però distante dal dare degli output anche non visivi che possano venire ' in contro' all'utente.



Human resemblance



Personalization



Efficiency

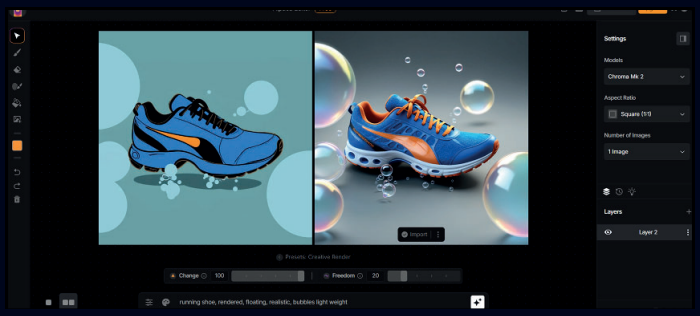
Immagine

Alpaca

Novelty – Ottimale
Tra tutti i tipi di intelligenza artificiale sino ad ora sembra il più ottimale per fruizioni creative, attraverso pochi prompt testuali ed immagini / bozze / grafiche di riferimento.

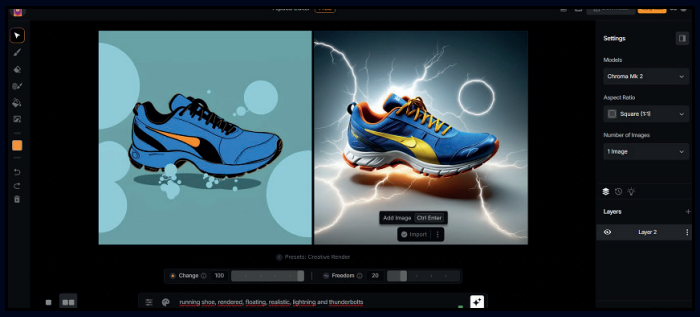
Knowledge from data – Ottimale
La generazione dei contenuti è efficente, riesce autonomamente a discriminare tra differenza semantica e terminologica senza grandi necessità di esplicitazione o senza rischiare bias, comprendere i filtri di generazione però è essenziale, questi rischiano di essere un tecnicismo della piattaforma e minimizzano l'ottimizzabilità per chi non si è mai affacciato al settore prima d'ora.

Attendibilità – Avanzata
L'AI riesce a generare input tecnici specifici anche senza avere le competenze per farlo tramite il prendere spunto da immagini o video di riferimento, tuttavia quando sovraccaricata di informazioni potrebbe tralasciare elementi secondari durante la generazione.



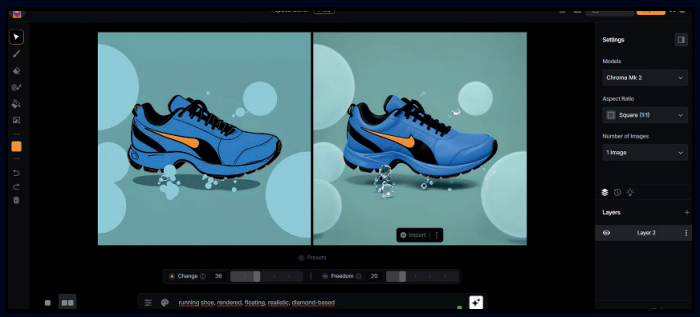
Novelty

Attendibility



Novelty

Attendibility



Knowledge from data

Immagine

Alpaca

Novelty – Ottimale
La generazione di contenuti visuali riesce mediamente a interpretare le informazioni in input ed a generarne ulteriori dove l'utente non ha dettagliato cosa gli serviva.

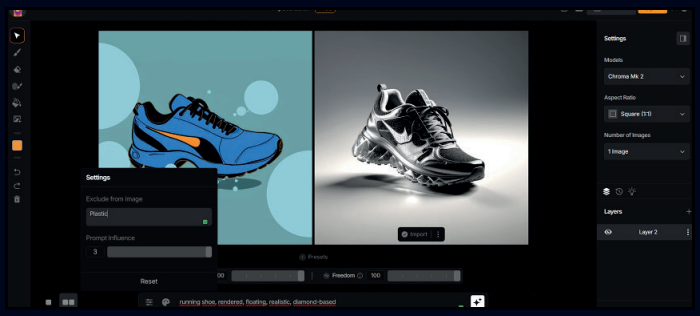
Personalization – Avanzata
La piattaforma integra strumenti come quelli di Canva nel contesto della generazione video però nel complessivo il risultato finale potrebbe non essere ottimizzato per ambiti professionali. Questo problema potrebbe essere la causa di una mancanza di qualità percepibile nel risultato finale.

Knowledge from data – Ottimale
La generazione dei contenuti è efficente, riesce autonomamente a discriminare tra differenza semantica e terminologica senza grandi necessità, l'uso di tali competenze tecniche tuttavia non è ovvio e potrebbe risultate il principale pain point. Malgrado tutto è difficile immaginare risultati migliori dalle proposte del mercato.

Human resemblance – Avanzata
L'AI della piattaforma in genere riesce ad essere efficace nel esprimersi avendo sufficiente spritio critico per discriminare le differente, è però distante dal dare degli output anche non visivi che possano venire ' in contro' all'utente.

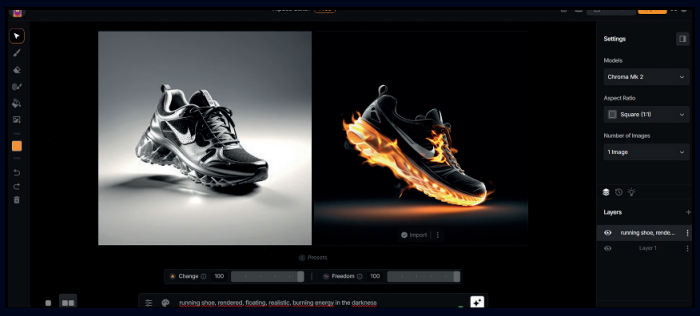
Ecosystem – Avanzata
La piattaforma riesce ad accettare vari tipi di formato dell'immagine senza particolari vincoli eccetto il formato massimo che deve essere quadrato. manca però di un dialogo struttuurato con terzi.

Attendibilità – Avanzata
Per la generazione è possibile la fruizione attraverso termini tecnici della fotografia e della cinematografia e/o di vari ambiti specifici. Tuttavia la capacità di comprensione tecnica di quest'ultimi, a seconda dei casi, potrebbe essere limitata.



Knowledge from data

Human resemblance

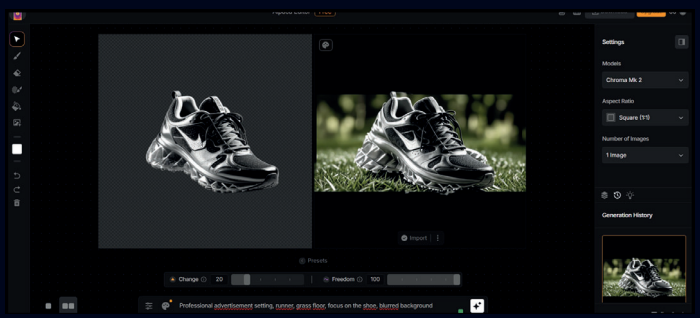


Novelty

Knowledge from data

Human resemblance

Attendibility



Novelty

Personalization

Knowledge from data

Ecosystem

Attendibility

Immagine

Canva

https://www.canva.com/

Obiettivi:

- Intelligenza artificiale distribuita nell'interfaccia d'uso tra generazione e riorganizzazione.
- Possibilità di generare le immagini, testo e ricerca intelligente delle pagine più adatte.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Marketers / utente generico.

PRO:

- Il flow d'uso relativo alla UX è relativamente funzionale e la presenza di un generatore di immagini al suo interno permette una maggiore facilità d'uso.
- Il servizio di Canva è in generale fortemente integrato a contesti esterni attraverso la proposta di soluzioni già avviate e basate su partners in base all'output desiderato.
- La possibilità di avere un generatore di immagini affianco alla costruzione di presentazioni permette di ottimizzare i tempi di ricerche e, potenzialmente, non dover neache cercare all'esterno della stessa piattaforma.

CONTRO:

- Dal punto di vista della UX il principale problema sembra essere correlato ai lunghi tempi di attesa nella generazione delle immagini che interrompe il normale flow d'uso, dal punto di vista del copywrighting invece, testi non chiari creano confusione aumententando i potenziali errori e aggiungendosi alle già poco gerarchizzate funzionalità.
- La funzionalità dell'AI è un po minimizzata e/o poco efficiente. Spesso sono richiesti lunghi tempi di caricamento e/o immagini che non hanno sufficiente consistenza.
- Lunghi tempi di attesa, poca consistenza del risultato e in genere sistema di editing dei contenuti macchinoso.

Immagine

Playground

https://playground.com/

Obiettivi:

- Generazione ed editing delle immagini tramite descrizione testuale.
- Editing intelligente delle immagini tramite assoicazione semantica.

Canale di fruizione

Piattaforma online

Utenti

Graphic designers, Illustatori, utente generico.

PRO:

- Interfaccia con buona UI e copywright: le icone sono esplicative della funzionalità e se si hanno dubbi appaiono i titoli in hovering offrendo maggiori chiarimenti.
- La generazione di immagini tra contenuti testuali e d'immagini è esplorata in ogni modo conosciuto attualmente. La pubblicazione di prompt condivisa tra gli utente permette di avere molteplici feedback in base a quello che interessa generare ed il modo con cui l'AI può rielaborare le informazioni.
- L'AI permette modifiche localizzate, strutturali o di generazione da zero di immagini con molti stili possibili (dal cartoon al fotorealistico).

CONTRO:

- Flow d'uso inefficiente e problemi tecnici correlati all'uso dell'interfaccia come lo zoom.
- Se le immagini possono avere ogni forma di input testuale/visuale, la funzionalità in output è limitata a soli output visuali conseguendo anche in minori possibilità creative e di elaborazione di task complesse.
- L'AI non sempre da i risultati sperati, talvolta si può bloccare o generare risultati quasi nulli che potrebbero imporre altri tipi di rielaborazione manuale.

Immagine

Picsart

https://picsart.com/

Obiettivi:

- Generazione ed editing delle immagini intelligente.
- Applicazione di effetti VFX intelligente.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

influencers/ streamers.

PRO:

- Il flow d'uso relativo alla UX ha un flow d'uso di istintivo uso e ben gerarchizzato dai menu di selezione specifici a quelli più generici.
- Il servizio di Picsart è in generale fortemente integrato a contesti esterni attraverso layouts già definiti a seconda del tipo di proodotto specifico che interessa produrre (es. storia o post di instagram).
- La possibilità di avere un generatore di immagini affianco alla costruzione di presentazioni permette di ottimizzare i tempi di ricerche e, potenzialmente, non dover neache cercare all'esterno della stessa piattaforma.

CONTRO:

- Da un punto di vista di copywrighting, prompts testuali troppo brevi potrebbero però creare confusione.
- La fruizione dei generarori di immagini è ancora basica e con poche possibilità di personalizzazione rendendo conveniente nella maggior parte dei casi rivolgersi a piattaforme esterne specializzate.
- L'utilità di Picart è carente per tre problemi principalmente: lunghi temi di attesa, poca consistenza del risultato e in genere sistema di editing dei contenuti macchinoso.

Immagine

Photosonic

https://writesonic.com/photosonic-ai-art-generator

Obiettivi:

- Generazione di immagini e possibilità di chattare con esse.
- Lettura e interpretazione delle immagini con linguaggi LLM personalizzabili nei chatbots.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Bloggers e digital media marketers.

PRO:

- E' un plugin / sottopagina di writersonic con UX minimale composta da tre steps; login, inserimento del prompt e implementazione testuale tramite AI.
- La generazione di immagini è quella classica, non sembra avere grandi pregi se non un livello di consistenza abbastanza elevato.
- La principale utilità della piattaforma è che i contenuti sono facilmente ponibili in dialogo con le altre sezioni specificiche correlate alla generazione testuale.

CONTRO:

- Sotto una prospettiva UX, la piattaforma è minimale (forse troppo) in ogni pagina, dalla dashboard per la generazione di immagini sino alla sottopagina di generazione, questo implica poca prevenzione degli errori.
- Il servizio è carente di integrazione con le funzionalità esterne ed interne alla piattaforma, anche lo stesso dialogo con la generazione testuale deve essere operato manualmente.
- La carenza di filtri o implementazioni specifiche rende difficile la rielaborazione di immagini attraverso solo prompt testuali.

Immagine

Maket.ai

https://www.maket.ai/

Obiettivi:

- Generazione di immagini più o meno fotorealistiche d'interni.
- Generazione di immagini per interior design basate su piantine e altri documenti tecnici.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Interior designers, architetti.

PRO:

- UX di semplice fruizione, con un chatbot sempre disponibile per dubbi. UI in dialogo con il testo correlato: a quasi ogni testo, in genere, corrisponde un'immagine per mostrare un esempio di risultato ottenibile. Questo ha anche la funzione di prevenire gli errori.
- Interfaccia che permette senza competenze specifiche ed in poco tempo di avere render anche fotorealistici partendo dalla realizzazione e modifica delle piante o solo dai filtri di selezione durante la generazione.
- Anche gli architetti meno specializzati nell'ambito del rendering potrebbero realizzarne uno previa preparazione preliminare della pianta dell'ambiente.

CONTRO:

- Per un interfaccia standard non si registrano particolari difetti: forse la coerenza e standard non sono pienamente rispettati tuttavia i contenuti sono comunque di facile fruizione e questa mancata corrispondenza non sembra ostacolare l'interagibilità.
- Se interessa mettere in luce determinati oggetti durante le fasi di rendering, questo potrebbe risultare difficile e sarebbe necessario ricorrere a supporti esterni alla piattaforma.
- Le piante deducibili con la piattaforma potrebbero non avere validità professionale ed interesse tanto quanto i render.

2.4.3.3 Video

L'analisi dei casi studio per l'ambito video dell'AI ha coinvolto 11 businesses differenti di cui 2 si reputano di particolare interesse tra i casi studio complessivi.

SPECIALIZZAZIONE DIVERSIFICATA

Dai dati emersi poi, non sembra esserci particolare correlazione tra i value drivers e quali sono di solito preferiti per tale ambito AI. Anche tra i due casi di maggiore interesse (Luma AI e runway) entrambe le performances sono estremanete concorrenziali, tuttavia, mentre Runway è specializzata in molti servizi differenti di facile accesso (es. generazione video da immagini, viceversa, generazione audio, generazione VFX, etc..), Luma AI è specializzata nella sola produzione video ma di qualità e potenziali tecnici molto più elevati.

GAP TECNOLOGICO TRA AZIENDE

Peculiarità dell'ambito video per l'AI è anche la differenza in capacità tecniche tra i business leader nel settore e le piattaforme di livello medio: mentre quelle leader come Runway propongono risultati estremamente performanti e altamente personalizzabili, gli altri si specializzano in genere in produzioni video reel, per social in generale o a scopi di deepfake legalizzato.

TENDENZA SPECIALISTICA

Indagando ulteriormente su quali sono i principali trends registrati, si può in genere osservare che i **business leader** nel settore sono specializzati nella produzione video con **potenziale per uso professionale** mentre **la larga maggioranza dei business rimanenti sono in genere incentrati in creazione di doppiaggio per video presentazioni oppure per generazione di sottotitoli** e/o serie di video specializzate per canali social quali youtube,

tiktok o simili.

RUNNWA
RUNWAY M

Video

RUNWAY

Sistema multimodale che da foto, testo, video o textures per il 3D, a seconda del generatore utilizzato, ripropone tali contenuti sotto il formato desiderato. Pensato innanzitutto per la generazione di video partendo da testi, il servizio propone una serie di tools complementari ognuno dei quali è basato sull'ottimizzazione tecnica tramite AI. tra i pregi principali c'è quello di poter effetuare editing complessi senza necessariamente informazioni tecniche.

https://runwayml.com/

Video

Runway

Obiettivi:

-
-

Canale di fruizione

Piattaforma online

Utenti

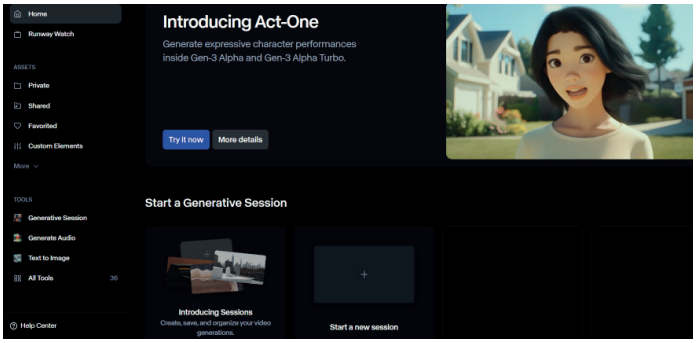
Settore grafico-pubblicitario

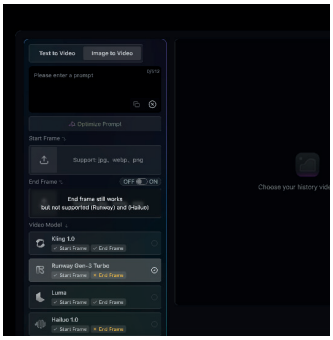
PRO:

- Comandi ottimizzati a seconda dell'AI impiegata.
- Vengono forniti degli strumenti a supporto del video editing alternativi all'animazione.
- Generazione di contenuti di varia natura per il video editing.

CONTRO:

- Carenza di una coerenza e standard tra le decine di generatori AI, anche se le info sono poche potrebbe risultare difficile orientarsi.
- Poca capacità di dialogo con altri tipi di applicazione/software.
- Nessun difetto registrato.


Home
Runway Watch
ASSETS
Private
Shared
Favorited
Custom Elements
More
TOOLS
Generative Session
Generate Audio
Text to Image
All Tools
Help Center
Introducing Act-One
Generate expressive character performances inside Gen-3 Alpha and Gen-3 Alpha Turbo.
Try it now
More details
Start a Generative Session
Introducing Sessions
Start a new session


Text to Video
Image to Video
Please enter a prompt
Optimize Prompt
Start Frame
Support .jpg, .webp, .png
End Frame
End frame still works but not supported (Runway) and (Hailuo)
Video Model
Kling 1.0
Runway Gen-3 Turbo
Luma
Hailuo 1.0

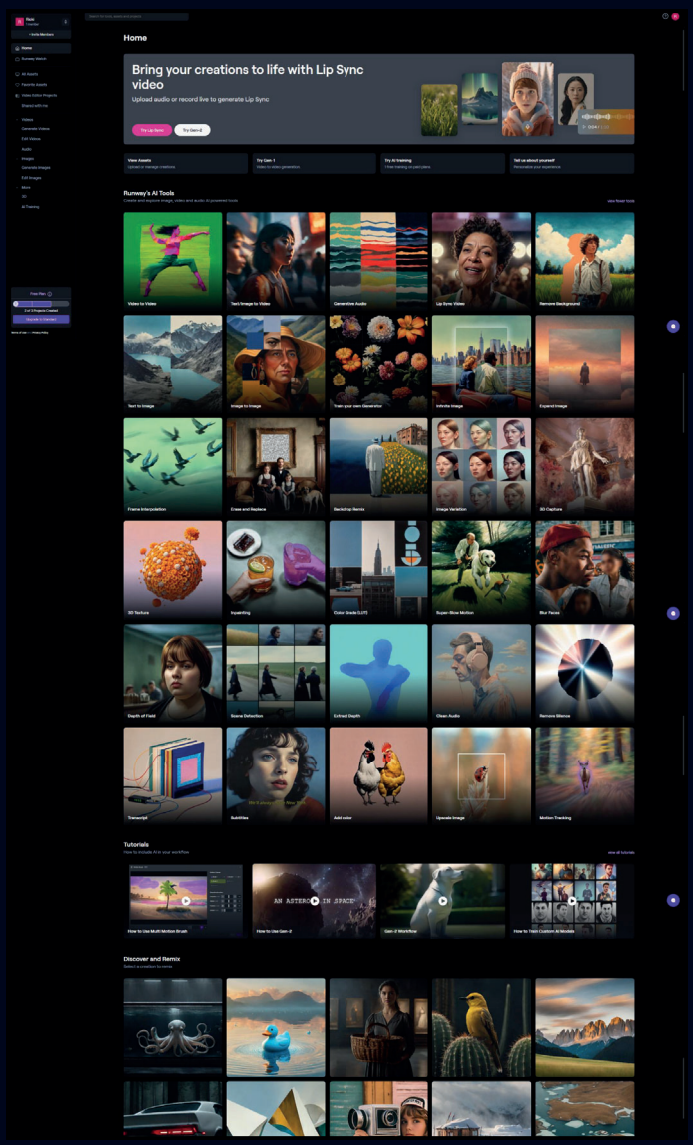
Video

Runway

Personalization – Avanzata
L'utente può ricercare il video o prolungarlo rendendo "on-demand" il processo creativo senza attese di ore che rischierebbero di generare risultati indesiderati.

Ecosystem – Intermedia
L'AI riesce a discriminare e selezionare vari tipi di contesto senza grandi necessità di filtri rimanendo comunque consistente.

Attendibilità – Avanzata
L'AI è in grado di ricevere e generare vari tipi di input dal contesto tuttavia le condizioni spesso non forniscono le possibilità di dialogo e editing dei software manuali come DaVinci, Premiere Pro. Questo è la presenza di bias visivi nella fase di generazione potrebbero renderlo un prodotto poco affidabile per il mercato professionale.



Personalization

Ecosystem

Attendibility

Video

Runway

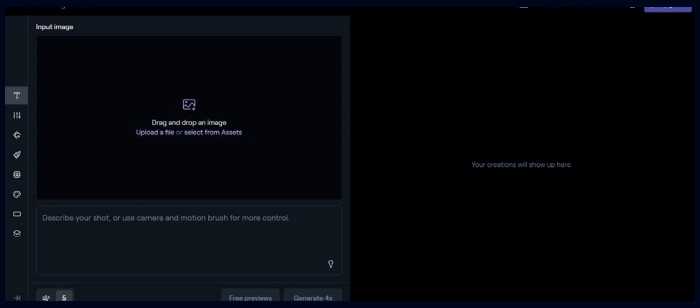
Novelty – Ottimale
La generazione di contenuti visuali riesce mediamente a interpretare le informazioni in input ed a generarne ulteriori dove l'utente non ha dettagliato cosa gli serviva.

Efficiency – Ottimale
La generazione può richiedere da qualche secondo a qualche minuto (massimo totalizzato 5 minuti circa).

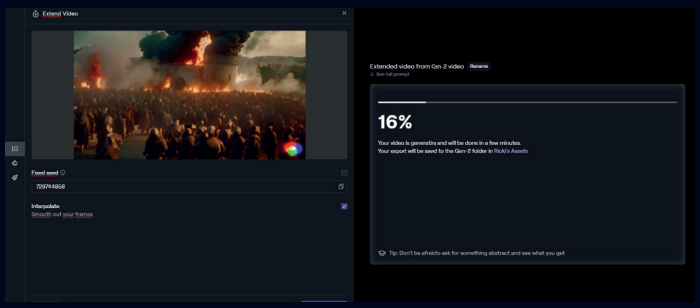
Personalization – Avanzata
L'utente può ricercare il video o prolungarlo rendendo "on-demand" il processo creativo senza attese di ore che rischierebbero di generare risultati indesiderati.

Human resemblance – Avanzata
L'AI riesce a generare output multi-canale attraverso input multi-canale, le capacità di editing mirati tuttavia sono carenti e con possibilità limitate solo a seconda del tipo di generatore che si sta utilizzando.

Attendibilità – Avanzata
L'AI riesce a generare input tecnici specifici anche senza avere le competenze per farlo tramite il prendere spunto da immagini o video di riferimento, tuttavia quando sovraccaricata di informazioni potrebbe tralasciare elementi secondari durante la generazione.



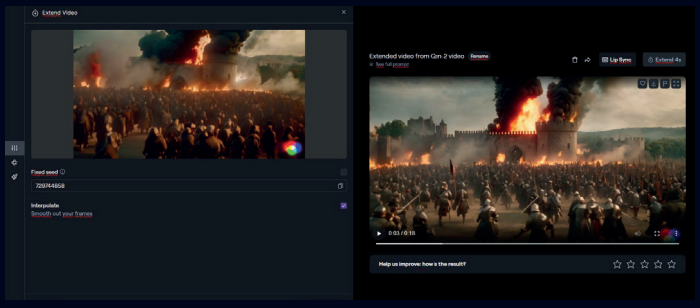
Human resemblance



Attendibility

Efficiency

Personalization



Human resemblance

Novelty

Video

LUMA AI

Sistema di intelligenza artificiale gratuito utilizzabile per conversazioni coinvolgenti, ottenere approfondimenti, automatizzare le attività e assistere a necessità di varia natura attraverso una sola chat nella versione di base o varie chats personalizzate nella versione premium.

https://lumalabs.ai/

Video

Luma AI

Obiettivi:

- Avere generazioni video ad alta qualità.
- Creare anche personaggi o scene senza competenze cinematografiche.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app / plug-in

Utenti

Utenti individuali e business

PRO:

- Il sito è esperienziale per quanto riguarda la fruizione prima del login sia nella UX che UI che copyright.
- Generazione di video anche fotorealistici con markers AI non sempre facili da distinguere ad occhio nudo attraverso la piattaforma online.
- Potenzialmente si potrebbero realizzare film fantasy/sci-fi, etc.

CONTRO:

- Poca varietà dei contenuti e poca possibilità di scelta personalizzata.
- Tempo di caricamento al click lento, la fruizione nel complessivo diventa difficile.
- La lentezza d'uso potrebbe rendere complessa la generazione del video richiesto a più tentativi.

https://lumalabs.ai/

Video

Luma AI

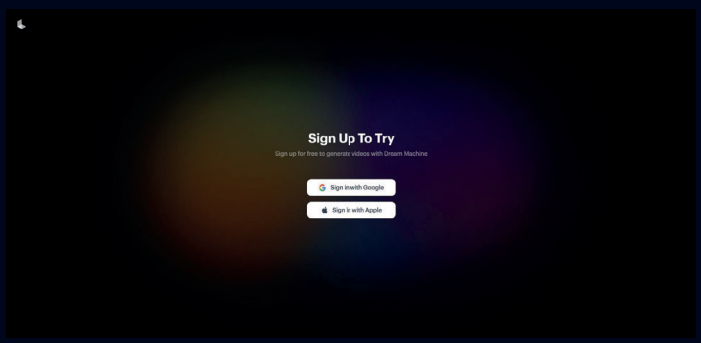
Personalization – Base
Le informazioni recepite e recepibili dall'AI sono varie ed in genere flessibili alle richieste di generazione. Manca però la capacità di astrazione, elemento essenziale nella recezione di informazioni dell'AI.

Knowledge from data – Base
le informazioni recepite e recepibili dall'AI sono varie ed in genere flessibili alle richieste di generazione. Manca però la capacità di astrazione, elemento essenziale nella recezione di informazioni dell'AI.

Human resemblance – Avanzata
L'AI è un'interfaccia totalmente narrow, la generazione tuttavia riesce in maniera abbastanza consistente a produrre risultati anche di qualità. La lentezza di caricamento risulta essere l'unico vero problema.

Ecosystem – Intermedia
La piattaforma ha solo attività non collegate alla community a disposizione tra i vari social, questo potrebbe implicare problemi dal punto di vista della visibilità complessiva.

Attendibilità – Avanzata
L'AI offerta dal servizio è molto consistente, può produrre video anche hyper-realistici, il tempo impiegato nella realizzazione tuttavia potrebbe essere causa di insofferenza per i progettisti che, in caso di necessità di aggiustamenti anche minimi, potrebbero necessitare di ore di correzione.

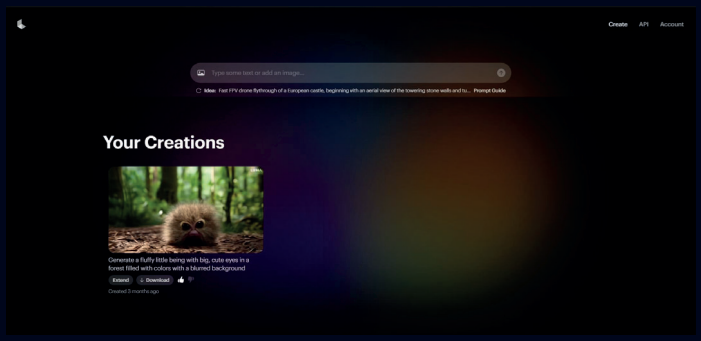


Knowledge from data

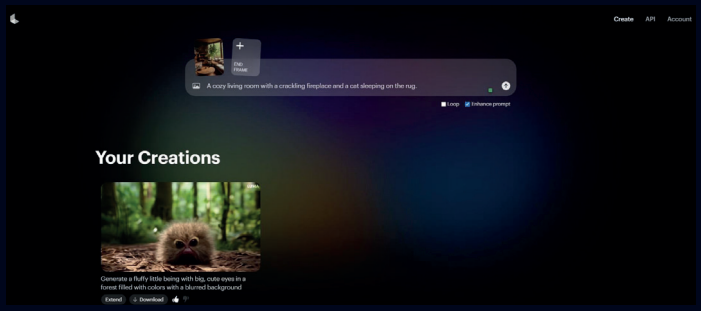
Attendibilità

Human resemblance

Personalization



Ecosystem



Ecosystem

Video

Luma AI

Novelty – Avanzata
L'AI di Luma riesce a rielaborare anche informazioni complesse creando scenari fantasy di figure che si muovono anche se effettivamente inesistenti definendone per essere anatomia correlata. Riesce al tempo stesso ad ottenere il fotorealismo nel caso scenari fantasy/sci-fi non interessino.

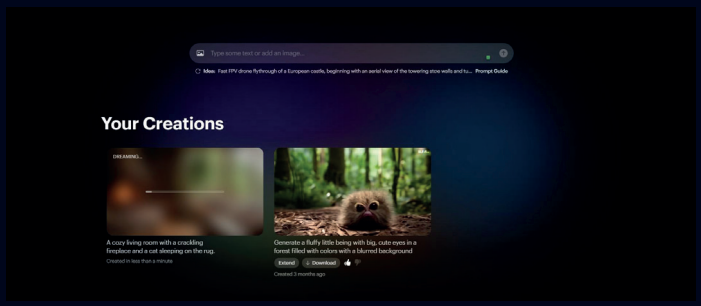
1

Efficiency – Base
La piattaforma, nel momento in cui è stato eseguito il test, ha una risposta al click avolte anche superiore al secondo ed un tempo di generazione del video anche di 10-20 minuti. Performances non concorrenziali ne per un sito convenzionale ne per uno con servizi AI.

2

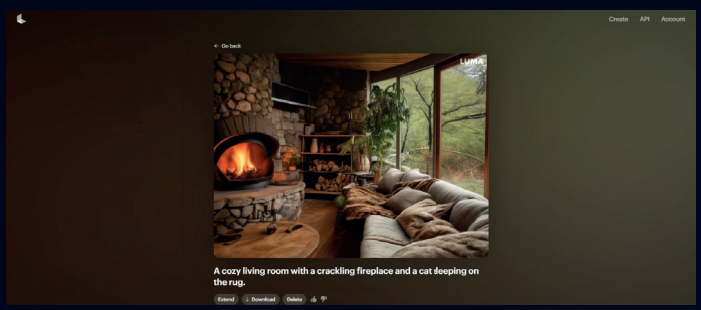
Human resemblance – Intermedia
L'AI è un'interfaccia totalmente narrow, la generazione tuttavia riesce in maniera abbastanza consistente a produrre risultati anche di qualità. La lentezza di caricamento risulta essere l'unico vero problema.

5



Novelty

Efficiency



Human resemblance

Video

Indivdeo AI

https://invideo.io/ai/

Obiettivi:

- Riorganizzazione generativa di video.
- Generazione di sottotitoli e audio associati alle immagini riorganizzate nello storytelling.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Youtube streamers e streamers di varia natura.

PRO:

- Piattaforma con pochi, chiari e semplici comandi. UX e UI dialogano bene tra di loro mentre il copyright, con un po di accorgimenti, a comprendere i sottintesi.
- Produzione di risultati modulati specificatamente sul canale comunicativo desiderato riuscendo a comprendere anche alcuni delle caratteristiche 'soft' comprensibili solo con l'esperienza.
- Produzione di risultati già esportabili per la divulgazione di varia natura con risultati integrati grazie alla generazione, da parte dell'AI, di uno storytelling che interlaccia i contenuti: siano essi testuali, video, immagini o audio.

CONTRO:

- In caso di necessità di video editing professionale, la piattaforma è carente di personalizzazione.
- La piattaforma è estremamente specializzata sul canale della produzione video per social come youtube ma carente per altri metodi di divulgazione scentifica.
- La modalità con cui lo storytelling viene strutturata è molto rigida e le tecniche di rielaborazione delle immagini sono troppo basiche per essere d'uso professionale.

Video

VEED.IO

https://www.veed.io/

Obiettivi:

- Riorganizzazione generativa di video.
- Generazione di sottotitoli e audio associati alle immagini riorganizzate nello storytelling.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Settore grafico-pubblicitario.

PRO:

- UX e UI e copywrighting hanno un'elevata coerenza e standard adattandosi comunque alle necessità del contesto specifico.
- La piattaforma ha il pregio di integrare quasi perfettamente l'AI con gli strumenti di editing tradizionali facendo si che l'utente quasi non si accorga della differenza e non gli venga imposto di dipendere dall'AI.
- L'interfaccia permette per chi non è addetto a video editing professionali di ottenere comunque dei risultati apprezzabili senze specifiche competenze necessarie.

CONTRO:

- L'interfaccia, per come è strutturata permette la produzione di risultati solo risultati poco raffinati, ridefinizioni sugli algoritmi alla base e sulla UX potrebbero essere necessarie per eventuali upgrades.
- Adatto al largo consumo a basso costo ma non per i settori professionali.
- La riproduzione verbale dell'AI non sempre è ottimale, in alcuni casi potrebbe, forse, risultare più conveniente usare software più specifici.

Video

Fliki

https://fliki.ai/

Obiettivi:

- Generazione di sottotitoli e voicovers per video.
- Riorganizzazione generativa intelligente per associare le immagini più apropriate al video.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Youtube streamers e streamers di varia natura.

PRO:

- UX, UI e copywritght sono adattati alle necessità della piattaforma in maniera dinamica per ottimizzare il più possibile l'efficienza.
- Generazione di contenuti testuali, immagini e di doppiaggio.
- Creazione di video in pochi minuti per canali social di video divulgativi comprensivi di sinossi, narrazione e generazione di informazioni/immagini a supporto partendo da promt e pochi filtri.

CONTRO:

- L'interfaccia ha poca coerenza e standard risultandone che l'utente potrebbe avere difficoltà nel rintracciare le informazioni che gli servono.
- Il servizio offerto propone al termine della generazione iniziare ulteriori elementi come tracce sonore o possibilità di editing, questi però sono di difficile reperibilità.
- L'editing al termine della generazione iniziale ha un'interfaccia poco comprensibile e poco concorrenziale rispetto allo standard. Gli algortmi e la coerenza nei risultati proposti però sono ottimali.

Video

Pictory

https://pictory.ai/

Obiettivi:

- Generazione di sottotitoli e voicovers per video.
- Riorganizzazione generativa intelligente per associare le immagini più apropriate al video.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Youtube streamers e streamers di varia natura.

PRO:

- Il flusso d'uso è istintivo e di facile fruizione, ha delle barriere di conoscenze specifiche che potrebbero ostacolare la chiara generazione dei output desiderati, questo però non ostacola in maniere sostanziali l'uso.
- Generazione di contenuti testuali, immagini e di doppiaggio.
- Creazione di video in pochi minuti per canali social di video divulgativi comprensivi di sinossi, narrazione e generazione di informazioni/immagini a supporto partendo da promt e pochi filtri.

CONTRO:

- La mancanza di suggerimenti durante la fruizione è la principale carenza durante il flow d'uso.
- Il servizio non collabora con altre attività per orientare il risultato a target specifici. Questo può rischiare di causare bias nella generazione dello storytelling.
- La generazione del video è vincolata da immagini, grafiche o video preesistenti da archivi stock. Questo limita fortemente l'originalità dell'output.

Video

Lumen 5

https://lumen5.com/

Obiettivi:

- Generazione di video di presentazione partendo da prompt o da editing intelligente.
- Generazione di supporti visivi associati alla presentazione.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Settori business & marketing.

PRO:

- In genere, per quanto riguarda le sole euristiche di Nielsen la piattaforma le rispetta tutte anche in previsione di utenti che non hanno conoscenze tecniche eccetto forse la flessibilità d'uso e il controllo da parte degli utenti se si necessità solo di fruire del sito web.
- Fruizione di contenuti multimediali di varia natura orientati alle necessità professionali dell'utente.
- La piattaforma è disponibile per tutti e non ha necessità di profonde competenze tecniche per essere appresa.

CONTRO:

- Carente la UX e la flessibilità del sistema se l'utente ha bisogno di più tab aperti in contemporanea o per quanto riguarda la liberta da parte dell'utente nell'avere accesso alla parte esterna alla pagina personale.
- Il servizio enuncia tra i suoi claims che è in grado di generare video e audio quando gli algoritmi sono incentrati sui criteri di ricerca e la generazione di contenuti audio partendo dalla voce dell'utente.
- L'utente potrebbe nutrire sfiducia se gli viene imposto di usare la sua voce per generare la sintesi vocale per via dei problemi etici.

Video

OpusClip

https://www.opus.pro/

Obiettivi:

- Ottimizzazione dei contenuti e riorganizzazone in base all'output desiderato.
- Generazione di sottotitoli intelligente.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Designers della comunicazione, youtube streamers e streamers di varia natura.

PRO:

- La piattaforma è estremamente sintetica nella fruizione permettendo di comprendere velocemente dove è necessario interagire con gli argomenti d'interesse per l'utente. L'AI strettamente legata al copywrighting sembra essere il pregio principale della piattaforma.
- Partendo da video già creati, permette di personalizzarli come servizio automatizzato ad alternative professionali per prefessionisti e non.
- I risultati finali in genere possono essere proposti in varie valutazioni a seconda dei parametri di sintesi e valutano in base a un set di parametri orientato a quanto questo possa.

CONTRO:

- Carente la coerenza e standard, la UX che non permette selezione mediante filtri e la UI che offre soluzioni semplicistiche all'interazione.
- Le possibilità effettive del servizio sono 2: sintesi dei video e inserimento degli stessi nel calendario, averne di ulteriori o più personalizzazione potrebbe rendere la piattaforma più efficace.
- I risultati sono in genere poco originali e parafrasi l'uno dell'altro.

Video

Descript

https://www.descript.com/

Obiettivi:

- Simulazione di comportamenti VFX per muovere/ruotare i soggetti in posizioni irreali.
- Possibilià di voiceover per far parlare l'avatar da copy scritti dall'utente.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app.

Utenti

Youtube streamers e streamers di varia natura.

PRO:

- Il copywrithing correlato alla riproduzione vocale è l'aspetto più performante.
- Il servizio di prevenzione per la privacy permette da parte dell'utente di avere maggiore fiducia in come vengono usati i dati e mettersi di più in gioco.
- E' permessa la collaborazione di più persone nello stesso team, potendo generare contenuti audio di medio-buona qualità in contemporanea alla grafica correlata.

CONTRO:

- L'interfaccia è in genere poco gerarchizzata, con una struttura in genere differente dallo standard, in particolare quando sono presenti comandi correlati alla AI, questi possono essere sparsi in 3-5 panel differenti nell'interfaccia d'uso.
- Il fatto che le possibilità di generazione dei contenuti è fortemente limitato dai diritti per la privaci limita molteplici funzioni d'uso potenzialmente arrivando quasi a rendere la piattaforma nel complessivo uno strumento di video editing con poche funzionalità mal aggregate.
- L'utilità o meno dell'app dipende se si è disposti a fidarsi che i proprietari del servizio non distribuiscano a terzi i dati personali.

Video

Tavus

https://www.tavus.io/

Obiettivi:

- Creazione di avatar specializzati nel simulare il comportamento umano.
- Creazione di avatar che possono funzionare e interagire digitalmente in tempo reale.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Marketers, youtube streamers.

PRO:

- L'interfaccia è interagibile attraverso pochi click guidati direttamente all'obiettivo che il servizio permette.
- La generazione di contenuti audio-video è coordinata ed è in grado di modificare sia l'uno che l'altro aspetto in maniera mirata sulle necessità del video senza modifiche che ne rischino di danneggiare la qualità.
- Creare una replica di se stessi per poi generare video con essa da prompt anche solo testuali.

CONTRO:

- La fruibilità della piattaforma ha in genere poca coerenza e standard al di fuori della dashhboard principale.
- L'AI ogni tanto potrebbe generare due tipi di bias che rendono il video meno realistico: da un lato un nero eccessivo nella bocca quando aperta, mentre da un'altro punto di vista avere potenziali morfing irrealistici per ricostruzioni 3D del volto incoerenti.
- Il video in genere è testato su video frontali in cui l'avatar è in posizioni statiche, difficilmente potrebbe funzionare in altri contesti

Video

Deepfaceswap

https://www.aideepfaceswap.com/

Obiettivi:

- Sostituzione di volti in fotografie per scopi commerciali.
- Sostituzione di foto in ambiti fotorealistici per simulazioni anche surreali senza VFX.

Canale di fruizione

Piattaforma web / app.

Utenti

Video streamers, canali social, mass media, politica.

PRO:

- Piattaforma e app di semplice funzione per quanto riguarda la UX con un buon supporto all'utente se necessario.
- Sostituzione della voce e dell'immagine/video in tempo reale o registrati. La soluzione in aggiunta può proporre avatar per vari tipi di usi.
- In assenza di una persona per impegni o problemi personali, la si può sostituire con terzi senza però inficiare sulla qualità complessiva del video.

CONTRO:

- UI abbastanza carente nella guida alla fruizione e nel supporto alla lettura (es. sfumature sullo sfondo o carenza di icone). Per quanto riguarda la sostituzione grafica di un volto con un'altro tuttavia non si registrano difetti.
- Il servizio è estremamente costoso e non tutti potrebbero permetterselo.
- Problemi collegati all'aspetto etico potrebbero permettere a malintenzionati di usare in maniera inpropria volti di altri o di VIPS senza permesso.

2.4.3.4 Musica

DIVERSIFICAZIONE AMBITI AUDIO

L'analisi dei casi studio inerente all'audio è molto varia, pertanto ha avuto la necessità di essere divisa in due per via dei due settori principali: musica e parlato. Le AI dedicate alla musica in particolare sono state 10 e sono suddivise tra la generazione di nuovi brani, il remix di quelli pre-esistenti oppure l'isolamento di singoli strumenti da un brano di partenza.

LIMITI EMOZIONALI

Dai dati emersi, due dei risultati più rilevanti sembrano essere l'elevata percentuale di assenza tra il 50-60% (la media generale è tra lo 0% ed il 20%) della Knowledge of data e della Human resemblance. Questo dato infatti potrebbe sembrare relativamente inconsistente se si pensa che la **musica è esplicitamente pensata per far vivere emozioni.**

SEMPLIFICAZIONE INPUT

Si è però osservato che nella maggior parte se non totalità dei casi, le AI vengono generate da prompt testuali o mp3 di canzoni pre-esistenti che eccetto ritmo, tonalità, chiavi e poco altro non hanno bisogno di conoscenze tecniche specifiche di solito tipiche di software molto più avanzati (es. Audacity, Adobe Audition, etc..).

ACCESSIBILITÀ MUSICALE

Il trend che si è visto verificarsi è quindi una progressiva sostituzione della musica per come la si concepisce oggi che non ha quasi più necessità di camere anecoiche, che annullano la riflessione nell'ambiente del suono, supportano il remix in diretta o altri aspetti tecnici. In particolare in casi come audiodraw o soundful attraverso dei soli tag è possibile generare canzoni anche non protette da copyright (generate sul momento) per poi

essere quasi in tempo reale condivise su community dedicate.

Il settore della produzione musicale AI-based tuttavia presenta ancora vari limiti che rendono difficilmente concorrenziale questo servizio. Nella maggior parte dei casi infatti, le AI sembrano essere inconsistenti, proponendo spesso ritmi ripetitivi, a volte con scarse qualità sonore e senza rievocare emozioni particolari.

QUALITÀ LIMITATA

Come anche per gli altri casi studio, la totalità dei 10 servizi è fruibile su piattaforma e online. il 20% di questi però può essere fruibile anche offline attraverso applicazioni dedicate o tramite plug-in. Si mette in evidenza però che **MusicLM** di proprietà di una delle compagnie sperimentali di Ai di Google, sta sviluppando un'AI che almeno all'apparenza potrebbe sembrare più concorrenziale delle altre, questo quindi nel tempo potrebbe comportare importanti cambiamenti alle tipologie di interfaccia normalmente impiegate nel settore.

INNOVAZIONE IN ARRIVO

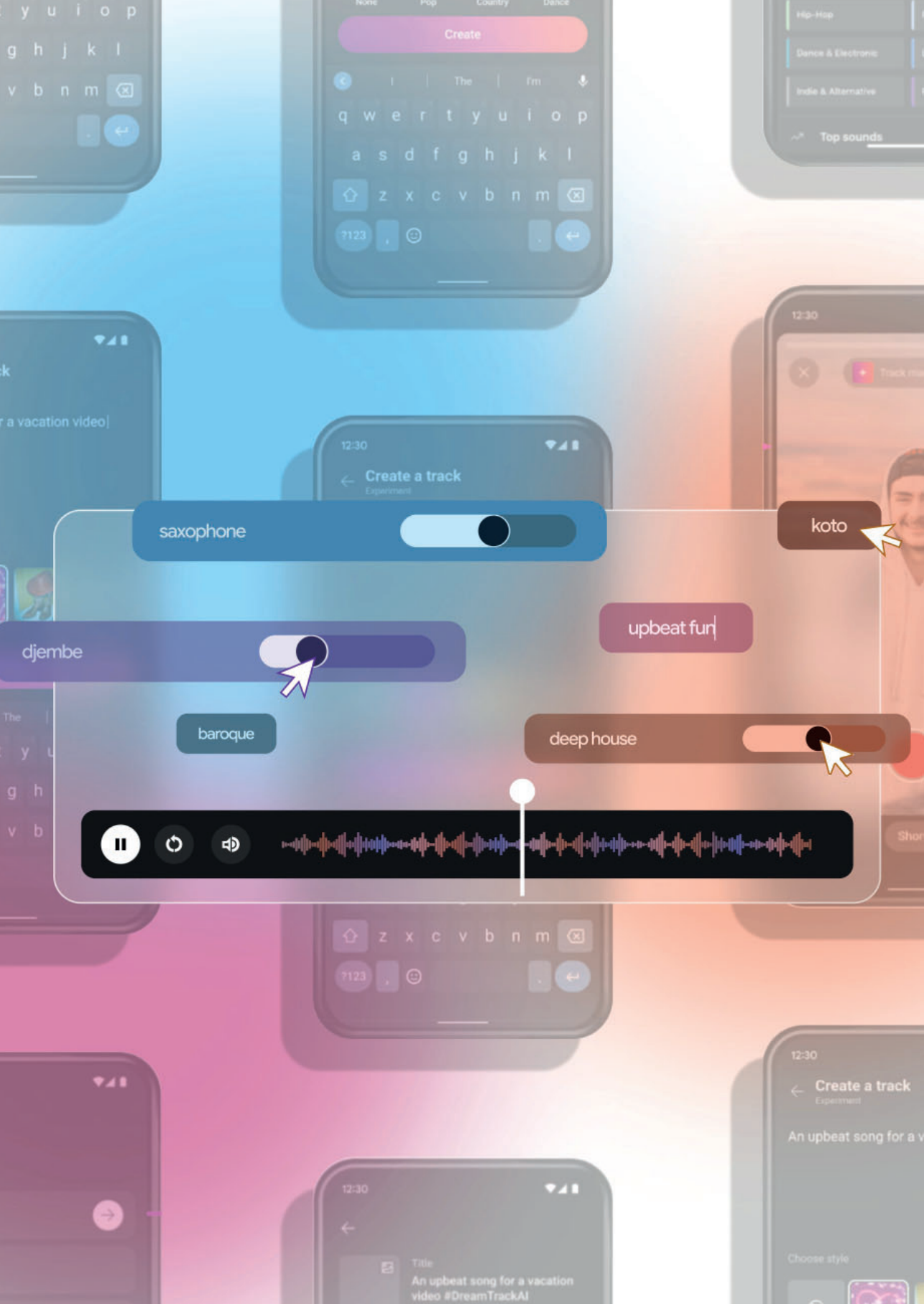
- **Novelty**: Il value driver Novelty è mediamente sviluppato. La percezione di questo parametro tuttavia sembra essere associabile ad altri due valori: da un lato la consistenza (capacità di elaborare ritmi con un senso e piacevoli all'utente ma allo stesso tempo che tengano conto delle sue richieste) e dall'altro la personalizzazione (rendere facile all'utente comprendere come riconoscere le proprie necessità tramite genere, strumenti, chiave, etc...).
- **Efficiency**: L'efficienza delle AI nel settore musicale è stata valutata avanzata perché in breve tempo può generare nuovi brani alternativi proponendo molto

spesso anche varie alternative quando c'è necessità di generare. Ottimale in tal senso è in particolare il caso di MusicLM che riesce ad aggiornarsi in tempo reale senza interrompere il brano ma in contemporanea facendolo sfumare sulle nuove caratteristiche richieste.

- **Personalization**: Come per l'efficiency, anche la personalizzazione sembra essere ad uno sviluppo particolarmente avanzato: in particolare MusicLM riesce a generare ritmi sulle parole generate dall'utente indipendentemente che siano strumenti, brani, generi o qualsiasi altra cosa. MusicLM in tal senso è ritenuto un punto di riferimento perché sulla base dei contenuti generati dal box di testo è possibile creare in automatico delle etichette con delle scelte possibili alternative consigliate.
- **Knowledge of data**: La knowledge of data, assieme alla human resemblance è tra i parametri che sembrano essere più assenti. Questo però non sembra essere necessariamente un difetto nel settore che permette in genere ai servizi di essere maggiormente user-friendly. Per contro se si avesse necessità di strumenti più adattati al settore professionale, ci potrebbero essere profonde carenze in tal senso.
- **Human resemblance**: Dal punto di vista della human resemblance va distinta quella percepita durante il processo è quella ottenibile al termine. Per il risultato infatti, le AI possono avere dei risultati variegati ed essere più o meno ottimali a seconda dei casi, per quanto riguarda il processo tuttavia, questo value driver sembra essere relativamente assente proponendo l'AI come se fosse una normale tecnologia narrow.
- **Ecosystem**: L'ecosistema attorno ai servizi di produzione musicale è vario, si è notato in genere che in alcuni casi può essere anche molto sviluppato, tuttavia in casi come ad esempio Soundful, il servizio

si è concentrato quasi totalmente solo sull'aspetto della community limitando pesantemente le possibilità ottenibili.

- **Attendibilità**: L'attendibilità delle informazioni è stata valutata come intermedia per la generazione/editing musicale. Questo perché è un carattere fondamentale dovendosi affidare quasi totalmente ad esso (non potendo generare da se il suono), se i suoni generati però non sono associati in una maniera soddisfacente e armonica, il risultato apparirà sempre carente da punti di vista puramente qualitativi.


Create
Create a track
saxophone
koto
djembe
upbeat fun
baroque
deep house
Create a track
An upbeat song for a vacation video #DreamTrackAI

Musica

MUSICFX

Piattaforma online creata dal laboratorio di ricerca di Google – Google Labs. Con MusicFX è possibile generare contenuti musicali tramite descrizione testuale in un primo momento per poi vedere le proprie parole trasformate in filtri percentuale (da 0% a 100% e vice versa) in cui strumenti musicali, moods o qualsiasi altra associazione anche semantica può diventare musica. La particolarità di MusicFX è inoltre che, durante la fase di generazione, il sistema può ottenere risultati altamente professionali anche senza conoscenze tecniche. Contemporaneamente però, è possibile anche usare terminologie specifiche dell'audio editing e del settore musicale come tutti gli altri filtri.

https://labs.google/fx/tools/music-fx-dj/unsupported-country

Musica

MusicFX

Obiettivi:

- Offrire soluzioni creative, gratuite, accesibili a tutti e senza vincoli tecnici
- Rendere più veloce il processo creativo di generazione della musica

Canale di fruizione

Piattaforma online

Utenti

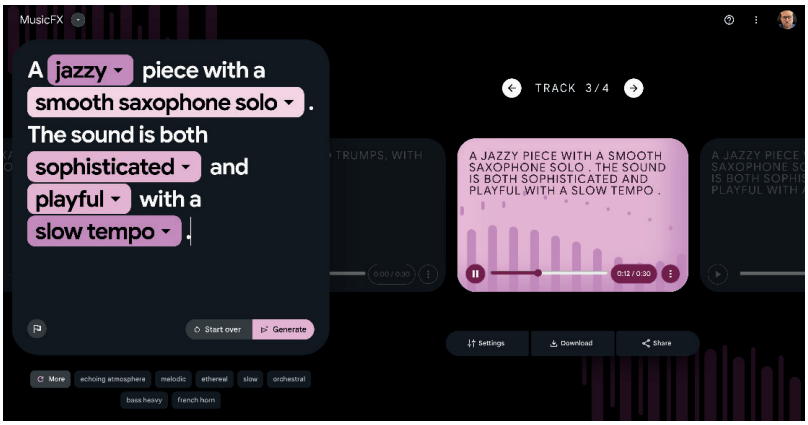
Musicians, music producers, utente generico

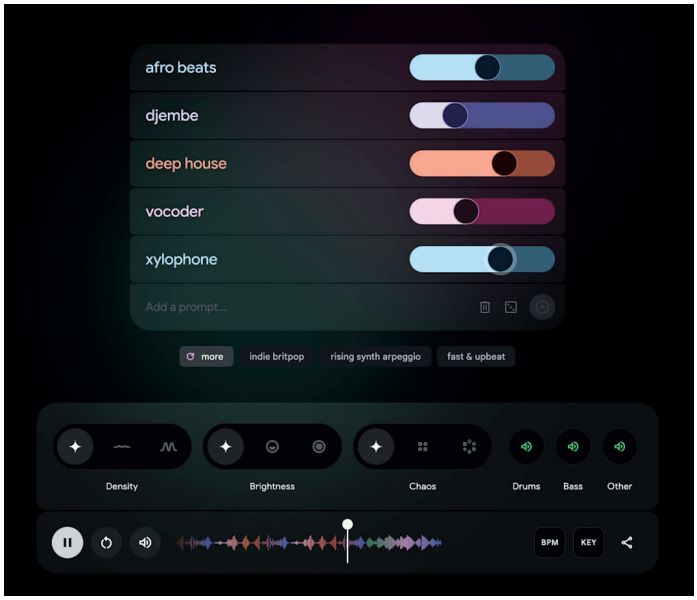
PRO:

- Facendo presente che la piattaforma nel momento in cui è stato effettuato il testi è ancora in via di sviluppo, ha una UX, UI e copyright pressoché ideali.
- Con l'AI proposta all'interno della piattaforma è possibile rendere 'musicale' testi convenzionali grazie il plug-in al di fuori della piattaforma stessa o generare melodie da zero.
- Quando si desidera comprendere se mood, melodie o strumenti potrebbero dialogare bene assieme, MusicFX di Google's AI kitchen è associabile allo strumento migliore conosciuto sul mercato.

CONTRO:

- I filtri testuali una volta all'interno sono l'unico elemento della pagina per generare la musica, avere ulteriori supporti potrebbe rendere il risultato dell'utente più mirato e soddisfacente prevenendo così errori dalla eventuali eccessi di complessità creativa.
- Le canzoni generate con la DJ mode non sono scaricabili, ergo il servizio è accessibile solo temporaneamente e senza possibilità di salvare i risultati.
- La carenza di un chatbot o un'elemento che associa le informazioni a quello che accade al di fuori della piattaforma potrebbe essere percepibile come la principale mancanza.


MusicFX
A jazzy piece with a smooth saxophone solo . The sound is both sophisticated and playful with a slow tempo .
TRACK 3 / 4
A JAZZY PIECE WITH A SMOOTH SAXOPHONE SOLO . THE SOUND IS BOTH SOPHISTICATED AND PLAYFUL WITH A SLOW TEMPO .
Start over
Generate
Settings
Download
Share
More
echoing atmosphere
melodic
ethereal
slow
orchestral
bass heavy
french horn


afro beats
djembe
deep house
vocoder
xylophone
Add a prompt...
more
indie britpop
rising synth arpeggio
fast & upbeat
Density
Brightness
Chaos
Drums
Bass
Other
BPM
KEY

Musica

MusicFX

Novelty – Ottimale
La generazione dell'AI non ha molto supporto della human resemblance siccome è un semplice filtro prima di ricerca e poi di alterazione del suono, tuttavia è ottimale per ogni altro aspetto correlato a questo parametro.

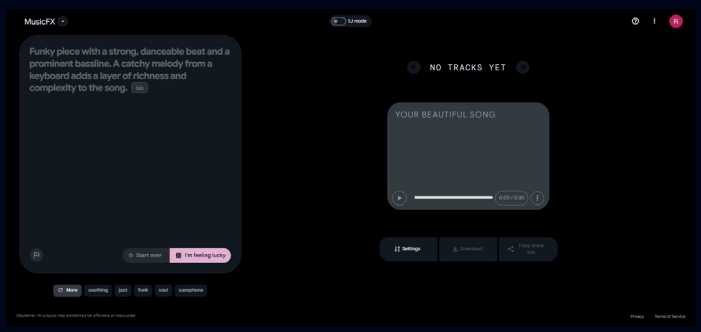
Efficiency – Ottimale
La piattaforma integra strumenti come quelli di Canva nel contesto della generazione video però nel complessivo il risultato finale potrebbe non essere ottimizzato per ambiti professionali. Questo problema potrebbe essere la causa di una mancanza di qualità percepibile nel risultato finale.

Personalization – Ottimale
MusicML di Google's AI kitchen opera attraverso una barra di ricerca per la generazione dei contenuti al cui termine è essa stessa a diventare una serie di filtri offrendo anche all'utente una serie di alternative ritenute semanticamente simili.

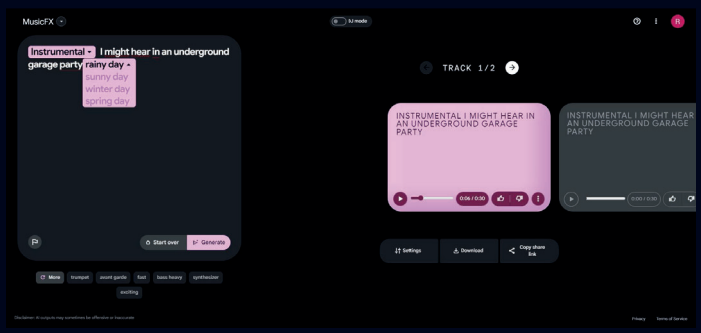
Knowledge from data – Ottimale
MusicML riesce a riconoscere il significato semantico di movimenti artistici, strumenti singoli, autori o impressioni sonore associate ad artefatti di varia natura e da essi riesce ad estrapolarne la melodia. Più quanto generato è congruente, più la melodia sarà efficacie.

Human resemblance – Intermedia
Grazie alla knowledge of data, la comprensione del risultato è leader nel settore AI, influenzando particolarmente l'efficacia del risultato. Il sistema di filtri, forse un po troppo sintetico se da un lato è molto istintivo, è anche difficile da impiegare.

Attendibilità – Avanzata
Le informazioni hanno in genere un elevata consistenza non richiedendo troppa revisione o correzione, la carenza di feedback al di fuori dell'output generato però rende difficile comprendere cosa è stato esattamente recepito.



Human resemblance

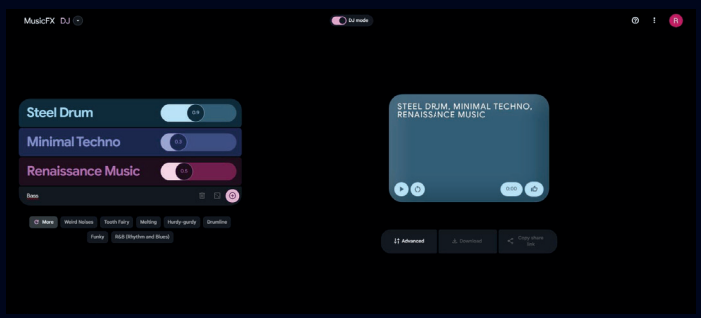


Personalization

Knowledge from data

Novelty

Attendibilità



Attendibilità

Novelty

Personalization

Efficiency

Musica

MusicFX

Efficiency – Ottimale
La piattaforma integra strumenti come quelli di Canva nel contesto della generazione video però nel complessivo il risultato finale potrebbe non essere ottimizzato per ambiti professionali. Questo problema potrebbe essere la causa di una mancanza di qualità percepibile nel risultato finale.

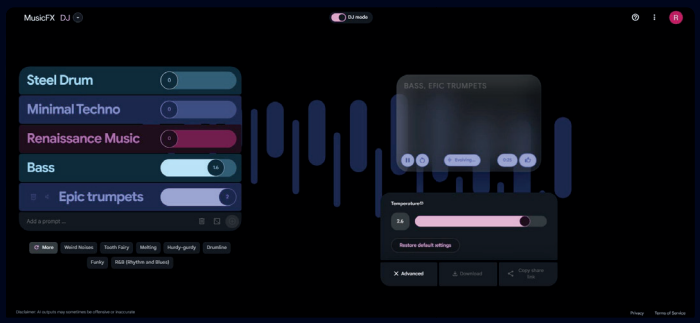
Personalization – Ottimale
MusicML di Google's AI kitchen opera attraverso una barra di ricerca per la generazione dei contenuti al cui termine è essa stessa a diventare una serie di filtri offrendo anche all'utente una serie di alternative ritenute semanticamente simili.

Knowledge from data – Ottimale
MusicML riesce a riconoscere il significato semantico di movimenti artistici, strumenti singoli, autori o impressioni sonore associate ad artefatti di varia natura e da essi riesce ad estrapolarne la melodia. Più quanto generato è congruente, più la melodia sarà efficacie.

Human resemblance – Intermedia
Grazie alla knowledge of data, la comprensione del risultato è leader nel settore AI, influenzando particolarmente l'efficacia del risultato. Il sistema di filtri, forse un po troppo sintetico se da un lato è molto istintivo, è anche difficile da impiegare.

Ecosystem – Intermedia
Grazie alla knowledge of data, la comprensione del risultato è leader nel settore AI, influenzando particolarmente l'efficacia del risultato. Il sistema di filtri, forse un po troppo sintetico se da un lato è molto istintivo, è anche difficile da impiegare.

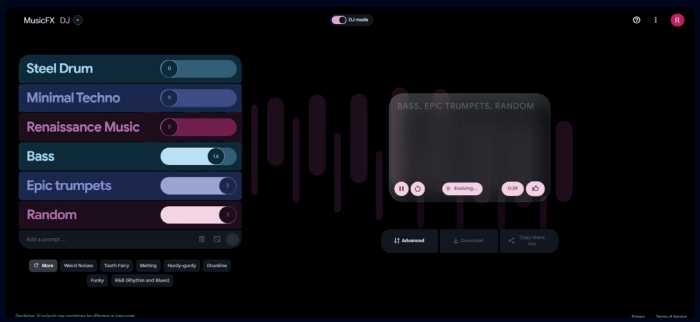
Attendibilità – Avanzata
Le informazioni hanno in genere un elevata consistenza non richiedendo troppa revisione o correzione, la carenza di feedback al di fuori dell'output generato però rende difficile comprendere cosa è stato esattamente recepito.



Attendibilità

Personalization

Efficiency



Personalization

Ecosystem

Knowledge from data

Human resemblance

Efficiency

Musica

SOUNDFUL

Soundful è una comunity totalmente open nella quale è possibile creare soundtracks, musica di background e/o d'ambiente in base al genere e o canzoni simili per poi essere rieditabili nei battiti per minuto, velocità, SFX di base e poche altre impostazioni.

https://soundful.com/

Musica

Soundful

Obiettivi:

- Creare e condividere la musica in tempi estremamente ridotti.
- Creare musica di background senza pagare diritti di copyright.

Canale di fruizione

Piattaforma online

Utenti

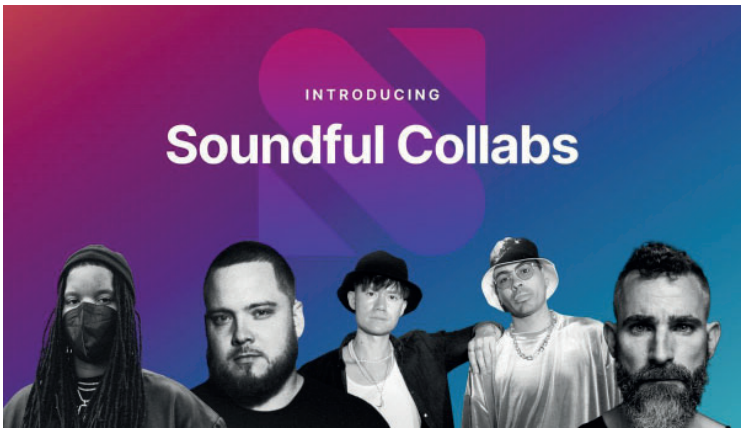
Musicians, music producers, utente generico

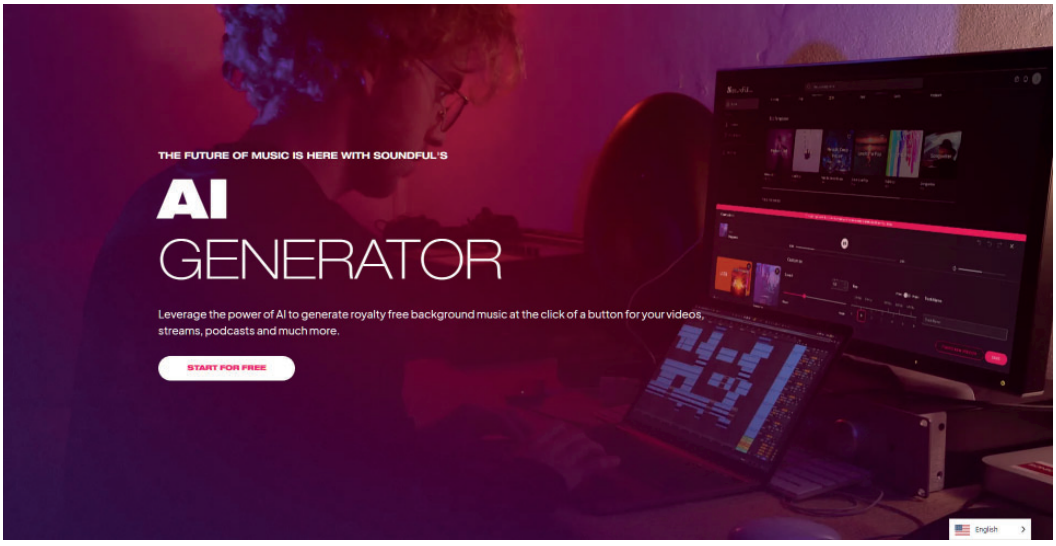
PRO:

- La creazione e la condivisione sono funzionalità estremamente chiare e raggiungibili attraverso molti modi differenti aumentando così il controllo da parte dell'utente.
- Essere associato alla condivisione e basare il proprio servizio su di essa costituisce un'elemento di quasi unicità che permette a Soundful di distinguersi dalla concorrenza.
- Se gli utenti fruiscono di questa piattaforma può principalmente essere perché potrebbero essere interessati a osservare come gli altri utenti rielaborano le informazioni partendo dalle stesse possibilità.

CONTRO:

- Nel complessivo, nessuna delle euristiche di Nielsen è completamente rispettata. La UX poco gerarchizzata, la UI è senza supporti visuali, il copywright a volte è troppo sintetico (LoFI senza descrizione del tag).
- Il servizio che lega gli utenti tra diloro attraverso l'input-output delle loro generazioni è strettamente legato a ciò che avviene nella piattaforma o al massimo sui social. La carenza di un'app a portata di mano o di una chat confonde la socializzazione.
- La generazione delle canzoni e limitata avendo meno possibilità della concorrenza, questo può costituire il principale limite funzionale della piattaforma stessa





https://soundful.com/

Musica

Soundful

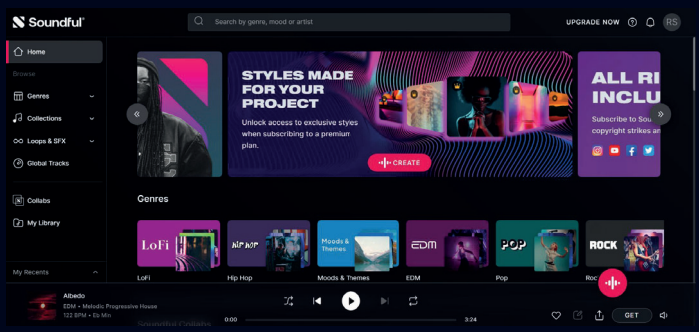
Novelty – Intermedia
La creatività all'interno della piattaforma è estremamente potenziata dal fatto che in pochi secondi si può generare audio che poco alla volta diventano totalmente differenti dagli originali, i ritmi tuttavia sono molto ripetitivi.

Efficiency – Eccellente
La generazione dei contenuti è ottimale, in poco tempo si possono generare molte canzoni o solo accenni di essa, in contemporanea si può continuare la fruizione quasi come se nulla fosse.

Personalization – Base
La personalizzazione è un aspetto pressoché assente nella generazione considerata, le scarse possibilità di fare editing puntuali rendono meno professionale il risultato complessivo.

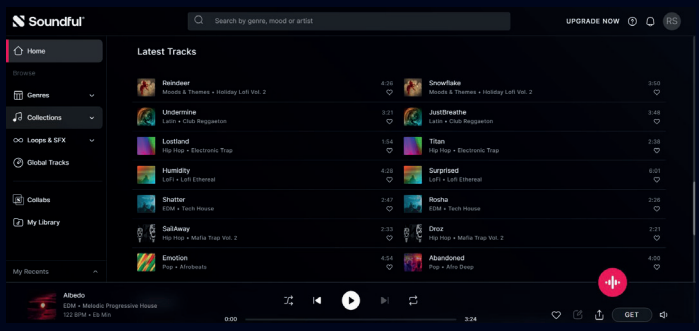
Human resemblance – Assente
L'AI è completamente narrow agendo in maniera passiva e essendo percepita all'utente come un tool, la stessa selezione filtri, ad esempio, può essere compresa e ricercata come i filtri di Spotify.

Ecosystem – Intermedia
I servizi associati all'Ai rendono questa disponibile anche su social networks, la carenza però di feedbacks o di terminologia più professionale rende poco attendibile il risultato.



Ecosystem

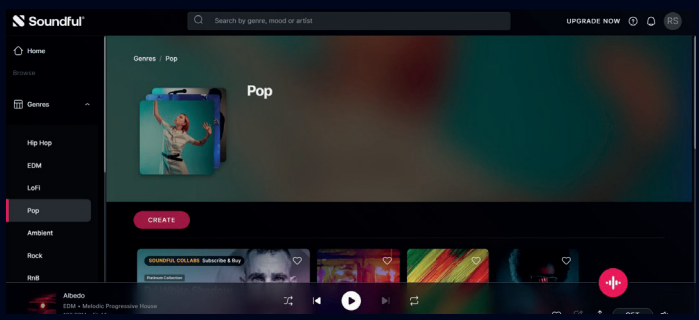
Efficiency



Novelty

Personalization

Human resemblance



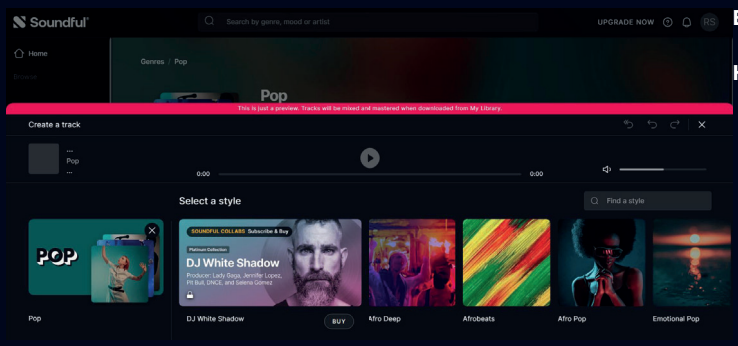
Musica

Soundful

Knowledge from data – Intermedia
La knowledge of data considerata riguarda due aspetti principali: l'assegnazione dei filtri di modifica delle ritmiche del suono e quella con la quale gli utenti possono rielaborare le canzoni. Il primo filtro però offre poche possibilità di scelta mentre il secondo presenta vari bias interpretativi.

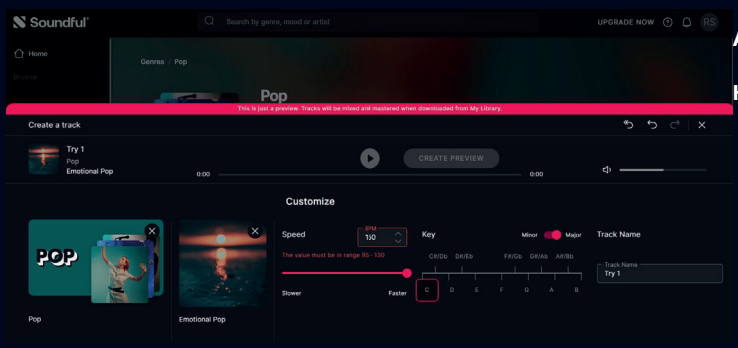
Ecosystem – Intermedia
I servizi associati all'Ai rendono questa disponibile anche su social networks, la carenza però di feedbacks o di terminologia più professionale rende poco attendibile il risultato.

Attendibilità – Avanzata
L'AI è in genere poco consistente creando ritmiche semplici e ripetute, nella maggior parte dei casi potrebbe imporre post trattamenti a seguito della stessa generazione tramite tools non previsti da Soundful



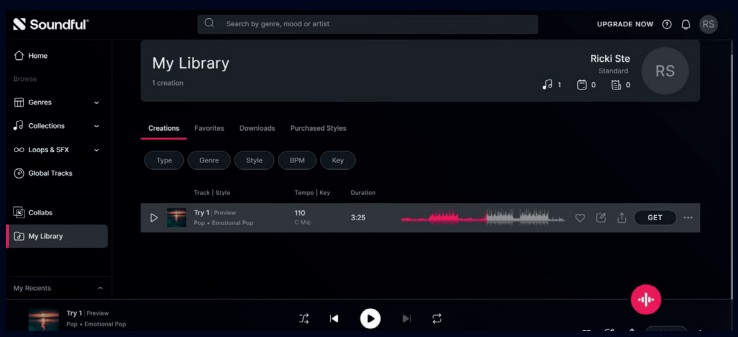
Ecosystem

Knowledge from data



Attendibilità

Knowledge from data



Musica

LALAL.AI

LALAL.AI è una piattaforma per la scomposizione di brani e relativa sintesi di versioni prive di determinati strumenti o con modifiche intelligenti nella modulazione delle frequenze. La piattaforma è open source ed eseguendo l'upload del brano, è possibile scomporre questo negli strumenti o voci che lo caratterizzano. Nel caso si avesse necessità di performances particolari, invece, è anche possibile scaricare il codice sorgente per contribuire per rielaborarlo in una versione propria data la natura Open Source del servizio.

https://www.lalal.ai/

Musica

LALAL.AI

Obiettivi:

- Isolamento e sostituzione di singole fonti sonore dalla canzone di origine.
- Editing audio senza necessità di tecnicismi o ri-registrazioni dei brani.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app / open source

Utenti

Musicians, music producers, utente generico

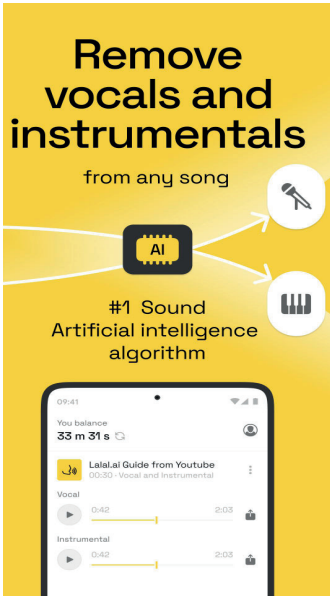
PRO:

- La UX è abbastanza grezza: è proposta subito una demo. Struttura della piattaforma estremamente semplice: in una pagina sola sono contenute tutte le informazioni fruibili. Copyright poco raffinato ma funzionale: spiega in maniera estremamente chiara con copyright UX efficacie in conseguenza.
- Una community interessata e partecipe, secondo la filosofia open source, promuove e perfeziona le potenziali incongruità del servizio.
- La funzionalità di mixed song, tra tutte quelle possibili sembra essere quella più funzionale siccome si potrebbe ricreare anche canzoni famose con voci e timbri tonali completamente differenti.

CONTRO:

- Le videate non sempre sono centrate, cosa che impone molti più scroll del necessario, UX, UI e copyright tuttavia non sembrano avere palesi difetti ma solo eventuali migliramenti la cui scelta può però dipendere dal gusto personale.
- I diritti di copyright non sono rispettati, chiunque potrebbe rieditare qualsiasi canzone per farla sembrare cantata da qualcun'altro o riproposta alterandone gli equilibri sonori tra i componenti.
- Essendo una soluzione open source, non si sa il livello di attendibilità quale può essere ma ci si deve fidare dei gestori della community.

AI Vocal Remover
Extract vocal, instrumental and 8 instruments
from any song with 100% AI service
Vocal
Drums
Electric Guitar
LALAL.AI


Remove
vocals and
instrumentals
from any song
AI
#1 Sound
Artificial intelligence
algorithm
You balance
33 m 31 s
Lalal.ai Guide from Youtube
Vocal
Instrumental

urban
trip
Extrae la instrumental
de una canción con IA
LALAL.AI
Voice Cleaner
WXD MUSIC

Musica

LALAL.AI

Novelty – Assente
L'AI in questione non è preposta a funzioni creative.

Efficiency – Avanzata
Qualità del suono ottimale e tempi per restituire il risultato finale ottimali. Si potrebbe percepire tuttavia carenza di performanza dato che la qualità finale dipende dal video di partenza.

Personalization – Avanzata
Le possibilità di editing sono poche ed in genere ripetibili per tutti i tipi di strumento. essi non hanno particolari pregi ne difetti. Chiunque però se non è d'accordo con il servizio potrebbe scaricare la versione open source e provarne e realizzare una propria.

Human resemblance – Assente
L'AI è completamente narrow agendo in maniera passiva e essendo percepita all'utente come un tool.

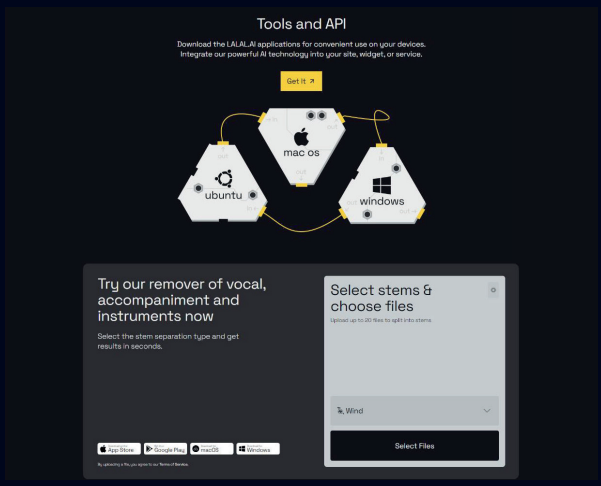
Ecosystem – Intermedia
La piattaforma ha un blog che propone molte attivita e intrattiene i partecipanti della community. gli stessi tuttavia possono anche essere co-creatori/partners che perfezionano e supportano l'AI alla base del servizio permettendo così ad esso di essere notevolmente più resiliente e sempre aggiornato.

Ecosystem

Efficiency

Personalization

Novelty



Novelty

Ecosystem

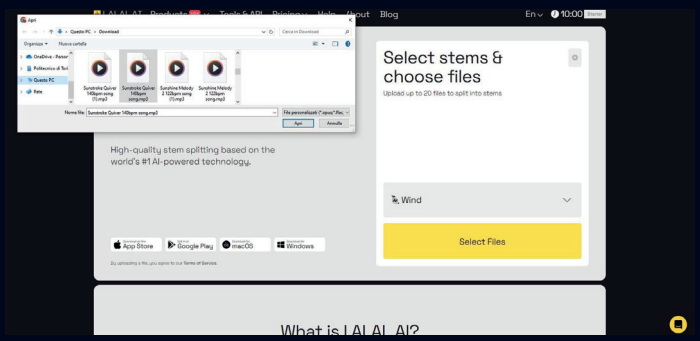
Musica

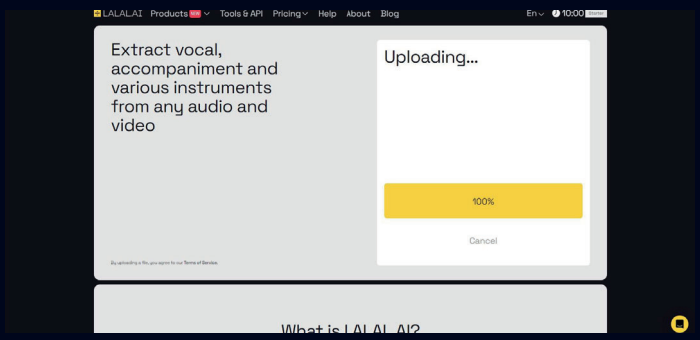
LALAL.AI

Efficiency – Avanzata
Qualità del suono ottimale e tempi per restituire il risultato finale ottimali. Si potrebbe percepire tuttavia carenza di performanza dato che la qualità finale dipende dal video di partenza.

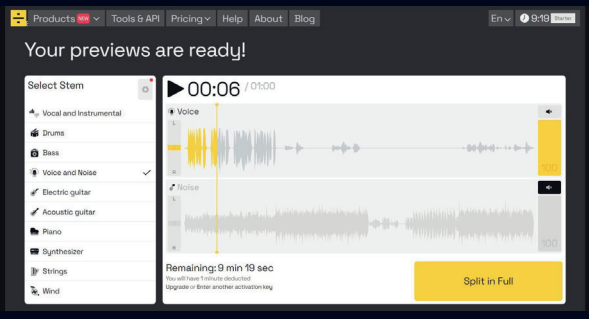
Personalization – Avanzata
Le possibilità di editing sono poche ed in genere ripetibili per tutti i tipi di strumento. essi non hanno particolari pregi ne difetti. Chiunque però se non è d'accordo con il servizio potrebbe scaricare la versione open source e provarne e realizzare una propria.

Attendibilità – Avanzata
Di per se, l'AI di questa piattaforma non ha una vera e propria attendibilità delle informazioni, ha però senso ricoscere quanto questa riesca a discriminare più o meno efficaciemente i contenuti. Per minimizzare eventuali post-editing. In aggiunta, la presenza della community consapevole dell'uso ha anche una funzione di 'guardiano' che fornisce costantemente feedbacks sul suo funzionamento.





Efficiency



Attendibility

Personalization

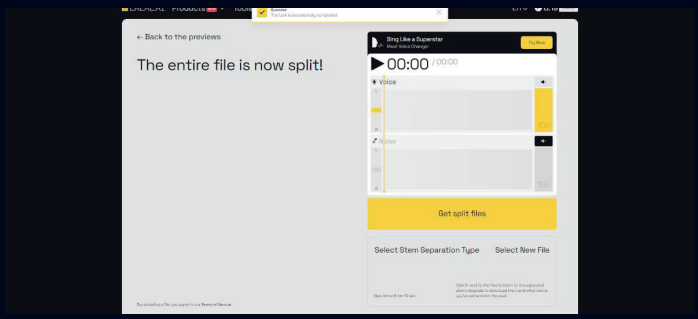
Musica

LALAL.AI

Novelty – Assente
L'AI in questione non è preposta a funzioni creative.

Personalization – Avanzata
Le possibilità di editing sono poche ed in genere ripetibili per tutti i tipi di strumento. essi non hanno particolari pregi ne difetti. Chiunque però se non è d'accordo con il servizio potrebbe scaricare la versione open source e provarne e realizzare una propria.

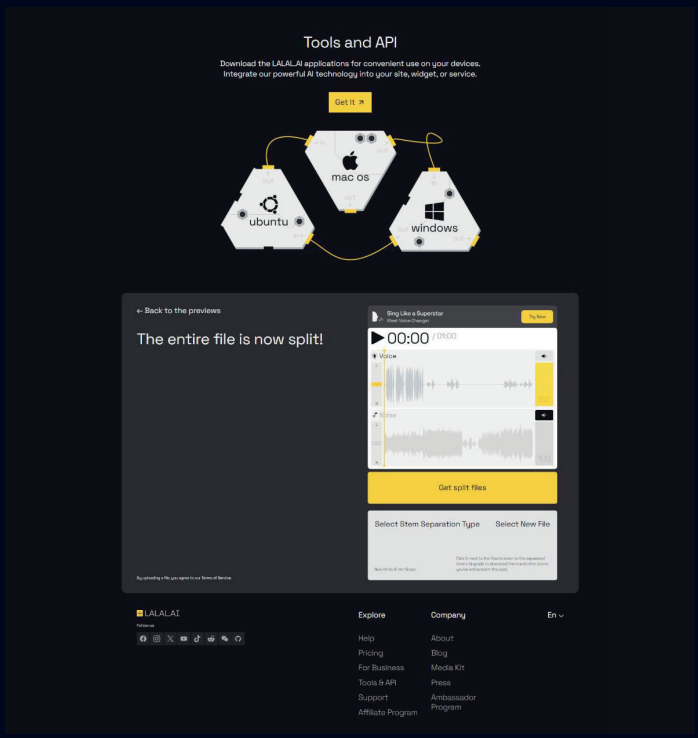
Human resemblance – Assente
L'AI è completamente narrow agendo in maniera passiva e essendo percepita all'utente come un tool.



Novelty

Personalization

Human resemblace



Human resemblance

Personalization

Musica

Splashmusic

https://www.splashmusic.com/

Obiettivi:

- Generazione di contenuti musicali non protetti da copyright.
- Editing di contenuti musicali AI-based.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Musicians, music producers.

PRO:

- Dal punto di vista UX l'AI è concettualmente semplice da usare focalizzandosi su pochi filtri alla volta, Il copyright inoltre è anch'esso funzionalmente efficace.
- Utile per affinare simulazioni sonore in vari scenari e alternative risparmiando tempo nel non creare ogni volta nuove versioni del brano originale.
- L'AI è utile per cearcare ispirazione senza necessariamente modifiche tecniche strutturali al brano ma anche solo descrizione testuale.

CONTRO:

- La UI pecca di supporto grafico rendendo la fruizione poco efficace. I promts invece non hanno tone of voice, elemento che impatta sia sulla UX che sul copyright.
- Splash sembra essere in genere carente di identità. Si può generare video e audio ma: il generatore vocale è meno espressivo di quelli AI non adibiti all'uso musicale, pochi filtri lo rendono principalmente adatto alla grande diffusione ma è difficilmente impiegabile dai tecnici del settore.
- Le canzoni generate spesso hanno assieme alle note un rumore che non rende il suono nitido come si potrebbe avere dagli strumenti reali suonati nelle camere anecoiche degli studi di registrazione.

Musica

Soundraw

https://soundraw.io/

Obiettivi:

- Generazione di contenuti musicali non protetti da copyright.
- Editing di contenuti musicali AI-based.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Musicians, music producers, utente generico.

PRO:

- UX efficace: in due click dopo quello di login si può generare i contenuti desiderati escludendo i filtri. Copyright efficace e sintetico. Il chatbot inoltre guida alla fruizione sostituendo le mancanze di efficacia nella UI.
- Fruizione relativamente user-friendly (fruibilie anche senza competenze tecniche del settore) con numerevoli filtri di ricerca ed ulteriori possibilità di editing in un secondo momento.
- La piattaforma permette il reperimento di melodia sulle o create da altri utenti o generate sul momento con relativa facilità. Può avere particolari utilità anche se utilizzato per sessioni creative nella quale si cerca solo lo spunto.

CONTRO:

- Carenza di tone of voice definito forse data la natura dello stesso sito. UI inefficace che non permette di comprendere a cosa dare prima l'attenzione nella pagina.
- Il servizio non presenta possibilità di dialogo frame by frame: gli intervalli sono regolari e stabiliti obbligatoriamente ogni 30 secondi, cosa che rendere la fruzione una volta generati poco versatile.
- Una volta generata la canzone vengono offerte varie possibilità di scelta in breve tempo ognuna delle quali è editabile con più possibilità del solito, queste possibilità tuttavia sono vincolate all'essere per l'ampia diffusione, carendo di interesse per gli aspetti tecnici, per esempio, nell'equalizzazione del suono.

Musica

Ecrett Music

https://ecrettmusic.com/

Obiettivi:

- Creazione di musiche di sottofondo.
- Creazione di basi musicali senza vincoli di copyright.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Musicians, music producers, utente generico.

PRO:

- UX limitata ma efficacie, poche funzionalità che limitano la fruibilità ma in pochi click è possibile accedere ai contenuti e generarne di nuovi. Copyright in aggiunta efficace, la UX ad esso correlata però manca di tone of voice.
- Il servizio prevedere attraverso un approccio user friendly prima la creazione di una canzone attraverso solo 3 tipi di filtri e dopo il relativo editing.
- La qualità del servizio offerto è particolarmente elevata per quanto riguarda la quallità della riproduzione del suono: strumenti come la gran cassa o il basso godono di una particolare qualità rendendoli quasi indistinguibili dall'alternativa ricreata nel mondo reale in ambienti professionali.

CONTRO:

- La UI e la UX sono poco gerarchizzate, e prive di una vera e propria narrativa una volta dentro l'interfaccia: tutti i filtri appaiono assieme creando lasciando così l'utente relativamente sovraccaricato di informazaioni.
- Le opzioni di scelta sono poche e decise in maniera arbitraria, se si desiderasse attuare delle scelte più personalizzate potrebbe risultare particolarmente difficile.
- I pregi di qualità sonora dell'AI sono in genere annullati dalle limitate possibilità di scelta nella generazione.

Musica

Aiva

https://www.aiva.ai/

Obiettivi:

- Generazione di nuove canzoni in base allo stile.
- Generazione audio-to-audio partendo da soundtracks pre-caricate dall'utente.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app.

Utenti

Musicians, music producers.

PRO:

- UX statica e un po datata ma efficiente e sintetica.
- Il servizio permette versatilità a seconda delle necessità dell'utente: farsi pubblicità ed aquisire influenza nella community, generare musica e poi rielaborarla sui canali esterni, personalizzarre le proprie canzoni favorite, etc.
- Generare canzoni non limitate al tipo di ritmica riproducibile dal singolo strumento, ma imparare da quello che interessa all'utente.

CONTRO:

- Interfaccia statica e obsoleta, ad esempio nella piattaforma pagine come radio e changelog potrebbero essere racchiuse in pagine di secondo livello più specifiche rendendo così più versatile e consapevole la fruizione delle pagine rimanenti.
- La carenza di aggiornamento dal punto di vista UX/UI agli interessi dell'utente potrebbe distaccare quest'ultimo dall'interesse al contrario efficacie e tangibile del servizio.
- Le tempistiche per la generazione non sono immediate, questo però anche grazie ad una qualità e consistenza più elevata del solito.

Musica

Beatoven.ai

https://www.beatoven.ai/

Obiettivi:

- Generazione di contenuti musicali per video e podcasts.
- Possibilità di audio editing per toni e altri ridotti filtri.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Musicians, music producers, utente generico.

PRO:

- UX sintetica ed efficiace nella complessità delle informazioni trasmesse.
- La generazione attraverso questa suddivisione degli steps 'dimenticandosi' per un momento degli altri permette di guidare l'utente alla creazione semplificata senza necessariamente avere conoscenze specifiche minime.
- Secondo una prospettiva in cui l'utente non è a conoscenza di cosa vuole ne ha conoscenze tecniche su come realizzarlo, l'AI ed il servizio in toto svolgono la funzione di un assistente omnicomprensivo e omnipresente nelle conoscenze musicali che realizza l'idea del suo fruitore.

CONTRO:

- La mancanza di percezione di controllo nella differenza tra le tre pagine aggiunta a UI forse troppo semplice e un copyright poco chiaro possono creare confusione nell'utente ed indurlo all'errore. Un chatbot per il supporto tecnico tuttavia risolve almeno in parte tali potenziali problemi.
- La carenza di un linguaggio tecnico in ogni parte della piattaforma potrebbe rendere difficile agli esperti magari non soliti a generare musica con l'AI come interagirvi.
- Anche con il supporto del chatbot, l'utente si potrebbe trovare disorientato in questo approccio non convenzionale. Un introduzione a cosa aspettarsi o un supporto mirato in itinere potenzierebbero esponenzialmente l'efficacia.

Musica

Boomy

https://boomy.com/

Obiettivi:

- Generazione ed editing user friendly di canzoni.
- Possibilità di editing musicale per ritimi.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Musicians, music producers, utente generico.

PRO:

- Walkthrough UX tutorial e copy coinvolgenti e chiari durante la fruizione.
- La generazione attraverso questa suddivisione degli steps 'dimenticandosi' per un momento degli altri permette di guidare l'utente alla creazione semplificata senza necessariamente avere conoscenze specifiche minime.
- Generazione assistita dei contenuti musicali per utenti che non saprebbero da dove partire o alla quale interessa avere spunti divergenti.

CONTRO:

- Il metodo di creazione della musica può essere solo esperienziale imponendo molti click e sforzo cognitivo, il servizio quindi è carente di flessibilità, visibilità dello stato di stistema e percezione di controllo benché avente una buona UX, UI e copyright.
- Il servizio nel complessivo è molto efficente se l'utente è già di base interessato ma la moltitudine di pagine che si susseguono potrebbe creare bias intepretativi.
- La gerarchizzazione troppo assistita vincola il processo creativo rendendolo faticoso e poco ergonomico cognitivamente.

Musica

Audioshake

https://www.audioshake.ai/

Obiettivi:

- Possibilità di operare editing avanzati nella generazione della musica.
- Possibilità di generazione di musica tramite filtri.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Musicians, music producers, utente generico.

PRO:

- Una volta eseguito il loggin, dal punto di vista UX è possibile fruire la piattaforma in minimo 2 click e massimo 10 quali sono i filtri più il tasto di conferma. Dal punto di vista della UI la piattaforma sembra abbastanza povera, questo però forse anche per semplificare la fruizione. da un punto di vista del copyright invece essa è fatta di 3 parole: mute, solo ed il nome dello strumento.
- Servizio estremamente utile quando si desidera operare editing avanzati dal punto di vista della produzione di musica.
- Consente l'estrazione dei singoli strumenti per l'autocorrezione degli stessi e per controllare dove ci potrebbero essere delle ritmiche poco efficaci.

CONTRO:

- La UX troppo semplicistica si potrebbe limitare da sola le possibilità rispetto a quello che è il suo potenziale target. Dal punto di vista delle euristiche di Nielsen invece, si percepisce la carenza di un supporto all'uso durante l'editing.
- L'unica funzione della piattaforma è isolare il suono, nel complessivo però questa sembra essere isolata, se si considerasse come plug-in dentro applicazioni come Adobe Premiere, Da Vinci Resolve o simili, il potenziale d'uso crescerebbe innumerevolmente.
- La voce ogni tanto potrebbe non corrispondere all'originale presentando anzi, dei bias interpretativi.

2.4.3.5 Parlato

PARLATO VS MUSICA

Sono stati indagati 5 casi studio alternativi nellì'ambito dei servizi AI per il **parlato**. E' da segnalare inoltre che questi sono stati separati dall'ambito musicale per via delle funzionalità e degli ambiti di applicazione: se la **musica** viene di solito impiegata come base per nuove canzoni o come musica di sottofondo per video, audio o in genere per definire il ritmo di un'ambiente; l'AI che copia e riproduce il parlato umano ha un altro scopo. Ovvero quello di sostituire l'oratore con pari **capacità espressive** anche per lunghi copioni di testo.

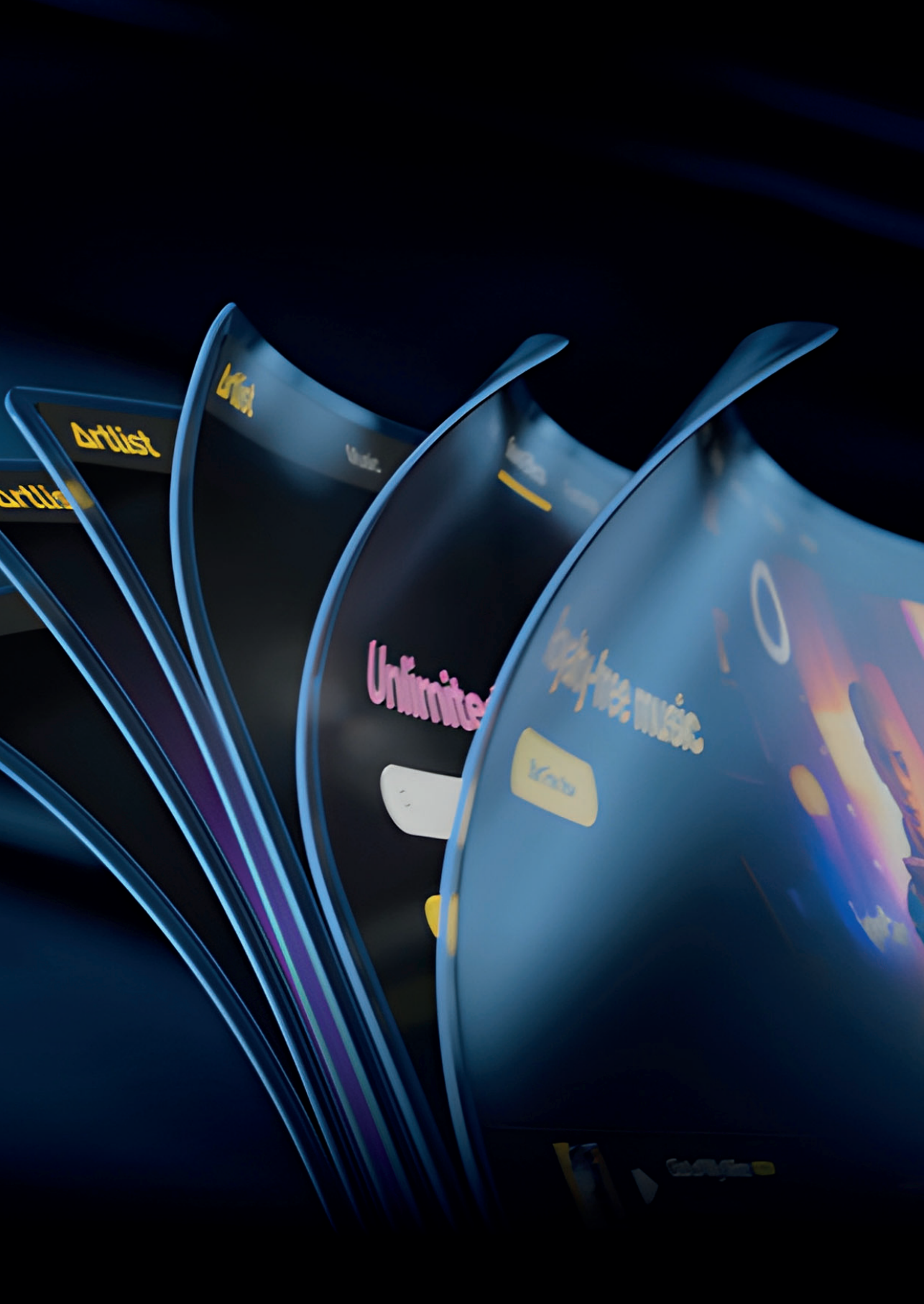
EFFICIENZA SENZA NOVITÀ

Per quanto riguarda le performances registrate nell'ambito del parlato, si registrano una quasi totale assenza del value driver novelty mentre dei valori estremamente performanti per quanto riguarda l'efficienza e l'integrabilità in altri contesti dell'ecosistema. fattori di performance strategici a seconda del caso studio sono invece la personalizzazione, la Knowledge of Data e l'attendibilità. A seconda dei casi e delle soluzioni adottate implementare uno o più di questi in maniera strategica può implementare significativamente anche la comodità d'uso del servizio. Un esempio a tal riguardo può essere Artlist.io che, rinunciando a una knowledge of data di termini specifici e/o avanzati è comunque in grado di produrre risultati molto significativi.

INTERAZIONE INTERFACCIA-UTENTE

In genere si è osservato durante l'analisi di questi casi studio un trend peculiare e non scontato: anziché implementare dichiaratamente l'espressività dell'intelligenza artificiale (potenziando quindi la human resemblance associata), tutti o quasi i business coinvolti

hanno deciso di sviluppare l'interazione interfaccia-utente associata. Questo ha due conseguenze: meno espressività nel parlato ma più personalizzazione a seconda delle emozioni o sensazioni che interessa trasmettere duante il voice cloning/voiceover.


Artist
Artist
Artist
Unlimited
Unlimited music

Parlato

ARTLIST

Generazione di voiceovers sulla base di un copoione. A seconda del tono di voce, postura e vibes che è necessario trasmettere, la voce può adattarsi al contesto. Questa poi, può adattarsi alle necessità dei vari tools professionali attraverso le altre sezioni offerte dal servizio.

http://artlist.io/

Parlato

Artlist

Obiettivi:

- Generazione di voiceover senza necessità di doppiatori professionisti.
- Generazione di voiceover economici in presenza di budgets ridotti.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app / plug-in

Utenti

Video makers, streamers, utente generico

PRO:

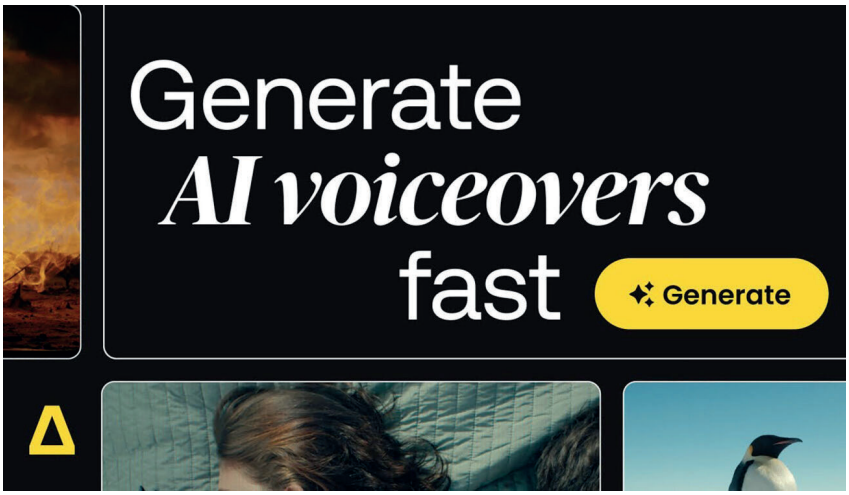
- La UX dell'interfaccia (specifica sul voiceover) è di facile fruizione, in pochi click si può ottenere anche solo una demo ben oltre le performance del mercato. Nello specifico poi, la UI è altrettanto efficacie permettendo di visualizzare i video, se si vuole, affianco al testo.
- La partecipazione ad artlist.io rende il software resiliente all'adattamento su più piattaforme (ad esempio final cut, Adobe premiere, after effect e Da vinci Resolve).
- Se non lo è già, la qualità del servizio permette a wellsaidlaibs di essere potenzialmente leader nel settore.

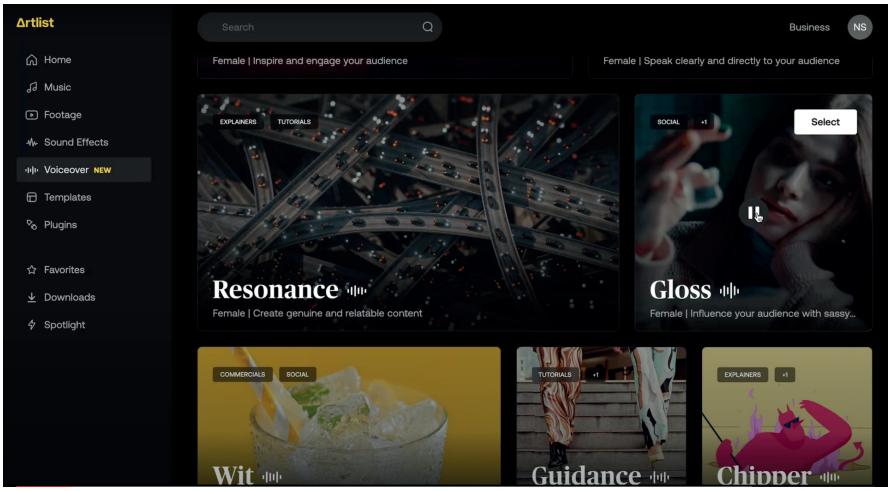
CONTRO:

- La UX dell'interfaccia complessiva (artlist) è in genere data e poco esperienziale.

  L'AI di artlist.io è difficile da riconoscere all'interno della piattaforma, se si cerca il servizio senza sapere/ricordare il nome specifico, lo si potrebbe non trovare al contrario del video making che è ben più promosso.

  Utilità vincolata all'interfaccia, difficilmente integrabile come plug-in all'interno di altri servizi di settore.


Generate
AI voiceovers
fast
Generate


Artlist
Search
Business
NS
Home
Music
Footage
Sound Effects
Voiceover NEW
Templates
Plugins
Favorites
Downloads
Spotlight
Female | Inspire and engage your audience
Female | Speak clearly and directly to your audience
EXPLAINERS
TUTORIALS
Resonance
Female | Create genuine and relatable content
SOCIAL
Select
Gloss
Female | Influence your audience with sassy...
COMMERCIALS
SOCIAL
Wit
TUTORIALS
Guidance
EXPLAINERS
Chipper

Parlato

Artlist

Novelty – Assente
L'AI in questione non è preposta a funzioni creative.

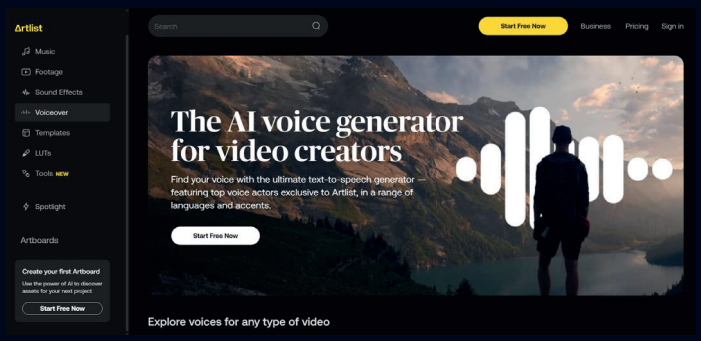
Personalization – Ottimale
Le possiblità di personalizzazione sono realtivamente poche (solo 3 filtri) eccetto il copione da leggere; questo però, anziché essere un problema, per l'AI diventa un vantaggio che ha pi libertà di movimento rendendo anche più chiare le idee all'utente su cosa può aspettarsi.

Knowledge from data – Assente
La piattaforma non necessità di conoscenze tenciche ne l'utente ne ha necessità di richiederle essendo il servizio sull'espressività del parlato.

Human resemblance – Ottimale
L'AI è difficilmente distinguibile da una voce umana anche se con minimi dettagli ancora percettibili per chi è esperto del settore. La human resemblance è ancora lontana, tuttavia per quanto offerto dalla tecnologia contemporanea è più che concorrenziale.

Ecosystem – Intermedia
IL servizio nel complessivo è un elevata integrabilità nei suoi plug-in in particolare per quanto riguarda il video editing, l'integrazione di per se del voiceover tuttavia sembra essere minimale.

Attendibilità – Avanzata
Il fatto che potrebbero essere necessarie prove e tentativi per generare unna voce espressiva rende il servizio forse un po meno consistente. SI precisa tuttavia che dal punto di vista umano, lo stesso potrebbe accadere ad un doppiatore esperto.

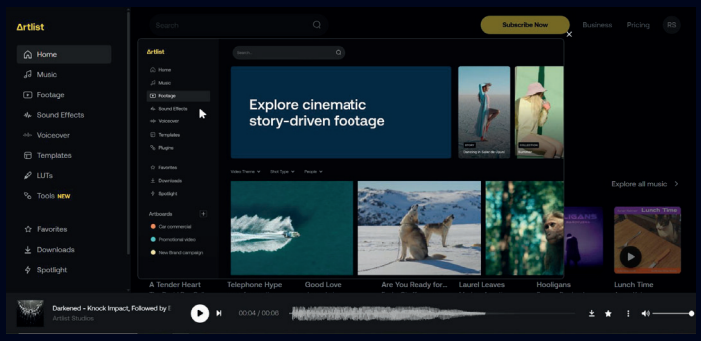


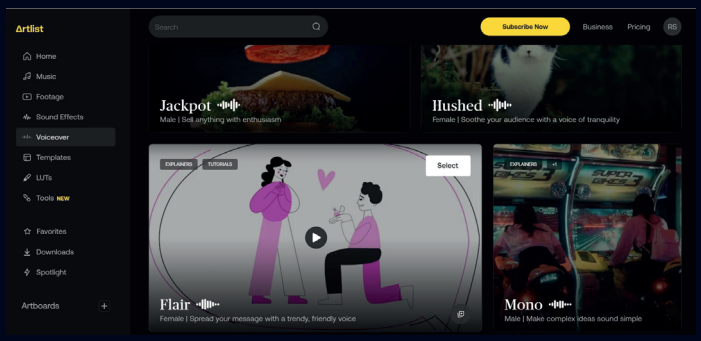
Attendibilità

Personalization

Knowledge from data

Ecosystem





Novelty

Knowledge from data

Human resemblance

Attendibilità

Parlato

Artlist

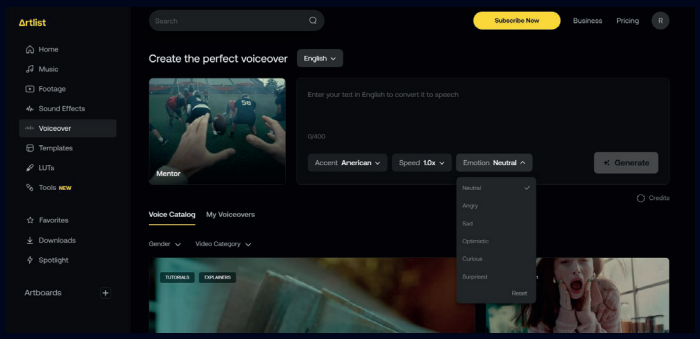
Efficiency – Ottimale
L'elaborazione richiesta per la riproduzione audio è stimata tra 0 e 10 secondi. Problemi potrebbero sorgere nella non espressività dell'AI, tuttavia nella maggior parte dei casi la questione si può risolvere ex-ante con dei filtri in cima alla pagina per defire il tipo di tono di voce e di espressività desiderata.

Knowledge from data – Assente
La piattaforma non necessità di conoscenze tenciche ne l'utente ne ha necessità di richiederle essendo il servizio sull'espressività del parlato.

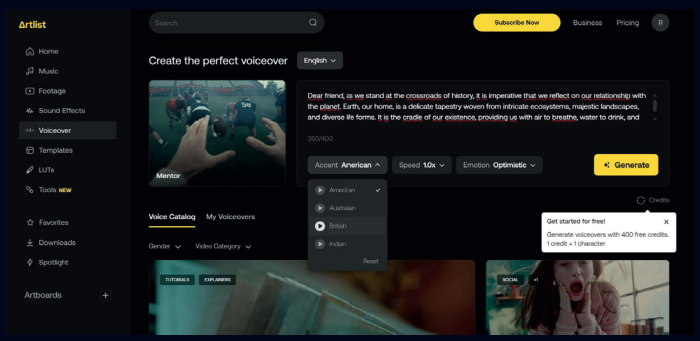
Human resemblance – Ottimale
L'AI è difficilmente distinguibile da una voce umana anche se con minimi dettagli ancora percettibili per chi è esperto del settore. La human resemblance è ancora lontana, tuttavia per quanto offerto dalla tecnologia contemporanea è più che concorrenziale.

Ecosystem – Intermedia
IL servizio nel complessivo è un elevata integrabilità nei suoi plug-in in particolare per quanto riguarda il video editing, l'integrazione di per se del voiceover tuttavia sembra essere minimale.

Attendibilità – Avanzata
Il fatto che potrebbero essere necessarie prove e tentativi per generare unna voce espressiva rende il servizio forse un po meno consistente. SI precisa tuttavia che dal punto di vista umano, lo stesso potrebbe accadere ad un doppiatore esperto.

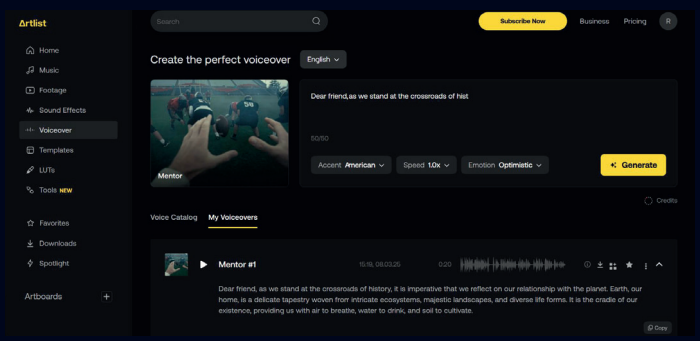


Human resemblance



Knowledge from data

Attendibilità



Efficiency

Ecosystem

Parlato

PLAYHT

Generazione di voiceovers singoli, multipli e voice cloning partendo da audio di riferimento per il voice cloning e da testi per la generazione del voice over.

https://play.ht/

Parlato

PlayHT

Obiettivi:

- Generazione di voiceover senza necessità di doppiatori professionisti.
- Generazione di voiceover senza particolari requisit tecnici.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app / plug-in

Utenti

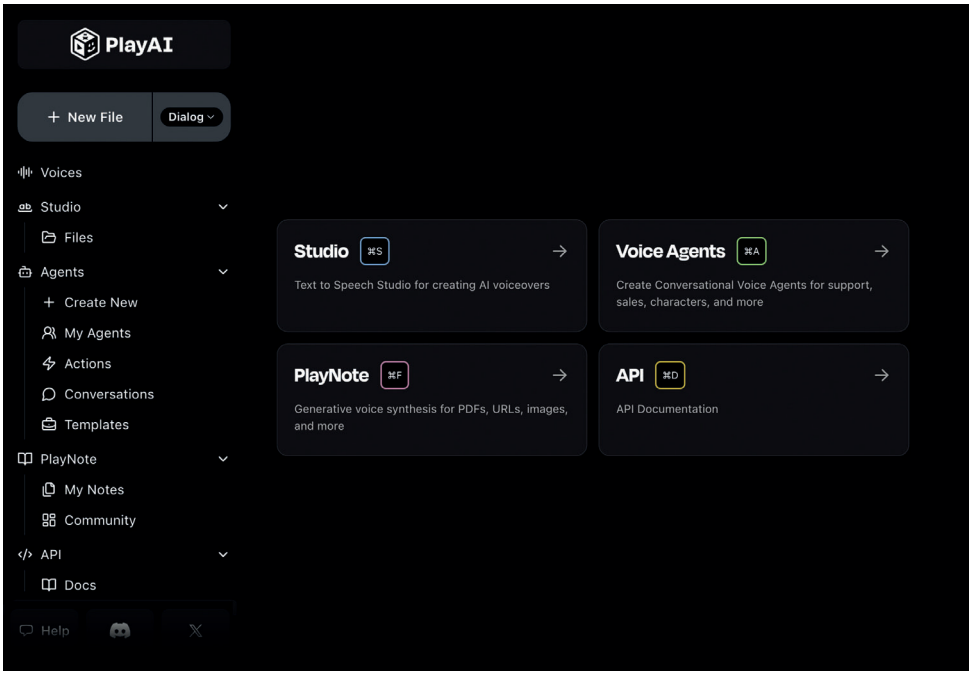
Video makers, streamers, utente generico

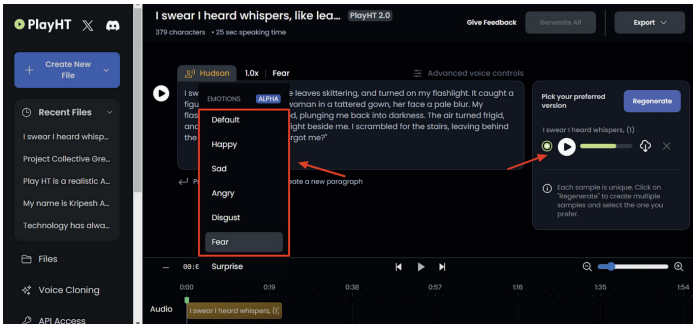
PRO:

- Interfaccia minimale sia nella UX che nel design della UI. Copyright migliorabile ma efficiente per le funzionalità dichiarate.
- Possibilità di fruire del servizio in pochi secondi copiando e incollando il contenuto nell'apposito box di testo, esportare singoli paragrafi in aggiunta rende questo maggiormente integrabile rispetto alla concorrenza.
- Elementi come il raccogliere il fiato randomicamente tra le frasi prima di andare avanti con la narrazione, aggiunge un layer di ulteriore realismo non sempre presente.

CONTRO:

- La UX della piattaforma è troppo minimale, la carenza di un tone of voice minimizza la comprensibilità, potenziabile in aggiunta anche la UI che gerarchizza in maniera efficacie i contenuti ma rappresenta visualmente solo le icone a lato nella pagina personale.
- La carenza di un plug-in rendere meno performante il risultato percepibile.
- La voce, a seconda dei casi, si potrebbe percepire sempre come flat, non riesce ancora a sottintendere emozioni nella narrazione.


PlayAI
+ New File
Dialog
Voices
Studio
Files
Agents
Create New
My Agents
Actions
Conversations
Templates
PlayNote
My Notes
Community
API
Docs
Help
Studio ⌘S
Text to Speech Studio for creating AI voiceovers
Voice Agents ⌘A
Create Conversational Voice Agents for support, sales, characters, and more
PlayNote ⌘F
Generative voice synthesis for PDFs, URLs, images, and more
API ⌘D
API Documentation


PlayHT
Create New File
Recent Files
Files
Voice Cloning
I swear I heard whispers, like lea...
PlayHT 2.0
379 characters • 25 sec speaking time
Give Feedback
Generate All
Export
Hudson
1.0x
Fear
Advanced voice controls
EMOTIONS
ALPHA
Default
Happy
Sad
Angry
Disgust
Fear
Surprise
Pick your preferred version
Regenerate
Audio

Parlato

PlayHT

Novelty – Assente
L'AI in questione non è preposta a funzioni creative. Una lettura creativa anzi, potrebbe essere fonte di disagio.

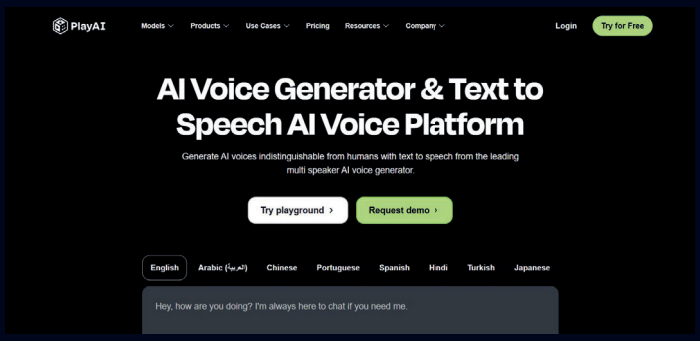
Efficiency – Ottimale
L'AI riesce a generare il parlato ed i relativi movimenti degli avatar in pochi secondi (massimo registrato circa 10–20s per 350 caratteri),

Knowledge from data – Base
L'AI di per se non sembra avere conoscenze specifiche ne di generazione dei testi, ne di espressività, ne conoscenze tecniche sulle richieste fatte da parte dell'utente. Ha però le conoscenze minime per garantire una fruibilità efficente del servizio.

Human resemblance – Avanzata
Piccoli accorgimenti come nel voice cloning replicare i modi individuali e personali di distorcere la fonetica o nel voice over di raccogliere il fiato aumentano notevolmente il realismo dell'AI, è carente però tutto ciò che riguarda l'espressività e trasmettere delle emozioni nella narrativa.

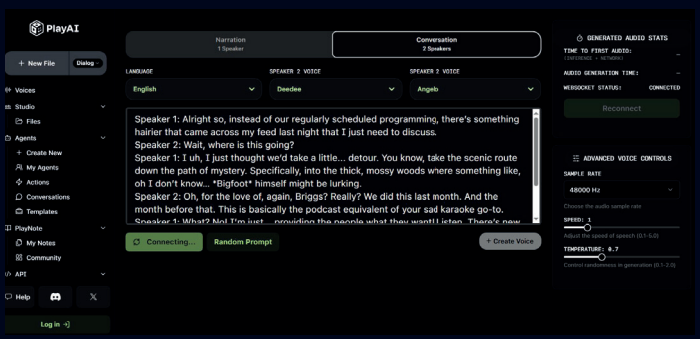
Ecosystem – Avanzata
La possibilità di esportare singoli paragrafi alla volta permette un video/audio editing più facile mentre la possibilità di cambiare il tono di voce a seconda della provenienza della pronuncia permette di correggere bias di interpretazione. L'AI di per se però non sembra avere particolari partnerships che ne permettono l'integrazione nel network.

Attendibilità – Avanzata
La coerenza nella generazione del parlato è ben al di sopra della norma e in molti aspetti ottimale, l'incapacità nel sottendere task compelsse però impognono che l'AI sia fruibile solo in set limitati di alternative.

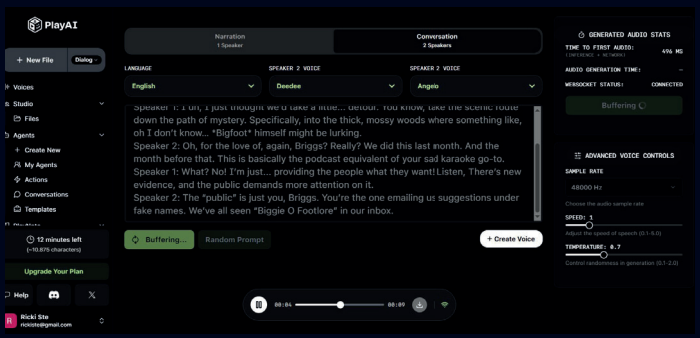


Attendibilità

Ecosystem



Knowledge from data



Novelty

Efficiency

Human resemblance

Parlato

PlayHT

Efficiency – Ottimale
L'AI riesce a generare il parlato ed i relativi movimenti degli avatar in pochi secondi (massimo registrato circa 10-20s per 350 caratteri),

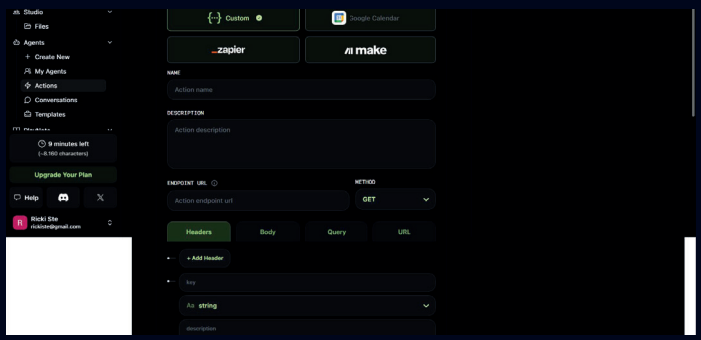
Personalization – Intermedia
Pochi filtri non sempre facili da comprendere o efficaci nell'utilità rendono difficile la personalizzazione.

Knowledge from data – Base
L'AI di per se non sembra avere conoscenze specifiche ne di generazione dei testi, ne di espressività, ne conoscenze tecniche sulle richieste fatte da parte dell'utente. Ha però le conoscenze minime per garantire una fruibilità efficente del servizio.

Human resemblance – Avanzata
Piccoli accorgimenti come nel voice cloning replicare i modi individuali e personali di distorcere la fonetica o nel voice over di raccogliere il fiato aumentano notevolmente il realismo dell'AI, è carente però tutto ciò che riguarda l'espressività e trasmettere delle emozioni nella narrativa.

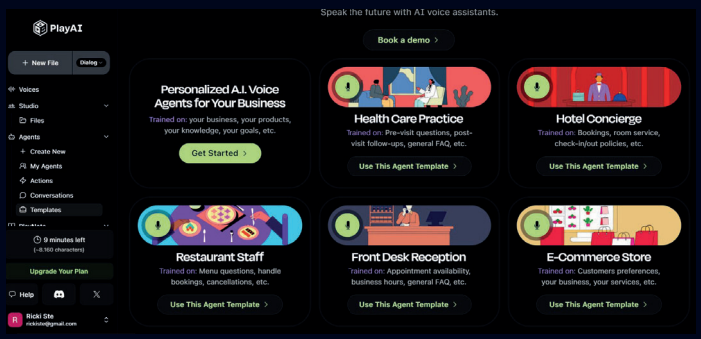
Ecosystem – Avanzata
La possibilità di esportare singoli paragrafi alla volta permette un video/audio editing più facile mentre la possibilità di cambiare il tono di voce a seconda della provenienza della pronuncia permette di correggere bias di interpretazione. L'AI di per se però non sembra avere particolari partnerships che ne permettono l'integrazione nel network.

Attendibilità – Avanzata
La coerenza nella generazione del parlato è ben al di sopra della norma e in molti aspetti ottimale, l'incapacità nel sottendere task compelsse però impognono che l'AI sia fruibile solo in set limitati di alternative.



Ecosystem

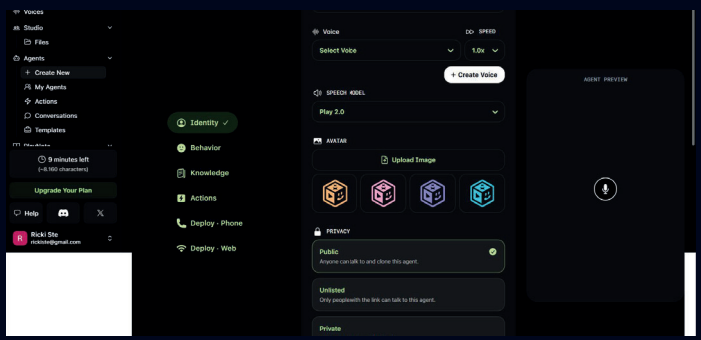
Human resemblance



Knowledge from data

Human resemblance

Attendibilità



Efficiency

Personalization

Attendbilità

Parlato

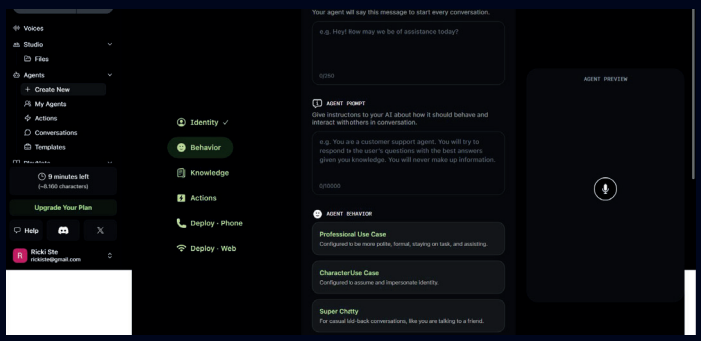
PlayHT

Personalization – Intermedia
Pochi filtri non sempre facili da comprendere o efficaci nell'utilità rendono difficile la personalizzazione.

Knowledge from data – Base
L'AI di per se non sembra avere conoscenze specifiche ne di generazione dei testi, ne di espressività, ne conoscenze tecniche sulle richieste fatte da parte dell'utente. Ha però le conoscenze minime per garantire una fruibilità efficente del servizio.

Human resemblance – Avanzata
Piccoli accorgimenti come nel voice cloning replicare i modi individuali e personali di distorcere la fonetica o nel voice over di raccogliere il fiato aumentano notevolmente il realismo dell'AI, è carente però tutto ciò che riguarda l'espressività e trasmettere delle emozioni nella narrativa.

Attendibilità – Avanzata
La coerenza nella generazione del parlato è ben al di sopra della norma e in molti aspetti ottimale, l'incapacità nel sottendere task compelsse però impognono che l'AI sia fruibile solo in set limitati di alternative.

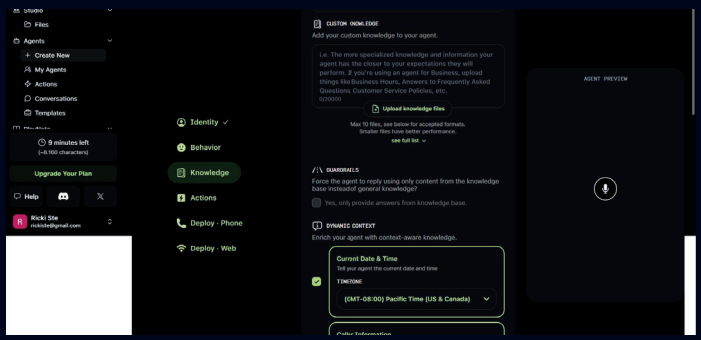


Personalization

Knowledge from data

Human resemblance

Attendibilità



Personalization

Knowledge from data

Attendibilità

Parlato

COLOSSYAN

Generazione di video anche complessi con il supporto di avatar individuali o multipli. Il servizio in particolare è specializzato nella produzione e animazione di avatar che si possono muovere nella scena come dei manichini per poi essere animati in dei minimi movimenti con il corpo, nelle labbra o nelle mimiche facciali. A supporto di Colossyan, in aggiunta, vi è la possibilità di effettuare anche un voice cloning che si possa sovrapporre alla voce dei personaggi nella scena.

https://www.colossyan.com/

Parlato

Colossyan

Obiettivi:

- Generazione di voiceover senza necessità di doppiatori professionisti.
- Generazione di voiceover senza particolari requisit tecnici.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app / plug-in

Utenti

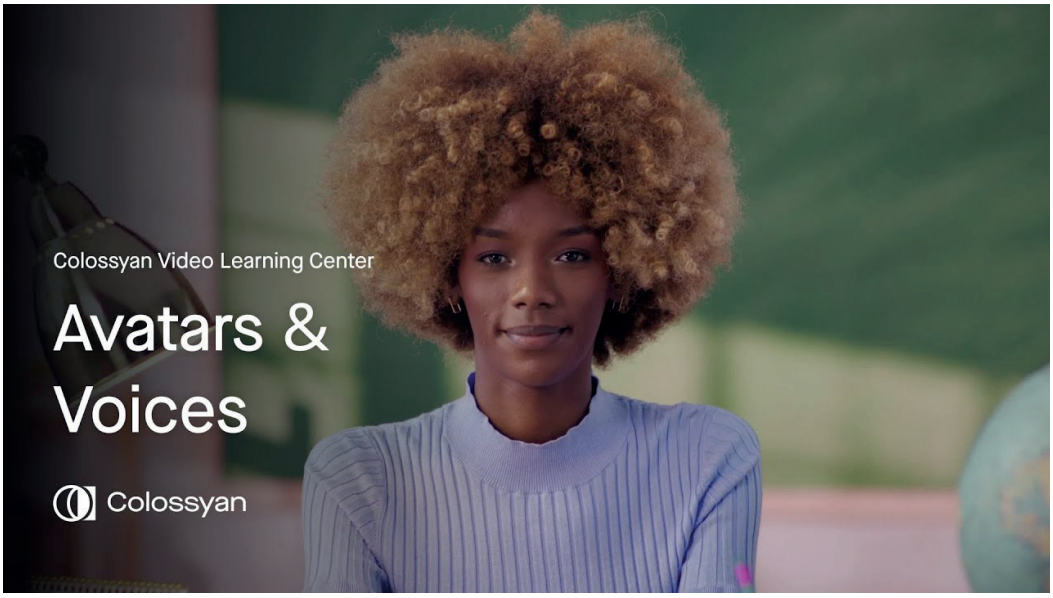
Video makers, streamers, utente generico

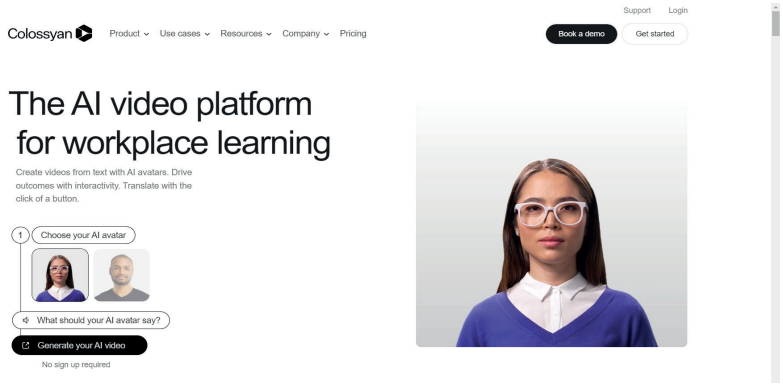
PRO:

- Interfaccia fuori dal comune standard per l'AI, tuttavia minimale e funzionale nel complessivo con un dialogo efficace tra UI e UX copy.
- Il servizio presenta al suo interno anche un sistema di registrazione per produrre eventuali video dei prodotti generati all'interno della piattaforma.
- Gli avater presentati in diverse posizioni mentre la presentazione viene trattata come se fosse quella canonica permette uno sviluppo più avanzato delle alternative come Canva o Adobe Express.

CONTRO:

- La UX non standard potrebbe rendere difficile la corretta fruizione.
- La funzione di generazione del parlato è molto fruibile e versatile, tuttavia non visbile se non si conosce in anticipo la funzionalità della piattaforma.
- L'editing canonico di piattaforme simili èè relativamente difficile e presenta poca affordance a confronto con i concorrenti anche per l'uso non professionale.





https://www.colossyan.com/

Parlato

Colossyan

Novelty – Intermedia
All'interno della piattaforma tra i vari personaggi sono generate di default alcune conversazioni e possono essere generati anche i contenuti testuali ad esse correlate.

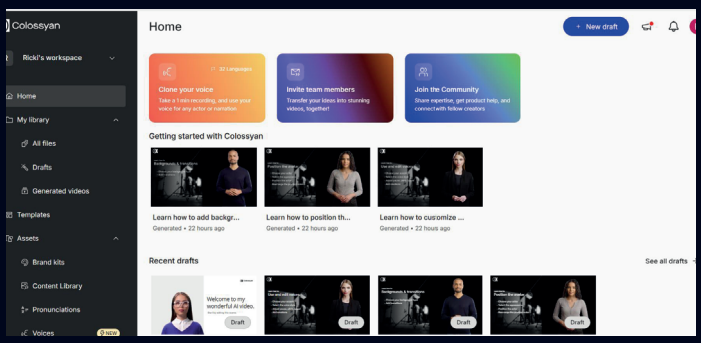
Efficiency – Avanzata
L'AI riesce a generare il parlato ed i relativi movimenti degli avatar in pochi secondi (massimo registrato circa 30s), Si registrano però numerosi passaggi manuali comunque necessari.

Personalization – Avanzata
Il servizio possiede molteplici tipi di personalizzazione tra i quali, la tradizionale generazione, sintesi e modifica testuale. In alcuni casi questo però potrebbe risultate di dificile comprensione considerando che all'interno della pagina personale sono osservati tre livelli di header.

Knowledge from data – Ottimale
L'AI riesce a riconoscere qual'è il personaggio della scena e a modificare i dati di generazione della voce e di proposta dei contenuti in base ad esso.

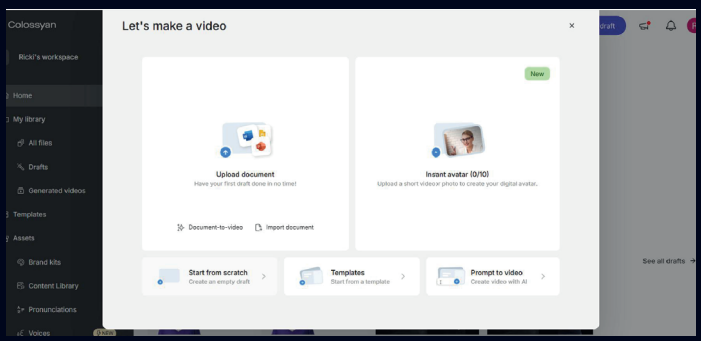
Ecosystem – Avanzata
L'AI correlabile agli avatar può essere personalizzabile in molte caratteristiche a seconda delle necessità (provenienza della voce, intensità del tono, velocità nel parlato, etc...), elemento che aggiunge notevole funzionalità al servizio complessivo. Colossyan nel complessivo rimane un servizio finalizzato a se stesso, elemento che diminuisce notevolmente la compatibilità con il sistema.

Attendibilità – Intermedia
L'AI mostra le tradizionali caratteristiche di ChatGPT 3.5 turbo, pertanto la performanza è limitata alle capacità di tale AI.



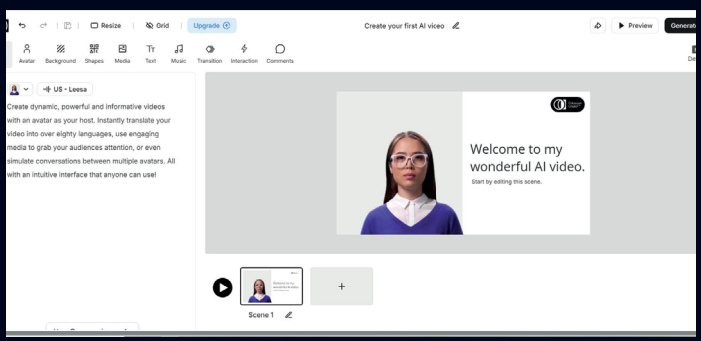
Ecosystem

Attendbilità



Knowledge from data

Ecosystem



Novelty

Efficiency

Personalization

Attendbilità

Parlato

Colossyan

Efficiency – Avanzata
L'AI riesce a generare il parlato ed i relativi movimenti degli avatar in pochi secondi (massimo registrato circa 30s), Si registrano però numerosi passaggi manuali comunque necessari.

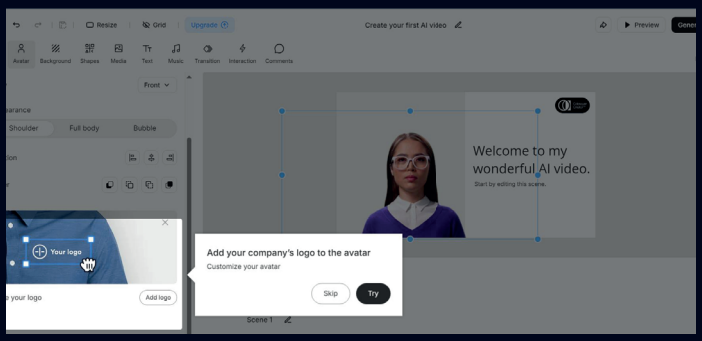
Personalization – Avanzata
Il servizio possiede molteplici tipi di personalizzazione tra i quali, la tradizionale generazione, sintesi e modifica testuale. In alcuni casi questo però potrebbe risultate di dificile comprensione considerando che all'interno della pagina personale sono osservati tre livelli di header.

Knowledge from data – Ottimale
L'AI riesce a riconoscere qual'è il personaggio della scena e a modificare i dati di generazione della voce e di proposta dei contenuti in base ad esso.

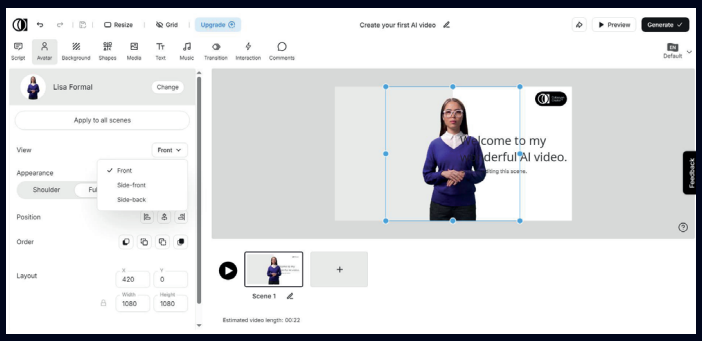
Human resemblance – Intermedia
L'AI, per il servizio proposto rimane di minimale espressività. L'idea di muovere i personaggi nella scena in tre posizioni differenti fornendo anche, eventualmente, prospettiva, facilita alla fruzione, tuttavia questi rimangono statici e poco espressivi nella mimica facciale, nel tono di voce e nel movimento.

Ecosystem – Avanzata
L'AI correlabile agli avatar può essere personalizzabile in molte caratteristiche a seconda delle necessità (provenienza della voce, intensità del tono, velocità nel parlato, etc...), elemento che aggiunge notevole funzionalità al servizio complessivo. Colossyan nel complessivo rimane un servizio finalizzato a se stesso, elemento che diminuisce notevolmente la compatibilità con il sistema.

Attendibilità – Intermedia
L'AI mostra le tradizionali caratteristiche di ChatGPT 3.5 turbo, pertanto la performanza è limitata alle capacità di tale AI.



Ecosystem

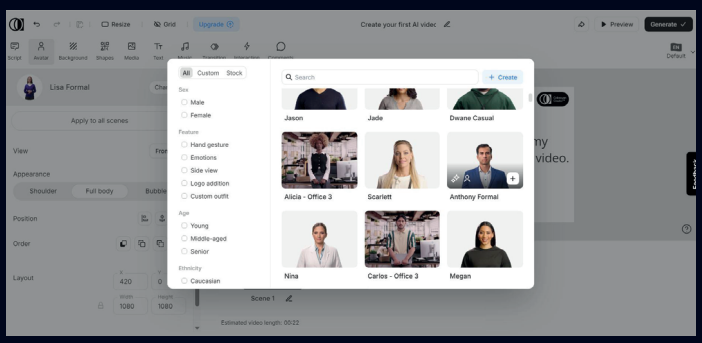


Personalization

Knowledge from data

Human resemblance

Attendbilità



Efficiency

Personalization

Attendbilità

Parlato

Colossyan

Efficiency – Avanzata
L'AI riesce a generare il parlato ed i relativi movimenti degli avatar in pochi secondi (massimo registrato circa 30s), Si registrano però numerosi passaggi manuali comunque necessari.

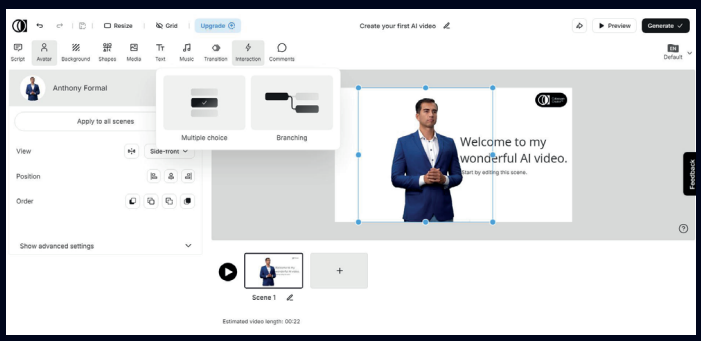
Personalization – Avanzata
Il servizio possiede molteplici tipi di personalizzazione tra i quali, la tradizionale generazione, sintesi e modifica testuale. In alcuni casi questo però potrebbe risultate di dificile comprensione considerando che all'interno della pagina personale sono osservati tre livelli di header.

Knowledge from data – Ottimale
L'AI riesce a riconoscere qual'è il personaggio della scena e a modificare i dati di generazione della voce e di proposta dei contenuti in base ad esso.

Human resemblance – Intermedia
L'AI, per il servizio proposto rimane di minimale espressività. L'idea di muovere i personaggi nella scena in tre posizioni differenti fornendo anche, eventualmente, prospettiva, facilita alla fruzione, tuttavia questi rimangono statici e poco espressivi nella mimica facciale, nel tono di voce e nel movimento.

Ecosystem – Avanzata
L'AI correlabile agli avatar può essere personalizzabile in molte caratteristiche a seconda delle necessità (provenienza della voce, intensità del tono, velocità nel parlato, etc...), elemento che aggiunge notevole funzionalità al servizio complessivo. Colossyan nel complessivo rimane un servizio finalizzato a se stesso, elemento che diminuisce notevolmente la compatibilità con il sistema.

Attendibilità – Intermedia
L'AI mostra le tradizionali caratteristiche di ChatGPT 3.5 turbo, pertanto la performanza è limitata alle capacità di tale AI.

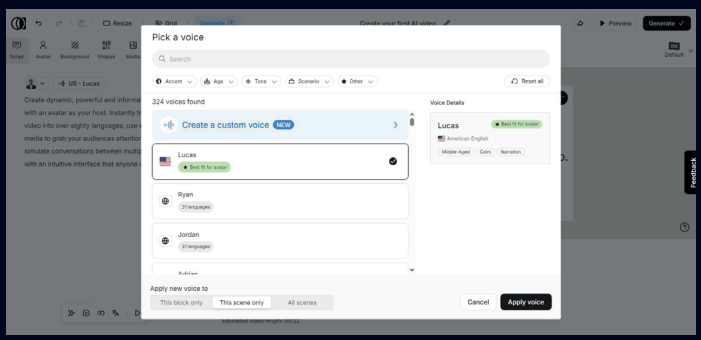


Personalization

Knowledge from data

Human resemblance

Attendbilità

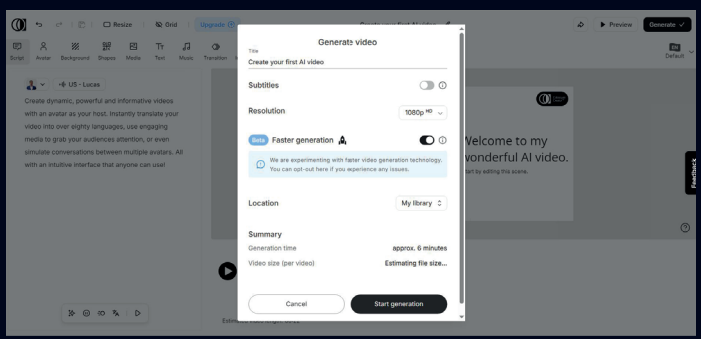


Personalization

Knowledge from data

Human resemblance

Attendbilità



Ecosystem

Attendibilità

Parlato

Speechify

https://speechify.com/

Obiettivi:

- Lettura di testo, voice cloning, voice over.
- Assistenza alo studio e/o alla lettura di libri.

Canale di fruizione

Piattaforma online / plug-in /app.

Utenti

Video makers, streamers, insegnanti, studenti, utente generico.

PRO:

- Una UX sintetica permette un maggiore controllo del sistema e visibilità e riconoscimento delle CTA quando necessarie. In aggiunta, per quanto riguarda il copywright, delle frasi sintetiche rendono chiara la fruizione.
- La lettura del testo può comporare vari vantaggi quali multitasking o supporto alla comprensione. Servizi aggiuntivi, inoltre, permettono anche di rallentare o velocizzare la riproduzione a seconda delle necessità.
- La possibilità di scegliere tra vari tipi di voce permette di sentirsi maggiormente a proprio agio mentre si usufruisce dei contenuti.

CONTRO:

- UI non tanto sviluppata, il riconoscimento degli errori e la loro risoluzione potrebbe essere difficili da comprendere su tutte le piattaforme.
- Il servizio in generale propone voci robotiche e poco umane.
- La voce robotica e non espressiva potrebbe rendere difficile la comprensione.

Parlato

Resemble.ai

https://www.resemble.ai/

Obiettivi:

- Lettura di testo, voice cloning, voice over.
- Ai detector di Ai humanization, deepfakes e voice cloning.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Video makers, streamers, utente generico.

PRO:

- L'utente in genere sembra aver un buon controllo del sistema attraverso un menu, in particolare dentro la pagina personale, sintetico. Il copywright in aggiunta sembra essere anch'esso sintetico.
- A parte la qualità in alcuni casi specifici, le molteplici funzionalità del servizio, rendono resemble AI come un punto di rifierimento alla quale rivolgersi.
- Le molteplici funzionalità e la specializzazione di resemble ai permette ad utenti che conoscono poco l'AI per la riproduzione vocale di comprendere quali sono le potenzialità e cosa si può ottenere effettivamente.

CONTRO:

- UI carente e copywright senza un tono di voce, carenza inoltre nel supporto all'uso da parte della piattaforma all'utente.
- Il servizio al di fuori del riconoscimento di deepfake in linea di massima sembra di bassa qualità generando voci scattanti e non viene speigato quali accorgimenti considerare nell'upload dell'audio per clonare la propria voce.
- L'incapacità di riconoscere in maniera intelligente quando usare toni alti e bassi per dare espressività, affianco ad interruzioni nette della parole, creano un punto di inconsistenza percepita dell'AI.

2.4.3.6 Modelli 3D

DIVERSIFICAZIONE 3D

L'analisi dei casi studio ha riguardato 5 potenziali business alternativi, alcuni per il settore della modellazione, altri alternativi ad esso ed altri ancora per l'assistenza alla animazione (creazione di modelli 3D che si possono muovere nello spazio rispettando requisiti di VFX), E' d'obbligo citare però l'elevato numero di casi studio rilevati al servizio del settore urbanistico e architettonico nella quale sono offerti sempre più servizi molti dei quali anche di natura ingegneristica. Dai dati emersi, tre colonne della tabella sembrano emergere più delle altre, da un lato il value driver novelty è quasi sempre ottimale, da un altro lato la human resemblance, come nel caso della musica è quasi sempre assente mentre da un'altra prospettiva, il value driver dell'ecosystem mostra avere valori in generale competitivi ma mai ottimali.

AUTOMAZIONE PREFERITA

Si segnala tuttavia che ulteriori sviluppi si potrebbero avere analizzando nello specifico AI, ad esempio specializzate nella genetica, come plug-in associati a modellatori dedicati o in campo geologico o di componenti integrate. Il genere tra tutte le AI si è registrato un forte interesse per quanto riguarda l'automazione del posizionamento più che la modellazione fine a sé stessa.

PERSONALIZZAZIONE SPAZIALE

Tra le AI dedicate all'architettura e quelle per l'animazione infatti, molto spesso i modelli 3D erano già modellati ma venivano spostati e riassegnati a diversi marker a seconda delle personalizzazioni effettuate dall'utente. È da sottolineare tuttavia l'efficacia di alcuni casi studio controcorrente come OpusAI nella quale è carente la maggior parte dei dettagli, ma attorno al servizio offerto si

è creata una community open che ha permesso di creare un software open source in cui i modelli 3D sono creati esclusivamente da un chatbot che ha le dinamiche di funzionamento di un compilatore per la programmazione ma lavorando con normali vocabolari.

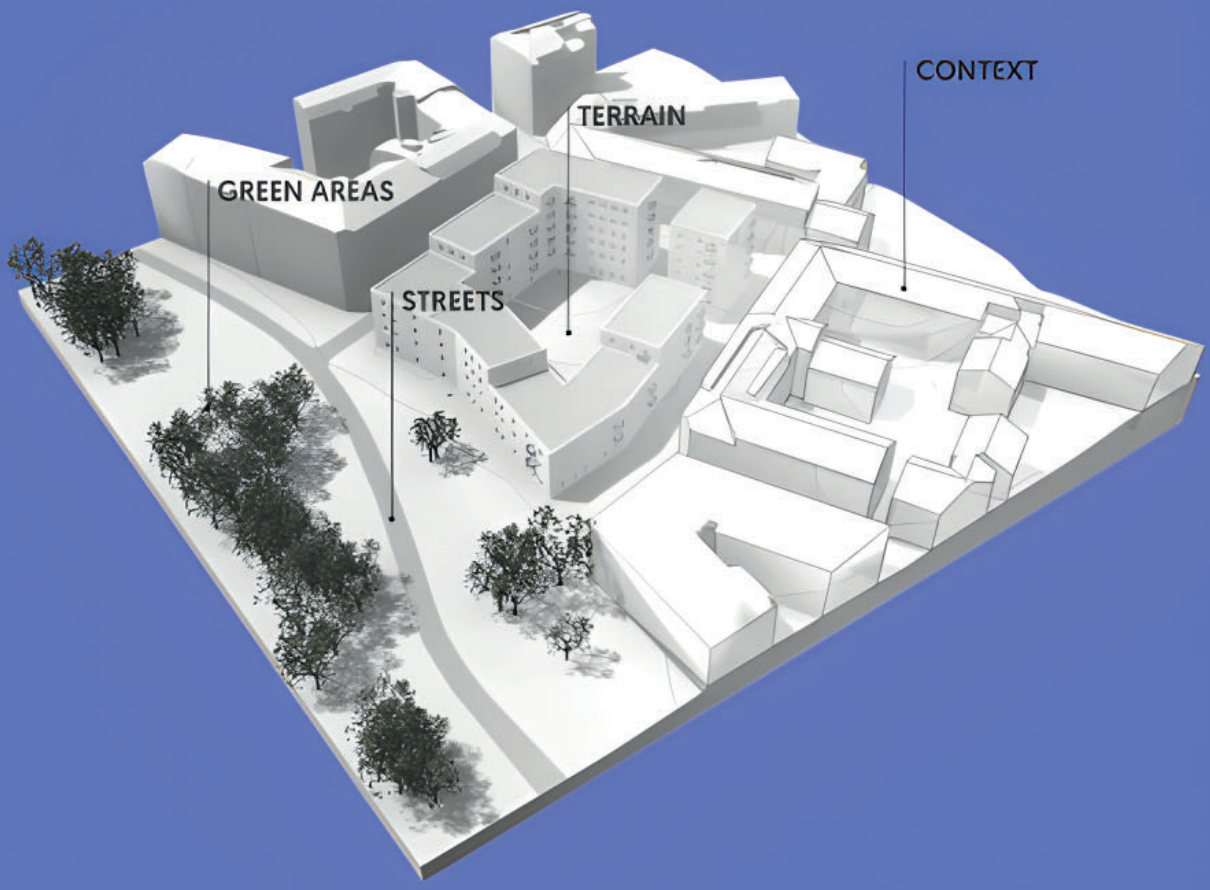
COMMUNITY INNOVATIVA

Nei casi studio analizzati, una percentuale rilevante è dotata di una piattaforma web e/o interamente funzionante su di essa. Tuttavia, in contrasto con la larga maggioranza dei casi studio, quasi il 50% (risultato della somma di plug-in e app), dipende o da altri softwares oppure ha applicazioni indipendenti.

- **Novelty**: Il carattere novelty è in genere è tra l'ottimale e l'avanzato con la principale differenza che quelli ottimali hanno una maggiore fluenza d'uso data di solito da buona consistenza e/o efficienza.
- **Efficiency**: L'efficienza in genere è giudicata tra l'avanzato e l'ottimale, questo perché in alcuni casi il processo potrebbe essere meccanico e/o lungo nel caricamento, però considerate le task compiute, in genere la performance è soddisfacente richiedendo da pochi secondi a qualche minuto (proporzionalmente al numero di vertici ed alla complessità del risultato).
- **Personalization**: La personalizzazione varia molto a seconda dei casi, le scelte predilette di solito sono generazione tramite promt testuale assistita da filtri e/o immagini di riferimento.
- **Knowledge of data**: La knowledge of data è in genere stata giudicata come avanzata poiché, in particolare nel settore architettonico riesce a generare risultati tenendo conto delle normative

e dati ambientali presenti anche negli altri settori. A-tipico il caso di plask tuttavia che genera e anima modelli 3D. di per se l'obiettivo però non è nulla di creativo ne tecnico: dato un video il modello 3D viene associato alle relative posizioni tramite tecniche VFX automatizzate.

- **Human resemblance**: La human resemblance, come nel caso della musica è stata percepita come particolarmente assente. questo perché in genere non sono presenti chatbot ed i comandi sono on-demand ma con output che comandi semplici difficilmente potrebbero eseguire. (es. spostamento smart di un edificio in uno spazio urbano riconoscendo e generando aree verdi attorno garantendo però in tempo reale la fruibilità degli spazi.
- **Ecosystem**: Il value driver dell'ecosystem è stato reputato in genere notevolmente avanzato: compagnie cinematografiche, grandi studi di architettura di solito sembrano essere i principali clienti, tuttavia si sono registrate collaborazioni anche con Unreal o Unity.
- **Attendibilità**: L'attendibilità nella generazione dei modelli 3D è intesa come la capacità del generare nuove forme rimanendo sulla traccia designata dall'utente ma al tempo stesso approssimare al numero utile di vertici (troppo pochi rendono il modello 3D inesatto, troppi vertici lo faranno pesare troppo).


CONTEXT
TERRAIN
GREEN AREAS
STREETS

Modellazione 3D

SPACIO AI

Software per la generazione ed editing di edifici sotto forma di modelli 3D in base ai m^2 per unità abitativa, numero di stanze, spazio per unità abitativa, etc. A seconda dei casi inoltre, possono essere caricati ulteriori dati, personalizzati quelli generati o integrati con le informazioni contestuali delle planimetrie urbane.

https://spacio.ai/

Modellazione 3D

Spacio AI

Obiettivi:

- Generazione di setting per la pianificazione urbana sotto forma di sketch vettoriali.
- Inserimento nel contesto di strutture 3D per capire il loro impatto con l'ambiente e la loro integrazione.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app

Utenti

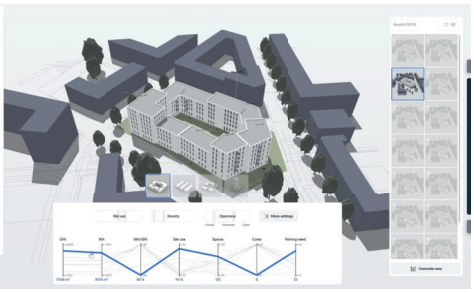
Architetti, urbanisti, ingegneri edili.

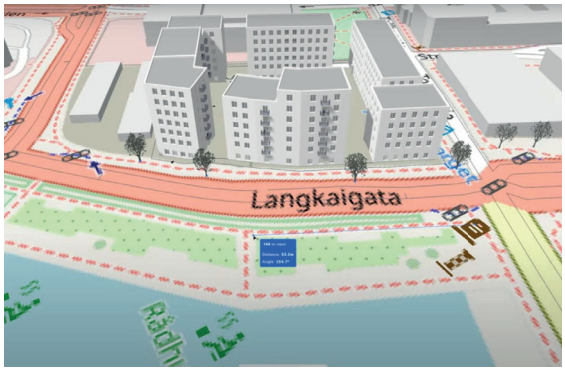
PRO:

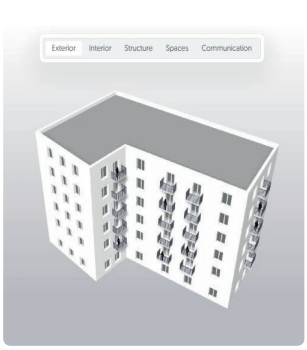
- La UX del servizio è semplice, in pochi click si possono ottenere anche modelli complessi che in alternativa potrebbero anche richiedere diverse ore fino a giornate interere di lavoro.
- Creazione di un workflow flessibile e user-friendly che renda accessibile a tutti la progettazione architettonica quasi potendo bypassare i software di modellazione del settore.
- Attraverso un servizio di geolocalizzazione è possibile creare anche con versioni fotorealistiche dello spazio in cui si desidera progettare, modifiche in tempo reale che possono andare dalla percentuale di aree verdi, al numero di edifici dei piani o cambiare il gusto estetico di quelli già creati.

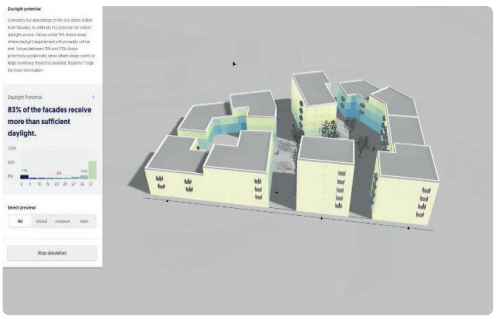
CONTRO:

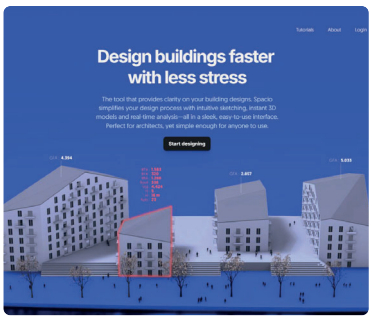
- L'interfaccia però sembra poco coinvolgente e poco predisposta alcoinvolgimento, una UI più performante associata a una UX con maggiori comandi potrebbe aumentare notevolmente la qualità percepibile del sistema.
- Il servizio progettuale mira a creare bozze più o meno realistiche di edifici, non tiene conto però degli steps intermedi essenziali quali il dialogo con i tecnici che ne definiscono la realizzabilità materiale o gli ingegneri che definiscono quella strutturale.
- Il servizio è utile nel dare spunti creativi e la loro contestualizzazione ma non a creare dei modelli architettonici fatti e finiti.




Langkaigata


Exterior
Interior
Structure
Spaces
Communication


83% of the facades receive more than sufficient daylight.


Design buildings faster with less stress
Start designing

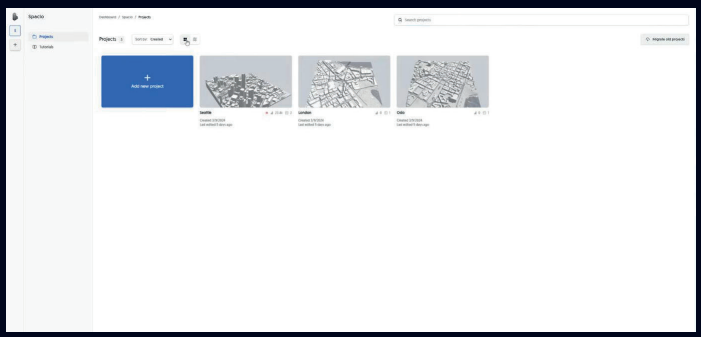
Modellazione 3D

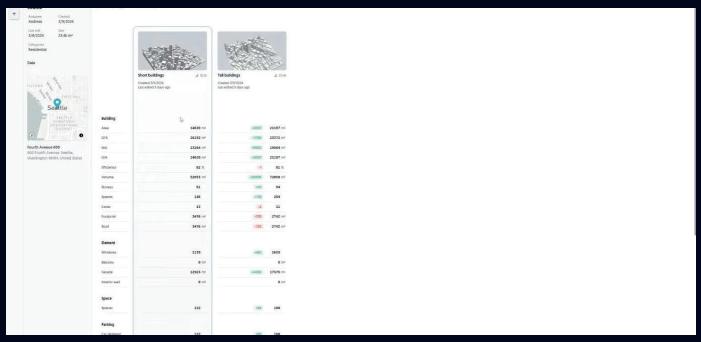
Spacio AI

Knowledge from data – Avanzata
Dal punto di vista tecnico, l'app riesce ad essere sia user-friendly che mirata a settori commercialmente competitivi come SWAPP, a differenza del primo però si limita a fare simulazioni principalmente di vivibilità degli spazi in base agli spazi edificati. La fruibbilità d'uso però è notevolmente istintiva.

Ecosystem – Avanzata
L'app / piattaforma può eventualmente tenere anche conto delle normative correlate allo spazio ed ha numerose collaborazioni con McNeel, Microsoft, .bim e vari altri tipi di enti del settore.

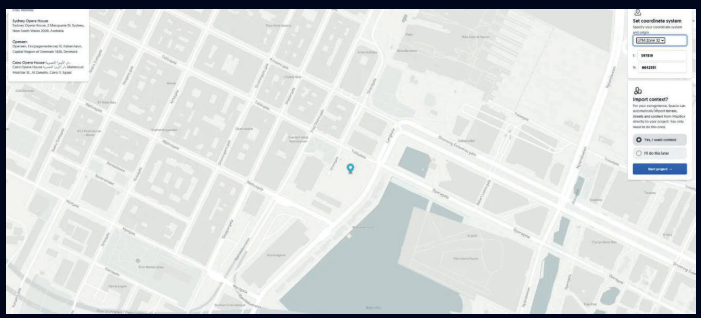
Attendibilità – Avanzata
L'app permette di essere relativamente più consapevole di tutto ciò che riguarda il tessuto urbano ma rimane inconsapevole del resto come ad esmpio la tradizionale modellazione per software più di design o la parte più ingegneristica come solid works.





Knowledge from data

Ecosystem



Attendibilità

Modellazione 3D

Spacio AI

Novelty – Ottimale
Il servizio può stimolare la creatività nel comprendere come associare tra loro pattern abitativi mantenendo però ampi e visivili gli spazi comuni. Dal punto di vista architettonico si ritiene essere vicina ad essere una progettazione ideale.

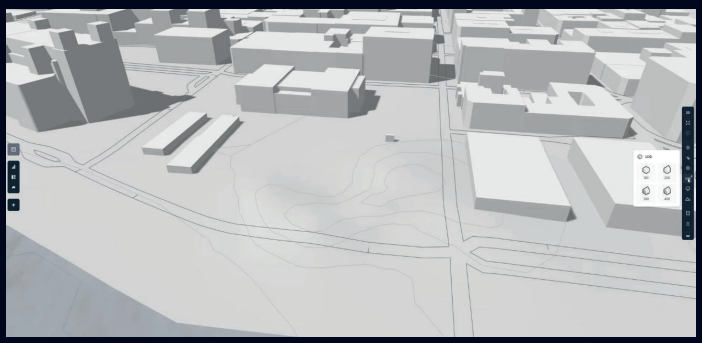
Efficiency – Intermedia
L'AI riesce a generare e modificare in tempo reale i risultati. Questi tuttavia sono costretti agli abitati tradizionali o quasi, l'architettura creativa non sembra essere generabile con tale strumento. Lenti tuttavia i tempi di caricamento se si accede alla piattaforma online.

Personalization – Avanzata
Attraverso i filtri o la gumball è possibile modificare il numero di piani, l'area occupata, il verde circostante, etc. Si ignorano però innumerevoli aspetti più tecnici che gli architetti devono considerare (sia lato bim che lato urbanistico che strutturalista).

Knowledge from data – Avanzata
Dal punto di vista tencico, l'app riesce ad essere sia user-friendly che mirata a settori commercialmente competitivi come SWAPP, a differenza del primo però si limita a fare simulazioni principalmente di vivibilità degli spazi in base agli spazi edificati. La fruibbilità d'uso però è notevolmente istintiva.

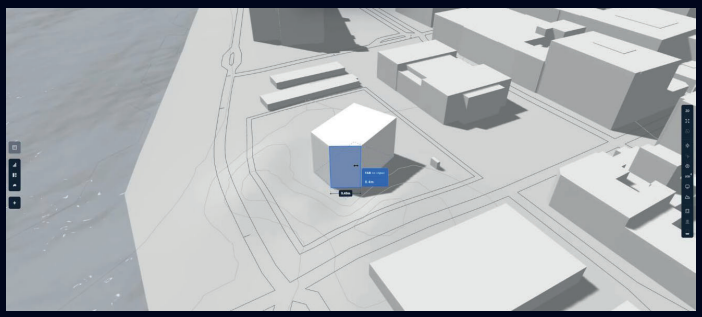
Human resemblance – Assente
L'AI è completamente narrow agendo in maniera passiva e essendo percepita all'utente come un tool.

Ecosystem – Avanzata
L'app / piattaforma può eventualmente tenere anche conto delle normative correlate allo spazio ed ha numerose collaborazioni con McNeel, Microsoft, .bim e vari altri tipi di enti del settore.



Efficiency

Personalization



Novelty

Efficiency

Personalization

Ecosystem

Performers
Storytellers
Artists & Musicians
Gamers

Modellazione 3D

OPUSAI

Generazione di setting virtuali tridimensionali attraverso la descrizione testuale. La piattaforma inoltre presenta un blog nella quale la community correlata può costantemente confrontarsi e dibattere su varie tematiche correlate al servizio.

https://opus.ai/

Modellazione 3D

OpusAI

Obiettivi:

- Generazione veloce di setting complessi a tempo e costo ridotti.
- Possibilità di ricostruire settings anche hyper realistici con requisiti spazio-tempo ben definiti.

Canale di fruizione

Piattaforma online / plug-in

Utenti

Designers, animatori, programmatori

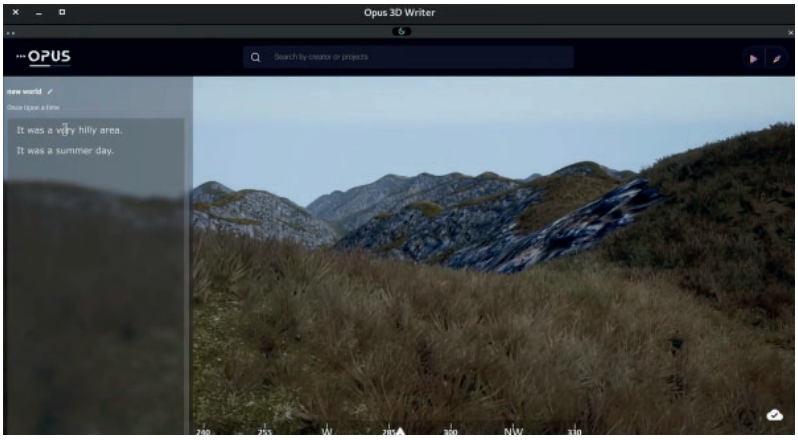
PRO:

- L'interfaccia prima dell'accesso è molto espreienziale permettendo di immergersi nel mood proposto dalla compagnia.
- Il servizio permette di escludere l'uso di software di modellazione professionale come Blender, 3Ds Max, Maya, Cinema 4D, etc...
- I risultati proposti sono interagibili da chiunque abbia competenze di modellazione 3D e sono ricreabili da chi ha competenze di programmazione per i software di tale tipo attraverso una libreria offerta su github

CONTRO:

- L'interfaccia dell'AI mira ad essere molto accattivante dal punto di vista empatico, tuttavia: quella antecedente al login rispetta meno della metà delle euristiche di Nielsen, quella a cui si ha accesso una volta entrati è troppo dipendente dal chatbot.
- Scarsa e poco chiara promozione porta a confondere il servizio con Opus Clip che svolge tutt'altre mansioni.
- Se da un lato si può avere un controllo totale attraverso il chatbot, dall'altro punto di vista non si può interagirvi o se si con minime possibilità di personalizzazione al di fuori del chatbot stesso

similar fence, partitioned the sidewalk from the open area at the opposite end of teh main road. Other rectangular ones occupied spaces on side streets. An empty bench lay midstreet close to that with the fire-hydrant protruding beside it
The sidewalks were littered with small drainage holes for rainwater. Other larger covers in the middle marked the underground sewerage.
Streetlights were scattered at even distance across the streets. Thick cables hung in between the buildings. AC units were installed throughout the block at each building. At each corner of the cafe building, a pole was mounted against the wall with an American flag waving in air.
The area was populated with trees of changing colors of fall and summer. A neatly trimmed hedge covered the cafe, creating a cozy area.
The side road was closed due to a construction with a few additional traffic cones behind the barrier.
A girl stood close to the entrance of the hedge, observing the falling leaves.
After a while, she exited the


Opus 3D Writer
OPUS
Search by creator or projects
new world
Once Upon a time
It was a very hilly area.
It was a summer day.

Modellazione 3D

OpusAI

Efficiency – Avanzata
L'AI permette di modificare aggiungere o togliere decifrando le idee dell'utente attraverso il testo proponendosi come un esperimento primordiale di General AI. Nel complessivo però l'app è grezza e la carenza di coerenza e standard, flessibilità d'uso, prevenzione degli errori, etc; può causare seri disagi alla fruibilità d'uso.

Personalization – Avanzata
Nel complessivo l'app rasenta quasi un modello ideale in base alle conoscenze contemporanee per l'interazione uomo macchina.
Se da un lato quindi la possibilità di personalizzazione tramite il chatbot è pressoché infinita, la carenza di un'interfaccia che non dipenda dall'AI può causare seri problemi alla UX complessiva.

Human resemblance – Avanzata
La possibilità di avere un chatbot che, attraverso la descrizione testuale dell'ambiente, modella, renderizza e da textures in automatico rimodellando lo stesso contesto se necessario rendere l'AI uno strumento molto performante, ha però il limite di dover dipendere dalle piattaforme sulla quale è scaricabile e non dare alcun tipo di feedback.

Attendibilità – Ottimale
I risultati proposti dall'AI in genere non hanno necessità di revisione o modifica, anzi sono loro stessi lo spunto per modificare altro.

Efficiency

Human resemblance

Attendbilità

Efficiency

Personalization

Personalization

Attendibilità

Modellazione 3D

OpusAI

Novelty – Ottimale
Il fatto che l'applicazione può ricreare modelli, texture, setting etc. attraverso una sola barra di ricerca tipo chatbot offre potenzialmente infinite possibilità creative senza costi di tempo richiesti per la realizzazione.

Efficiency – Avanzata
L'AI permette di modificare aggiungere o togliere decifrando le idee dell'utente attraverso il testo proponendosi come un esperimento primordiale di General AI. Nel complessivo però l'app è grezza e la carenza di coerenza e standard, flessibilità d'uso, prevenzione degli errori, etc; può causare seri disagi alla fruibilità d'uso.

Knowledge from data – Ottimale
L'AI riesce ad avere consapevolezza di come realizzare quasi ogni elemento naturale, architettonico etc. rispetto alle funzionalità svolte.

Human resemblance – Avanzata
La possibilità di avere un chatbot che, attraverso la descrizione testuale dell'ambiente, modella, renderizza e da textures in automatico rimodellando lo stesso contesto se necessario rendere l'AI uno strumento molto performante, ha però il limite di dover dipendere dalle piattaforme sulla quale è scaricabile e non dare alcun tipo di feedback.

Ecosystem – Intermedia
Il plugin è interagibile con vari software di modellazione e permette quasi di dimenticarsi delle competenze tecniche, la scarsa e male organizzata pubblicità della compagnia però potrebbero costituire un'importante barriera all'ingresso.

Human resemblance

Novelty

Knowledge from data

Ecosystem

Novelty

Efficiency

Modellazione 3D

Interior AI

https://interiorai.com/

Obiettivi:

- Trasforma una bozza cartacea in prototipi primitivi fino a diventare render fotorealistici.
- E' in grado di generare nuove immagini dalle piantine degli spazi domestici.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Interior designer, designer generico, architetti, compagnie di arredamento di varia natura.

PRO:

- UI efficace e di facile fruizione in particolare per i filtri. Efficace inoltre anche il copyright tra titoli, sottotitoli e testi sintetici ma chiari.
- Il servizio permette attraverso una piattaforma online e delle foto fatte dall'utente nell'ambiente di cui vuole realizzare il render, di speculare alternative a scenari possibili di come potrebbe cambiare l'arredamento pre-esistente o come riempirlo in caso di sua assenza.
- L'AI del servizio permette di creare molto velocemente (minuti anziché giorni o settimane) per la quale possono essere generate anche migliaia di immagini completamente differenti tra di loro al posto dei render che vincolerebbero a pochi scenari.

CONTRO:

- La UX spesso non è ben gerarchizzata, ci sono lunghi elenchi di alternative che possono potenzialmente anche essere di decine e decine. Funzionale tuttavia la prevenzione degli errori, il supporto all'uso e la coerenza e standard con bottoni di supporto e l'impiego della tipologia di menu per piattaforme AI.
- Non sempre i filtri funzionano e in alcuni casi l'AI si potrebbe inventare spazi che non esistono.
- Se si hanno requisiti particolari è difficile realizzarli siccome l'AI lavora su tutta l'immagine contemporaneamente.

Modellazione 3D

SWAPP

https://www.swapp.ai/

Obiettivi:

- Generazione di progetti architettonici dal modello 3D fino al disegno tecnico.
- Il servizio può ricoprire tutti i ruoli da architetto di un'intero studio di un mese in 5 minuti.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app.

Utenti

Architetti, urbanisti.

PRO:

- UX ottimale attraverso l'impiego di termini tecnici pensati per i professionisti ma non essenziali per ottenere un risultato minimo, essendo quindi anche user-friendly.
- C'è la possibilità di essere personalizzato a seconda del tipo di contratto con la compagnia.
- Prendendo confindenza con il software e le sue potenzialità, la generazione potrebbe essere fatta assieme al cliente dialogando con esso per cercare di capire le sue necessità e preferenze. La funzionalità principale tuttavia rimane quella di risparmiare una settimana/ un mese di lavoro da un equipe di persone per demandare tutto alla macchina.

CONTRO:

- UI, UX sono già user friendly nel tipo di informazioni richieste, l'app tuttavia è priva di coerenza e standard, in aggiunta se ci fossero dei problemi è necessario contattare direttamente gli sviluppatori.
- La tipologia di personalizzazione richiesta potrebbe non sempre essere soddisfatta o complicare più del necessario in base ai tipi di software bim che si desidera integrare al suo interno.
- Degli errori di calcolo nella stima, ad esempio dei costi o del tipo di materiale da usare potrebbero conseguire in stime errate e costi imprevisti notevolmente superiori.

Modellazione 3D

Plask

https://plask.ai/

Obiettivi:

- Generazione di riggings con movimenti del mondo reale associabili a modelli 3D.
- Associazioni di riggings a modelli già esistenti.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Designers, animatori.

PRO:

- Interfaccia semplice ed istintiva: una volta iscritti, un sistema drag & drop permette di inserire nella scena il modello di cui si desidera replicare i movimenti, ragionamento analogo si fa successivamente con il video che poi può essere esportato se tutto è andato a buon fine.
- Il servizio costituisce un'importante punto di appoggio per risparmiare giorni di lavoro nella creazione e animazione di un personaggio associabile alle regole del VFX per poi essere a sua volta esportabile in Blender, Unreal, Cinema4D, Unity, etc.
- Movimento e deduzione automatica del movimento in base al rigging apposto sull'armatura da animare.

CONTRO:

- L'interfaccia è troppo semplificata impendendo semplici editing come la rotazione, elemento essenziale per il corretto posizionamento del modello nel punto di partenza da cui animarlo.
- La piattaforma presenta vari bug: non corretta rimozione / backup della scena, lento upload degli assets, non corretta lettura della scena, mancato reset della posizione quando si torna al frame 1 export limitati.
- Oltre ai bias correlati al servizio da cui determina l'efficienza d'uso si segnala inoltre una carenza nella deduzione delle informazioni che non sempre potrebbe essere precisa.

2.4.3.7 Elementi complessi

GENERATORI PARTICOLARI

L'analisi dei casi studio ha riguardato 5 potenziali business alternativi, questa categoria ha l'obiettivo di racchiudere a se tutte quelle AI che permettono di **porre in relazione differenti tipi di linguaggi** come ad esempio generazione di **immagini, testi, formati vettoriali e/o codici di programmazione.**

IL PROGETTO TIPO

Questa necessità è emersa a seguito di un'approfondita analisi nella quale, ad esempio in uizard o figma, si è notato che le componenti generate erano di per se estremamente semplici (testi di massimo 50 parole, immagini spesso non congruenti, codici con potenziali errori), queste stesse componenti avevano però la proprietà di far trapelare concetti a second di come erano associati: ad esempio suddivisione in colori differenti ogni volta che c'è ne era necessità, associazione di icone e testi a seconda del significato semantico che si vuole richiamare, citazione implicita di uno o l'altro tono do voce, etc...

Definite queste caratteristiche tuttavia, è sorto un dubbio: se queste sono task complesse, cosa le differenzia dall'AI, ad esempio, di Firefly che può essere molto espressiva ma su una sola immagine o su dei video che per loro natura intrinseca hanno necessità di uno storytelling?

ORIGINE DELLA COMPLESSITÀ

Per rispondere a questo quesito, si è seguito il seguente ragionamento: **per ogni task specifica è seguito un linguaggio computazionale altrettanto specifico** (es. linguaggio NLP, computer vision, predizione/regressione e probabilità per la compressione di immagini, smart robots associati a dei sensori e specializzati nel movimento,

etc...). Questo tuttavia è l'unico tipo di casi studio che associa più di uno di queste tipologie di classificazione.

PECULIARITÀ DEI PROGETTI COMPLESSI

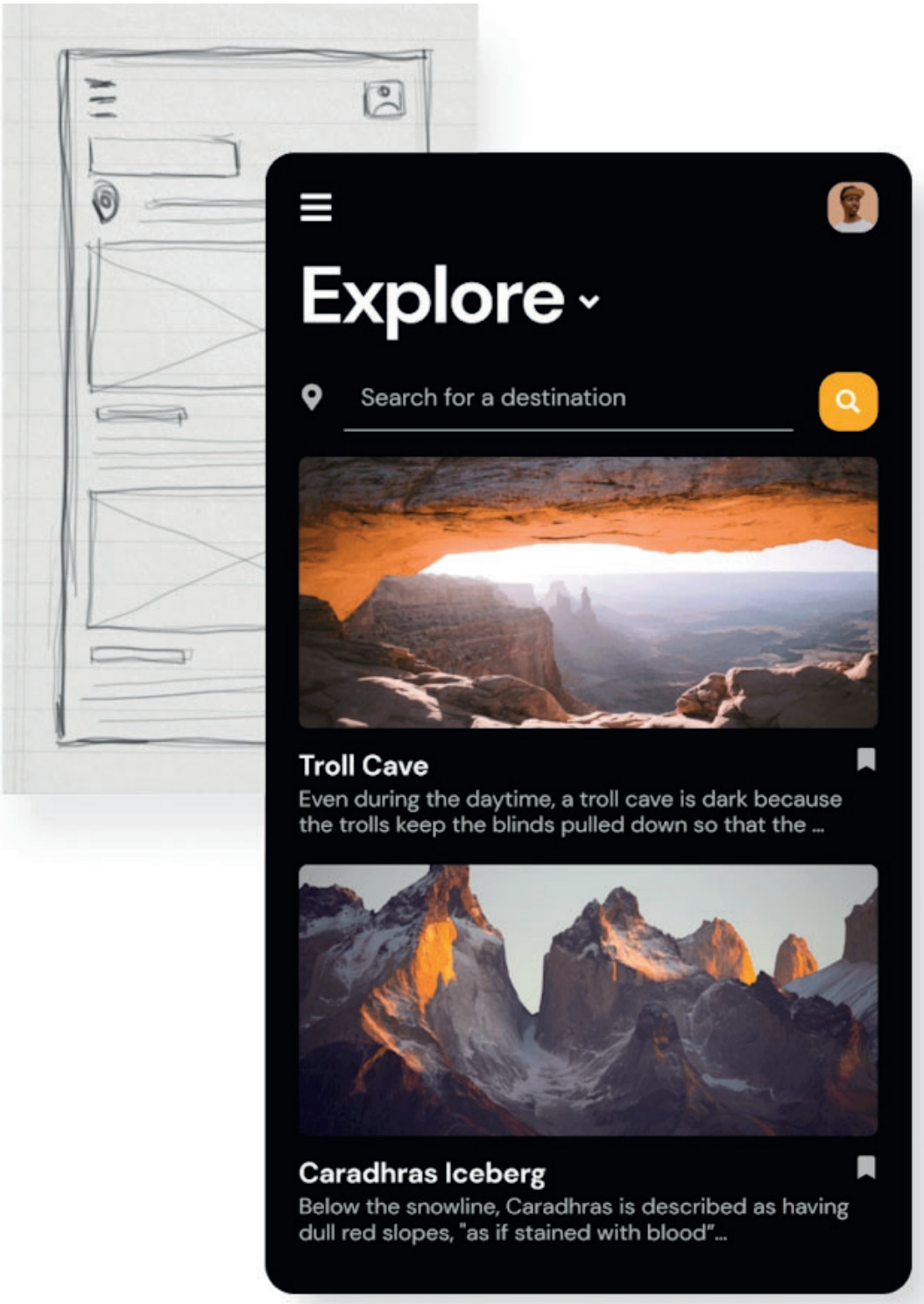
Da quanto emerso dai casi studio, pertanto, si è osservato che una percentuale particolarmente elevata ma non ottimale, più o meno distribuita di performances tra i vari value drivers. Emerge più degli altri inoltre l'efficiency che ha l'80% di risultati ottimali rispetto ai concorrenti.

Nei casi studio analizzati, si può osservare che l'80% del servizio è fruibile online e solo uno di questi basa il suo funzionamento esclusivamente su un'app.

- **Novelty**: Il value driver medio che ci si aspetta di considerare è avanzato e le ragioni sono le seguenti: nella maggior parte dei casi, l'accostamento di elementi differenti permette di suggerire accostamenti differenti e soggettabili a più interpretazioni. d'altra parte però, potrebbe a volte risultare meccanico e semplicistico data la carenza di consistenza e randomicità.
- **Efficiency**: L'efficienza dell'AI per l'esecuzione di tasks complesse in genere è stata valutata come ottimale poiché riesce quasi istantaneamente a generare molteplici output indipendenti e di natura diversa tra di loro (immagine, testo, etc...) attribuendogli significati impliciti.
- **Personalization**: La personalizzazione è stata valutata tra l'ottimale e l'avanzato poiché una volta generato l'output (di solito dato da un prompt testuale ed una serie di filtri dedicati), può essere interamente editabile ed esportabile predisponendosi al dialogo tra esseri umani ed avere funzione di un qualsiasi tool senza AI.
- **Knowledge of data**: La knowledte of data è, assieme all'attendibilità, uno dei parametri che hanno avuto

valutazioni più basse, questo poiché in genere i dati generati sono pochi e con maggiore approssimazione rispetto agli analoghi generatori dedicati.

- **Human resemblance**: La human resemblance tra tutti i value drivers sembra essere quello più vario. Da un lato alcuni servizi come figma o uizard sembrano garantire elevate performances sotto questo aspetto permettendo di modulare facilmente anche toni di voce e aspetti qualitativi anche tramite esempi visivi. Progetti complessi per il management come prototide. app tuttavia hanno funzioni opposte: performances di human resemblance più elevate nella comprensione ma minore possibilità di dialogo con l'utente dopo la generazione dell'output di modo da assisterlo alla relativa fruizione.
- **Ecosystem**: In genere si è registrato che ci sono due tipologie di sistemi per questo tipo di casi studio: quelli che hanno necessità di essere rielaborati attraverso altri softwares tecnici (es. uizard per esportare i contenuti su Adobe XD o figma e quelli basati sulla programmazione e condivisione tramite github. In genere tuttavia vi è poca possibilità di dialogo con l'ambiente esogeno al servizio e per entrambi i casi le possibilità offerte sono estremamente poco versatili.
- **Attendibilità**: L'attendibilità delle informazioni nell'esecuzione delle task complesse si presenta in genere approssimata, da un lato permette di essere resiliente alle necessità dell'utente nonché essere anche più semplice da comprendere. Da un altro lato però ha un'affidabilità inferiore costante su tutto: dalle immagini ai testi o alla programmazione.


Explore
Search for a destination
Troll Cave
Even during the daytime, a troll cave is dark because the trolls keep the blinds pulled down so that the ...
Caradhras Iceberg
Below the snowline, Caradhras is described as having dull red slopes, "as if stained with blood"...

Elementi complessi

Uso dell'intelligenza artificiale per generare mockup da semplici screenshot o da prompts testuali. Una volta generati questi possono essere editabile e a fasi successive nuovamente sottoposti a revisioni dell'AI come per quanto riguarda l'eye tracking, generazione del codice CSS per caricare su internet le interfacce e/o generazione di pagine dedicate da zero.

https://uizard.io/

Elementi complessi

Uizard

Obiettivi:

- Creare basi progettuali per siti web e apps.
- Avere opinioni alternative da cui partire per creare progetti più complessi in meno tempo

Canale di fruizione

Piattaforma online

Utenti

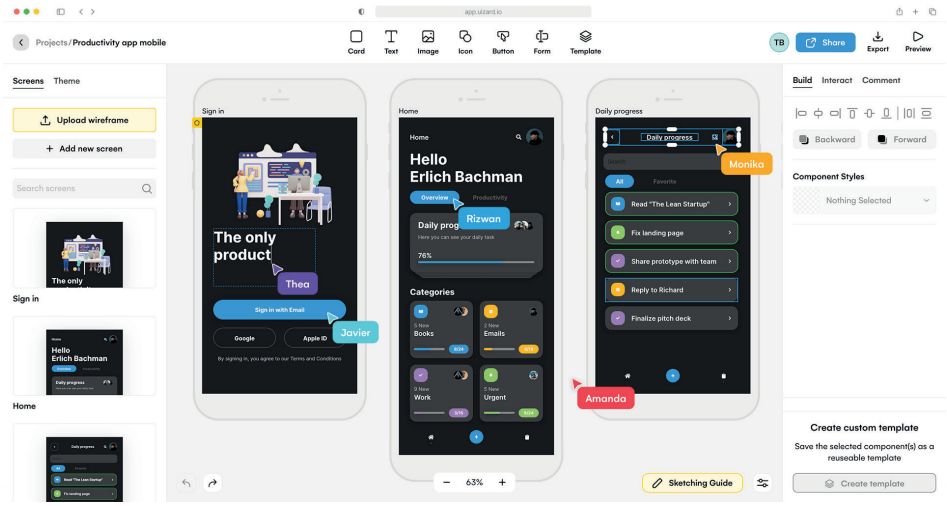
Web designers, designers di altra natura

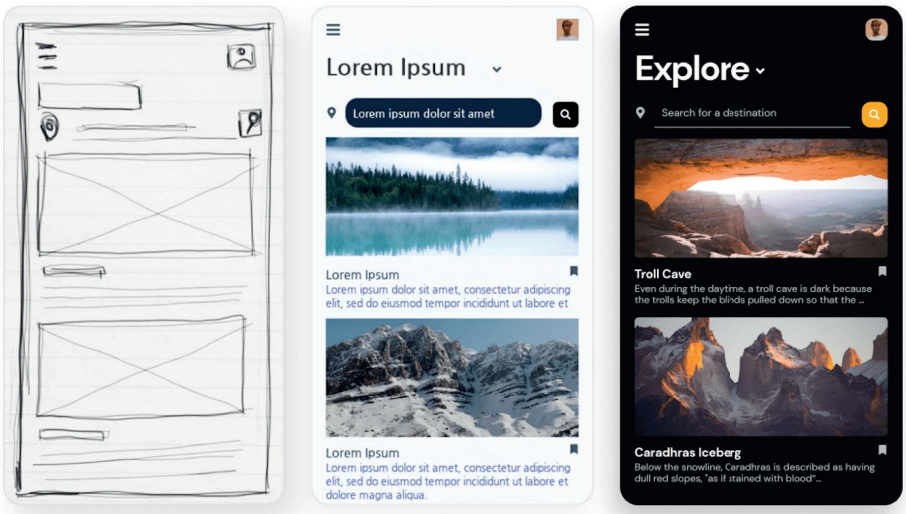
PRO:

- Comandi di programmi d'uso professionale come illustrator o figma sono ottimizzati in un interfaccia più gerarchizzata.
- Durante la generazione o la modifica c'è sempre un'AI pronta all'assistenza.
- La generazione integrata multi-canale di contenuti permette di ridurre quasi a zero tempo e risorse impiegate durante la fase creativa.

CONTRO:

- Di facile fruizione sia per quanto riguarda l'AI ma forse poco gerarchizzata per quanto riguarda la riproposizione di comandi di editing.
- Le funzionalità offerte in genere sono molte, non sempre però è presente un'efficace gerarchizzazione.
- Potenziale generazione di bias derivante dall'inconsapevolezza dell'AI di ogni aspetto tecnico al di fuori del suo perimetro di lavoro dichiarato.


Projects / Productivity app mobile
Card
Text
Image
Icon
Button
Form
Template
Share
Export
Preview
Screens
Theme
Upload wireframe
Add new screen
Search screens
Sign in
Home
Sign in
The only product
Thea
Sign in with Email
Google
Apple ID
Javier
Home
Hello Erlich Bachman
Overview
Productivity
Rizwan
Categories
Books
Emails
Work
Urgent
Daily progress
Monika
Read "The Lean Startup"
Fix landing page
Share prototype with team
Reply to Richard
Finalize pitch deck
Amanda
Build
Interact
Comment
Backward
Forward
Component Styles
Nothing Selected
Create custom template
Save the selected component(s) as a reuseable template
Create template
63%
Sketching Guide


Lorem Ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet
Lorem Ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et
Lorem Ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
Explore
Search for a destination
Troll Cave
Even during the daytime, a troll cave is dark because the trolls keep the blinds pulled down so that the ...
Caradhras Iceberg
Below the snowline, Caradhras is described as having dull red slopes, "as if stained with blood"...

Elementi complessi

Uizard

Novelty – Intermedia
Capacità di generare contenuti originali per vari tipi di contesto attraverso l'associazione di più tipi di canali informativi (testuale, grafico, visuale).

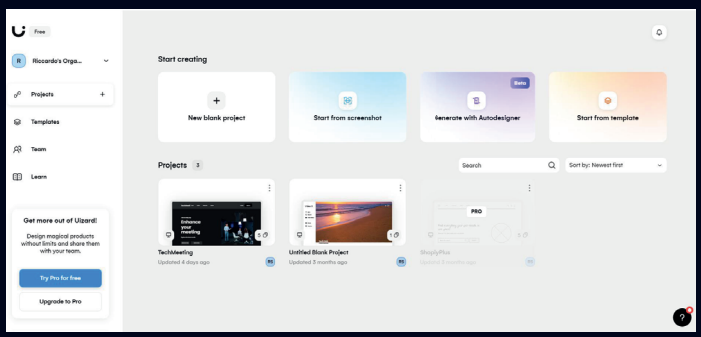
Efficiency – Ottimale
Capacità di creare un flow di interazione di siti web in tempi relativamente ridotti per l'operazione richiesta (5minuti) mantenendo comunque la coerenza con l'input di partenza.

Personalization – Avanzata
Una volta generato l'output è tutto editabile con una console di comandi semplificata da ambienti professionali più articolati (figma, illustrator).

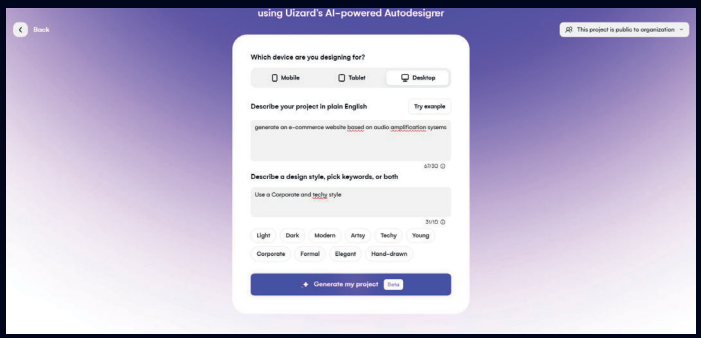
Knowledge from data – Base
La conoscenza degli output generatanon riesce a cogliere i requisiti tecnici dei parametri del settore per cui si progetta. I parametri con cui si generano il confronto tra prodotti in un e-commerce, ad esempio, possono risultare infondati.

Human resemblance – Intermedia
L'output riesce a generare un'aggregato visuo-testuale di elementi mirati ad evocare impressioni specifiche da parte dell'utente. I risultati ottenibili tuttavia sono ancora facilmente fraintesi dall'AI.

Ecosystem – Avanzata
L'ecosistema è generalmente versatile alle necessità di molti tipi di utenti: permette di esportare la selezione generata con l'AI in figma o altri software dedicati manenendo quando possibile anche le interazioni interpagina. La generazione di contenuti è in oltre generata tramite AI senza correre il rischio di copyright.

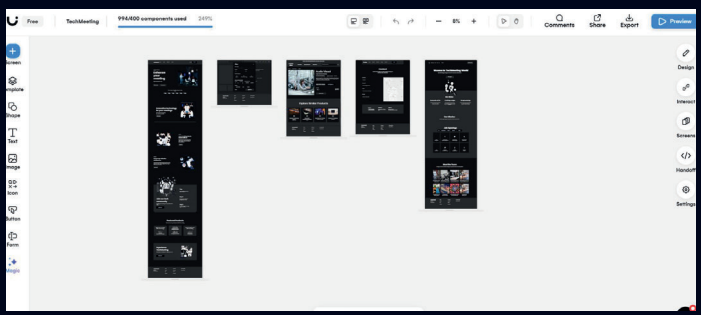


Ecosystem



Efficiency

Personalization



Novelty

Efficiency

Personalization

Knowledge from data

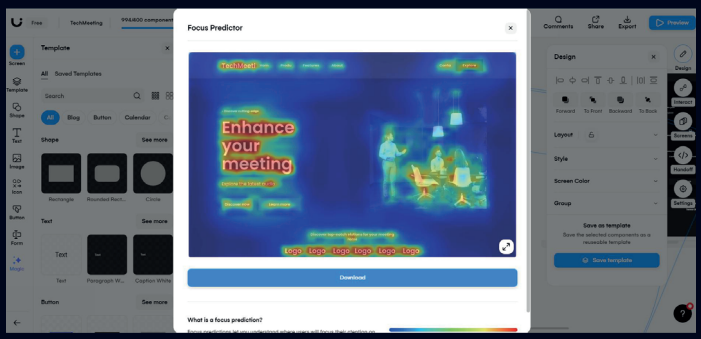
Elementi complessi

Uizard

Novelty – Intermedia
Capacità di generare contenuti originali per vari tipi di contesto attraverso l'associazione di più tipi di canali informativi (testuale, grafico, visuale).

Knowledge from data – Base
La conoscenza degli output generatanon riesce a cogliere i requisiti tecnici dei parametri del settore per cui si progetta. I parametri con cui si generano il confronto tra prodotti in un e-commerce, ad esempio, possono risultare infondati.

Attendibilità – Intermedia
La piattaforma riesce in genere a creare contenuti che sono congruenti con il contesto, c'è però il rischio che copywriting e UI siano troppo emozionali e poco funzionali.



Novelty

Knowledge from data

Attendibilità

FEATURED ON
THERE'S AN AI FOR THAT

Elementi complessi

PROTOTIDE

Analisi e correzione di contenuti web attraverso l'attivazione nella pagina generta del plug-in per google chrome e una limitata serie di filtri per focalizzare l'attenzione dell'utente.

https://prototide.app/

Elementi complessi

Prototide

Obiettivi:

- Riconoscere e analizzare pregi e difetti dei siti web a cui l'utente è interessato.
- Avere un pensiero critico alternativo a quello del progettista.

Canale di fruizione

Piattaforma online / plug-in

Utenti

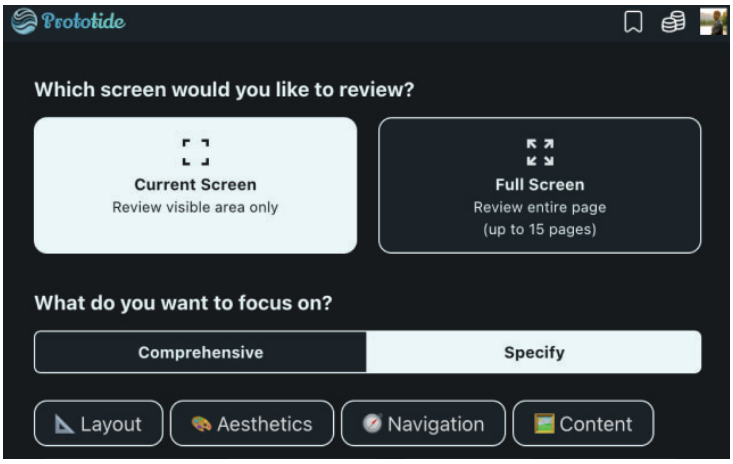
UX Designers

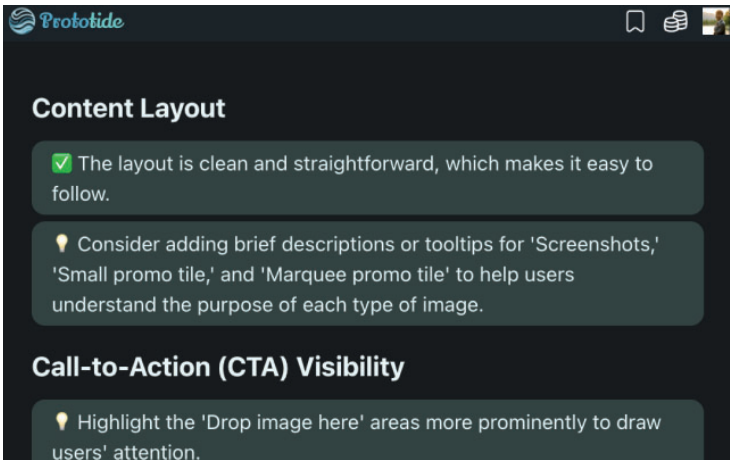
PRO:

- Sia l'interaccia della piattaforma che del plug-in sono estremamente sintetiche e di semplice fruizione. L'AI in aggiunta permette di facilitare la fruizione iniziale attraverso box di testo anziché filtri nella quale inserire le proprie preferenze. Così facendo è l'utente ad inserire il copywrighting che più gli piace.
- Analaisi dell'efficenza dei siti avendo pareri di validità professionale e focalizzati sugli aspetti che più possono interessare a seconda dei casi.
- Fornire feedbacks automatici, precisi, calibrati e potenzialmente differenti da quelli del designer.

CONTRO:

- UX fin troppo minnimale, la carenza di un menu non permette di comprendere di che natura sia il servizio o quali siano le informazioni dei suoi creatori.
- Le funzionalità sono estremamente limitate al solo plug-in. Ulteriori utilities potrebbero permettere di ampliare il potenziale d'uso ad esempio alle app o ad altri settori lavorativi.
- L'utilità è limitata principalmente ai designers ed alla percezione d'uso della piattaforma. Proporla anche ai programmatori faciliterebbe il dialogo UX-ML.


Prototide
Which screen would you like to review?
Current Screen
Review visible area only
Full Screen
Review entire page
(up to 15 pages)
What do you want to focus on?
Comprehensive
Specify
Layout
Aesthetics
Navigation
Content


Prototide
Content Layout
✅ The layout is clean and straightforward, which makes it easy to follow.
💡 Consider adding brief descriptions or tooltips for 'Screenshots,' 'Small promo tile,' and 'Marquee promo tile' to help users understand the purpose of each type of image.
Call-to-Action (CTA) Visibility
💡 Highlight the 'Drop image here' areas more prominently to draw users' attention.

Elementi complessi

Prototide

Novelty – Ottimale
L'AI è in grado prima di comprendere e restituire informazioni sotto forma di consigli, approvazioni o negazioni. Questo permette di comprendere scenari anche molto articolati.

Efficiency – Ottimale
Pochi secondi di attesa di solito necessari una sola volta se i filtri sono stati selezionati coscenziosamente.

Personalization – Ottimale
Pochi ma chiari filtri uniti a barre di ricerca personalizzata permettono di passare da decine di tentativi parziali a uno orientato ed esaustivo.

Knowledge of Data – Ottimale
L'AI possiede ed è in grado di esprimersi con le competenze dello UX designer, in aggiunta gli si possono affidare anche task complesse se si prende domestichezza con il sistema di filtri preliminare.

Human resemblance – Base
Le interazioni con l'AI sono narrow: vanno dritte al punto su quello che si è richiesto solo sotto il comando del fruitore, come contenuti però sono Avanzato

Ecosystem – Intermedia
L'AI è perfettamente integrabile nei contenuti della pagina potendo autonomamente senza troppe difficoltà fare anche test d'uso. Non ha però una piattaforma propria per raccolta e analisi.

Attendibilità – Avanzata
L'AI ha un grande pool di risorse che riesce ad esprimere con termini semplici e modulati a seconda del fruitore. Questo, in genere non richiede secondi controlli e permette di fare affidamento sulla macchina.

Novelty

Efficiency

Personalization

Human resemblance

Ecosystem

Elementi complessi

Novelty – Ottimale
L'AI è in grado prima di comprendere e restituire informazioni sotto forma di consigli, approvazioni o negazioni. Questo permette di comprendere scenari anche molto articolati.

Efficiency – Ottimale
Pochi secondi di attesa di solito necessari una sola volta se i filtri sono stati selezionati coscenziosamente.

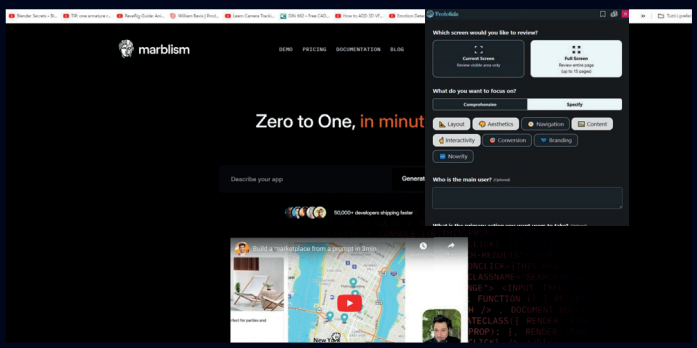
Personalization – Ottimale
Pochi ma chiari filtri uniti a barre di ricerca personalizzata permettono di passare da decine di tentativi parziali a uno orientato ed esaustivo.

Knowledge of Data – Ottimale
L'AI possiede ed è in grado di esprimersi con le competenze dello UX designer, in aggiunta gli si possono affidare anche task complesse se si prende domestichezza con il sistema di filtri preliminare.

Human resemblance – Base
Le interazioni con l'AI sono narrow: vanno dritte al punto su quello che si è richiesto solo sotto il comando del fruitore, come contenuti però sono Avanzato

Ecosystem – Intermedia
L'AI è perfettamente integrabile nei contenuti della pagina potendo autonomamente senza troppe difficoltà fare anche test d'uso. Non ha però una piattaforma propria per raccolta e analisi.

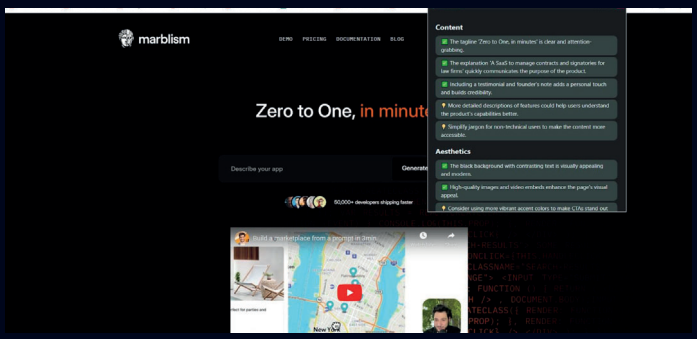
Attendibilità – Avanzata
L'AI ha un grande pool di risorse che riesce ad esprimere con termini semplici e modulati a seconda del fruitore. Questo, in genere non richiede secondi controlli e permette di fare affidamento sulla macchina.



Novelty

Efficiency

Personalization



Novelty

Knowledge from data

Human resemblance

Ecosystem

Attendibilità

MR
MR
MR
THE MENU
BEST TASTE
MR
MR
MR
MR

Birdland
Birdland
Birdland
Birdland
Birdland

Elementi complessi

Looka offre un servizio di generazione e contestualizzazione di loghi comprensiva di quasi tutte le informazioni tecniche che un professionista potrebbe considerare durante la progettazione dello stesso.

https://looka.com/

Elementi complessi

Looka

Obiettivi:

- Avere un chatbot che fornisca risposte rapide a problemi complessi
- Analisi di dati e/o documenti complessi

Canale di fruizione

Piattaforma online

Utenti

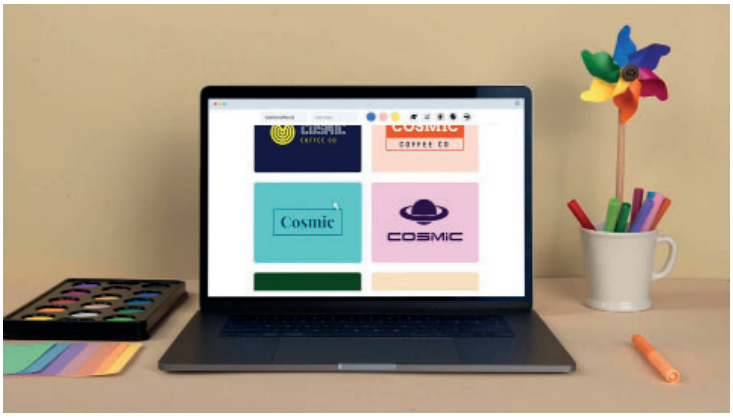
Graphic designer, web designer, designer generico, business owner

PRO:

- La UX è semplice presenta in maniera diretta i contenuti della piattaforma. Copywrighting essenziale:12 parole per descrivere di cosa si occupa ed il resto è demandato in larga parte alle grafiche.
- Creazione e contestualizzazione di contenuti associati alla creazione di logo. Il progetto permette di risparmiare anche un mese di lavoro di un team di progettazione di design delle fasi di definizione del concept sino all'esplicitazione del progetto effettivo.
- Creazione ed applicazione per supportare il designer nella creazione ed installazione.

CONTRO:

- Non si registrano particolari difetti: il desgin estetico è minimale facilitando funzionalità e fruibilità, il chatbot supporta tutti i dubbi che l'utente potrebbe avere non chiariti già in precedenza, la coerenza e standard inoltre è rispettata dal formato di menu e fruibilità per AI.
- Non si registrano particolari difetti eccetto eventuali necessità di personalizzazione di format specifici durante l'applicazione del logo al suo contesto.
- Di tanto in tanto si potrebbero ancora presentare errori formali, di leggibilità o semantici correlati a cosa il logo rappresenta, il ruolo del designer è ancora largamente necessario per assistere il suo cliente alla realizzabilità.


Cosmic
COSMIC

WORLD
PRESS RELEASE 06.28.16
DESIGN ORGANIZATION
WORLD
CARRY ON
DESIGN ORGANIZATION
WORLD
I AM
DESIGN ORGANIZATION

Elementi complessi

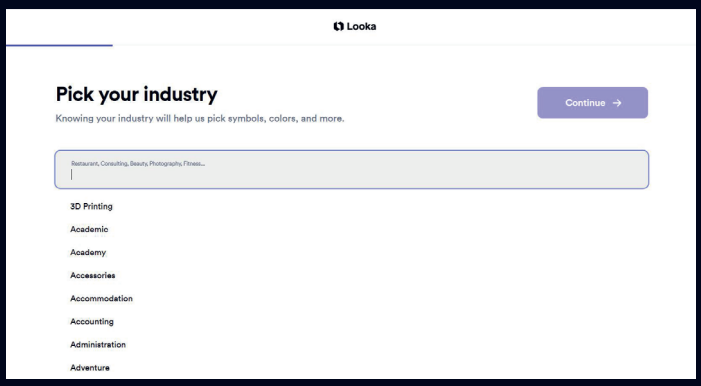
Novelty – Ottimale
E' possibile la realizzazione di decine e decine di loghi in pochi minuti anche con diversi nomi, slogan o colori correlati. Ciascuno di essi inoltre potrebbe creare scenari di applicabilità completamente differenti permettendo anche di visualizzare all'atto pratico la sua realizzazione.

Efficiency – Ottimale
In tempo quasi zerò si ha a disposizione l'intero book di progetto e di applicabilità del logo compresi i render fotorealistici e, in alternativa ritoccati con photoshop.

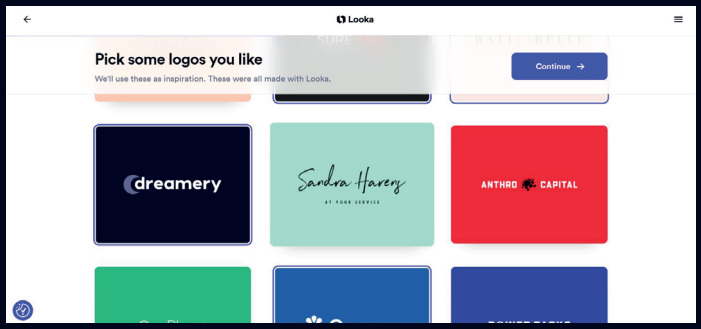
Personalization – Base
L'unica possibilità di personalizzazione è quella legata al logo, però per il resto la piattaforma è solo fruibile nel suoi risultati.

Knowledge from data – Avanzata
L'AI è inpostata in modo tale che non debba dipendere da caratteristiche tecniche rispettando comunque vincoli di leggibilità. Task complesse sono considerate implicite e questo, unito al punto precedente trasforma il lavoro di giorni in pochi minuti, carente però la possibilità di editing finale.

Human resemblance – Assente
L'AI è completamente narrow agendo in maniera passiva e essendo percepita all'utente come un tool.



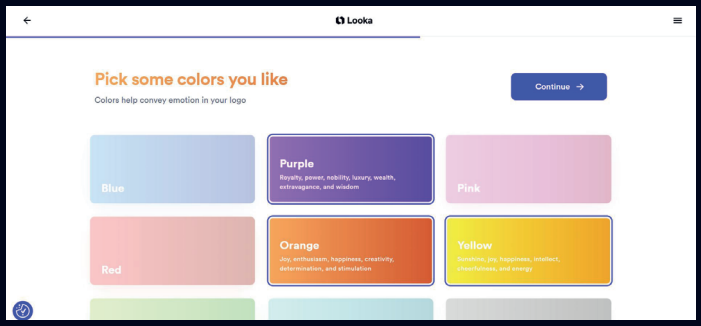
Human resemblance



Novelty

Efficiency

Personalization



Novelty

Efficiency

Personalization

Elementi complessi

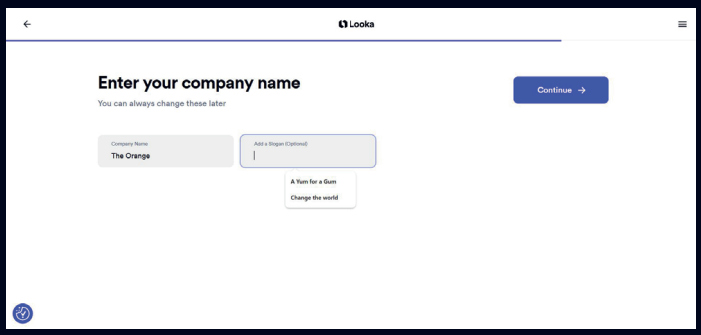
Novelty – Ottimale
E' possibile la realizzazione di decine e decine di loghi in pochi minuti anche con diversi nomi, slogan o colori correlati. Ciascuno di essi inoltre potrebbe creare scenari di applicabilità completamente differenti permettendo anche di visualizzare all'atto pratico la sua realizzazione.

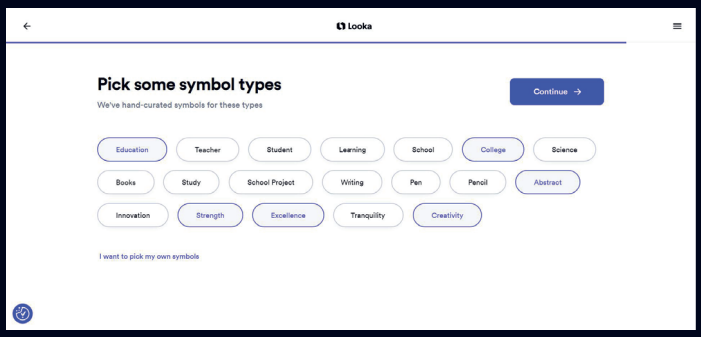
Efficiency – Ottimale
In tempo quasi zerò si ha a disposizione l'intero book di progetto e di applicabilità del logo compresi i render fotorealistici e, in alternativa ritoccati con photoshop.

Personalization – Base
L'unica possibilità di personalizzazione è quella legata al logo, però per il resto la piattaforma è solo fruibile nel suoi risultati.

Knowledge from data – Avanzata
L'AI è inpostata in modo tale che non debba dipendere da caratteristiche tecniche rispettando comunque vincoli di leggibilità. Task complesse sono considerate implicite e questo, unito al punto precedente trasforma il lavoro di giorni in pochi minuti, carente però la possibilità di editing finale.

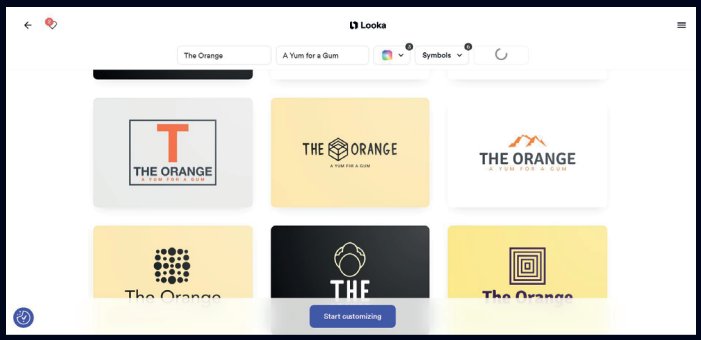
Human resemblance – Assente
L'AI è completamente narrow agendo in maniera passiva e essendo percepita all'utente come un tool.





Knowledge from data

Human resemblance



Novelty

Efficiency

Personalization

Elementi complessi

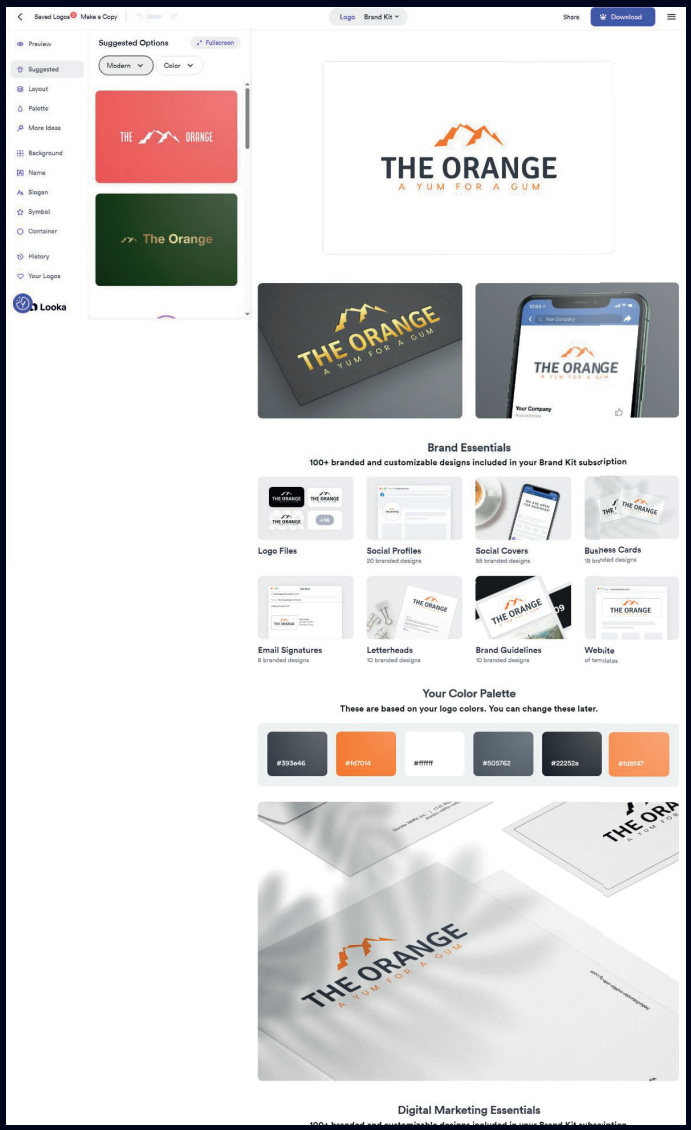
Novelty – Ottimale
E' possibile la realizzazione di decine e decine di loghi in pochi minuti anche con diversi nomi, slogan o colori correlati. Ciascuno di essi inoltre potrebbe creare scenari di applicabilità completamente differenti permettendo anche di visualizzare all'atto pratico la sua realizzazione.

Efficiency – Ottimale
In tempo quasi zerò si ha a disposizione l'intero book di progetto e di applicabilità del logo compresi i render fotorealistici e, in alternativa ritoccati con photoshop.

Knowledge from data – Avanzata
L'AI è inpostata in modo tale che non debba dipendere da caratteristiche tecniche rispettando comunque vincoli di leggibilità. Task complesse sono considerate implicite e questo, unito al punto precedente trasforma il lavoro di giorni in pochi minuti, carente però la possibilità di editing finale.

Ecosystem – Avanzata
L'AI genera di default il risultato in tutti o quasi i formati in cui ci si aspetta possa essere inserito un logo, questo include anche i formati vettoriali per ulteriori modifiche manuali. Manca però la possibilità di personalizzare gli output solo in quelli desiderati.

Attendibilità – Ottimale
Il fatto di offrire esempi visuali nella quale non è necessario immaginarsi il logo nella sua applicabilità rende l'intero sistema user-friendly e capace di compiere task anche molto all'avanguardia.



Novelty

Efficiency

Personalization

Knowledge from data

Ecosystem

Attendibilità

Elementi complessi

Taskade

https://www.taskade.com/

Obiettivi:

- Crea e allena Ai agents che pensano e completano le tasks all'interno del team.
- Può anche far dialogare più agenti e/o fare automatismi.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Marketers, managers, professionisti coordinatori di teams progettuali.

PRO:

- La piattaforma permette di mantenere sotto controllo progetti anche molto complessi e, potenzialmente, per ognuna delle singole tasks, assegnarvici un agente AI dedicato.

CONTRO:

- UX, UI e copywrighting confusi: a seconda dei casi cambia lo standard, la coerenza e la congruenza.
- Il servizio, per quanto indagato, è limitato solo a mappe ad albero e bullet lists con testi per punto relativamente corti (max 10-20 parole). Avere una struttura in cui è più semplice orientarsi e sulla quale anche se solo per meno informazioni c'è maggiore potenziali di sviluppo, renderebbe più semplice l'interagibilità.
- Avendo il servizio meno consistenza, è più difficile farci affidamento.

Elementi complessi

Marblism

https://www.marblism.com/

Obiettivi:

- Riduce il carico di lavoro al reparto di programmazione.
- Progetta una struttura di base già programmata per piattaforme web.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Programmatori web.

PRO:

- UX semplice e copy sintetico, questo permette una fruizione efficacie e ben gerarchizzata, cosa non ovvia nel settore della programmazione.
- Fornire in pochi secondi al programmatore una piattaforma associata a github sulla quale dover solo più correggere/aggiungere i dettagli o modificare parti mirate. Il dialogo con GitLens, è previsto anche il supporto per l'inserimento dello scheletro dell'app/piattaforma al di fuori della pagina embrionale di Marblism.
- Avere un assistente AI che può interagire con l'utente per applicare modifiche in manierqa locale-globale.

CONTRO:

- Se UX e copywright sono estremamente sintetici ed efficaci, lo stesso non si può dire della UI che sembra quasi carente, rispetto alle euristiche di Nielsen forse anche troppo minimale.
- Per le funzionalità dichiarate, la piattaforma è estremamente user-friendly per quanto riguarda i programmatori ma per nulla gli altri.
- Il servizio è limitato alla programmazione, ma i designers potrebbero essere un'utenza altrettanto interessata.

Componenti di progetto

Autodraw

https://www.autodraw.com/

Obiettivi:

- Generazione di icone partendo dal tratto con mouse o tavoletta grafica.
- Possibilità user-friendly di modificare icone senza softwares come Illustrator di Adobe.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Graphic designer, designer generico, utente generico.

PRO:

- UX minimale: 10 comandi ed un hambuger menu per garantire la massima visibilità, con un solo click inoltre è possibile fruire dei contenuti.
- Generazione di icone in base alla forma più vicina a quella disegnata dall'utente.
- Anche quando non ci si ricorda un nome esatto o si hanno necessità particlari sulla forma, l'AI permette di minimizzare l'editing per ricordursi a quelle potenzialmente più simili tramite image recognition.

CONTRO:

- Interfaccia troppo minimale, manca l'homepage; i contenuti sono poco chiari, a meno che non si sia cercato esplicitamente la funzionalità ci vuole un'attimo per comprendere cosa la piattaforma può fare.
- Non si possono creare loghi da se ma solo ricordursi al database della piattaforma.
- E' il paint nella produzione delle icone, ciò significa anche carenza professionale nell'approccio metodologico.

Componenti di progetto

Khroma

https://www.khroma.co/

Obiettivi:

- Generazione di colori in base agli accostamenti cromatici più efficienti.
- Definizione delle necessità dell'utente tramite una costante walkthrough in ogni step.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Graphic designer, designer generico, utente generico.

PRO:

- Khroma ha una UX un po proibitiva alla prima fase di log in, una volta che si ha accesso però è relatiamente di facile fruizione.
- Superato il prolisso sistema di generazione dell'AI iniziale, il sistema di selezione dei colori è molto efficacie permettendo di scegliere molteplici tipi di colori.
- L'ampia varietà di scelta permette di fare confronti esaustivi tra tutte le alternative di colore che ci potrebbero essere.

CONTRO:

- Troppi click necessari all'inizio e carenza di progettazione dopo il set up iniziale. Euristiche come la prevenzione degli errori, coerenza e standard o design minimale non sono quasi considerabili.
- Troppo sforzo per un'azione semplice come scegliere il colore, l'utente potrebbe non esserne interessato.
- Il sistema di filtri molto tecnico e specifico rende difficile la fruizione, ciò rende più difficile considerare un vero e proprio metodo d'uso.

Componenti di progetto

Color magic

https://colormagic.app/

Obiettivi:

- Generatore di palette alternative.
- Generatore di palette tramite associazione semantica.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Graphic designer, designer generico, utente generico.

PRO:

- Piattaforma prima di un vero e proprio sito web, vi è solo l'interfaccia correlata alla fruizione. Per l'interesse che ci si aspetta possa avere l'utente però, sembra essere ottimale: pochi click, copywrighting sintetico menu tradizionale in alto.
- Generazione di palette di colori per proissimità semantica di modo, se non ci si ricorda il nome di una tonalità specifica, in ogni caso di poter richiamare quel colore al contesto nella quale è presente.
- Ricostruzione della palette in base al valore, situazione o mood che si vuole richiamare.

CONTRO:

- Troppo minimale la UX e il copywrighitng, assente la UI ed il supporto all'utente.
- Servizio minimale con ridotte possibilità di scelta e di fruizione senza un vero e propri sito web da cui reperire le informazioni se si avessero dubbi.
- Se non si comprende in che modo l'AI associa semanticamente un colore ad un concetto, la piattaforma perde di funzionalità per l'utente.

Componenti di progetto

Huemint

https://huemint.com/

Obiettivi:

- Generazione di colore applicata/applicabile a progetti d'esempio e/o quelli dell'utente.
- Editing del progetto dell'utente previa upload del modella sulla sua piattaforma.

Canale di fruizione

Piattaforma online.

Utenti

Graphic designer, web designer, designer generico, utente generico.

PRO:

- UI migliorabile nella funzionalità d'uso ma generalmente efficacie. Copyright estremamente efficacie: sia nei testi di prova è estremamente sintetico ma chiaro al tempo stesso. UX più efficacie tra i tre per l'interesse aspettato dell'utente.
- Analisi di quali possono essere i colori di quali possono essere i colori più adatti alle necessità d'uso attraverso la loro applicabilità nel contesto pratico.
- Facilità di fruizione a seconda del livello di approfondimento desiderato: in due click si può generare il contenuto preferito o personalizzarlo con aspetti tecnici, colori specifici, etc...

CONTRO:

- Menu a lato troppo complesso e poco gerarchizzato. La UX nel complessivo funziona bene ma gli aspetti al menu di per se sembrano almeno all'apparenza carenti. Scarso supporto inoltre per gli utenti e per quanto riguarda la prevenzione/cura degli errori.
- Scarsa applicabilità e carente la privacy percepita da parte dell'utente verso i suoi dati.
- Le maket generate sono statiche si possono generare solo i colori ma non si possono neanche editare i contenuti della pagine nella quale questi vengono applicati. A seconda dei gusti estetici, alcuni utenti potrebbero essere riluttanti all'uso solo per questo ed il non riuscire ad immaginarsi la resa finale correlata.

2.4.3.8 Le altre categorie

I CASI STUDIO DIVERGENTI

Una volta definite le interfacce fini a se stesse, si è quindi proceduto a catalogare i 20 casi studio rimanenti, questi hanno avuto un duplice obiettivo: da un lato osservare i casi particolari di interfacce come Character.ai con cui vi si può anche dialogare, altri casi studio invece sono quelli in cui l'AI è insediata nei processi della vita di tutti i giorni. Questi possono andare da sistemi domotici, sistemi di IoT (internet of Things come un' apple watch), sistemi di automazone industriale, robot per il salvataggio eccezionale o robot come servitù di ogni giorno.

IL LIMITE DELLA FRONTIERA ODIERNA

Sin da subito però ci si è resi conto dei limiti associati a tale analisi: molto di questi casi infatti o non erano comparabili con gli altri casi studio o le informazioni non erano disponibili siccome accessibili solo a progetti personalizzati per le industrie richiedenti. Ulteriori studi a tal riguardo potrebbero far emergere il potenziale del settore vision al giorno d'oggi.

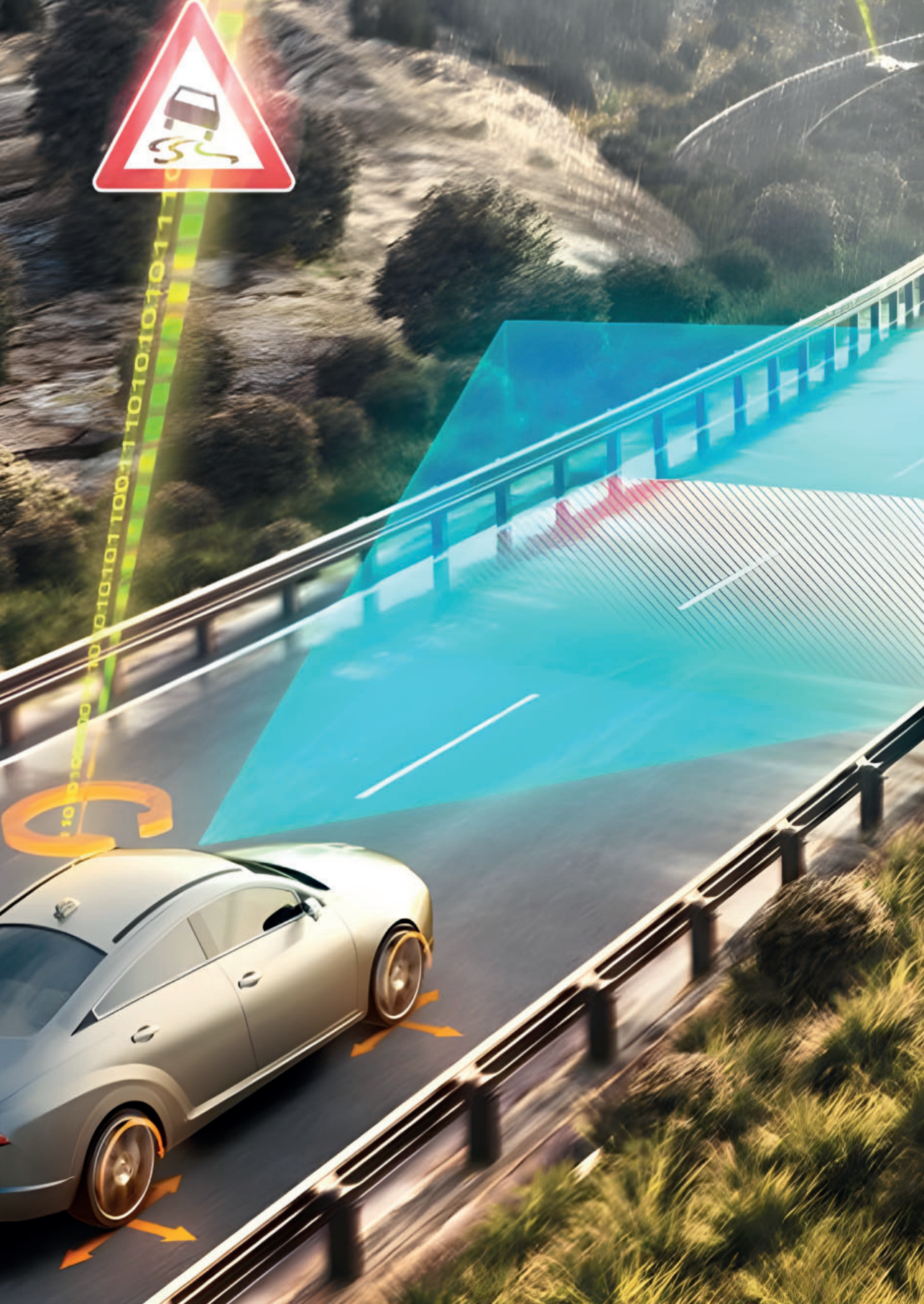
GLI ESEMPI NELLA FRAMMENTAZIONE DEL PARADIGMA

Si segnalano però due casi studio che sono stati ritenuti di particolare interesse benché completamente differenti: **Anyverse** è infatti specializzato nella simulazione tridimensionale, di sensoristica, di flussi urbani e di renderings associati.

Character AI invece è un esempio di interfaccia con cui è possibile avviare una chiamata e interagirvi come se si stesse parlando con un essere umano. A differenza dei chatbots come ChatGPT inoltre, è anche possibile personalizare le caratteristiche del chatbot, dalla voce, alla scelta lessicale fino al processo decisionale in cui il

chatbot si desidera che creda.

Altri casi studio come i robot della vita di tutti i giorni invece, sono anch'essi ritenuti interessanti, dato però che la loro classifciazione non prevede AI associate all'interfaccia si è preferito non citarli come tra quelli più rilevanti per evitare confusione.



Smart Systems

ANYVERSE

Creazione di un modello digital twin realistico nella quale inserire i propri prodotti e effettuarne una simulazione d'uso in base al contesto di utilizzo nella quale se ne potrebbe percepire la necessità. Di solito questo tipo di tecnologia è incentrato e progettato per le tecnologie a sensori simulate nel mondo realistico ma potrebbe essere applicato ad altri settori.

https://anyverse.ai/

Smart systems

Anyverse

Obiettivi:

- Generazione di spazi 3D partendo da dialoghi con chatbot in linguaggio Phyton.
- Simulazione di spazi urbani ed extra-urbani affollati e/o sensoristica.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app

Utenti

Urbanisti, produttori di sensori, produttori generici

PRO:

- UX sintetica anche se necessariamente tecnica. UI grezza ma in visibile dialogo con la UX: immagini di preview e preview nelle videate di visualizzazione permettono facilmente di vedere in contemporanea le alternative. Copyright sintetico ma estremamente tecnico.
- La compagnia, attiva da 25 anni in un settore sviluppatosi molto più di recente, ha vari tipi di collaborazione o con l'ambiente accademico (es. Stanford University) o con quello industriale (Nvidia).
- Interfaccia estremamente che unisce softwares come unity o blender a chatbots di programmazione.

CONTRO:

- Coerenza e standard solo in parte rispettati (coerenza e standard solo per compilatori), per il resto è nel complessivo estremamente ricca e complessa, questo rendere l'interfaccia nel complessivo poco user-friendly.
- Prendere i contatti con l'azienda prima di effettuare anche solo una demo, può essere un pain point per il servizio che non è così popolare.
- Senza conoscere Python o anche solo le basi di programmazione, non si è in grado di adoperare il software.

ANYVERSE
ANYVERSE | IN-CABIN
COMPLIANT, HIGH-QUALITY DATA
FOR NEXT-GEN AI VALIDATION
www.anyverse.ai

ANYVERSE
EVERYTHING YOU DIDN'T KNOW ABOUT
ANYVERSE
SYNTHETIC DATA PLATFORM FOR COMPUTER VISION
www.anyverse.ai
75%

Smart systems

Anyverse

Novelty – Intermedia
Non sono richieste tasks creative, i calcoli randomici perseguibili dentro il software tuttavia permettono di ipotizzare scenari prima sconosciuti.

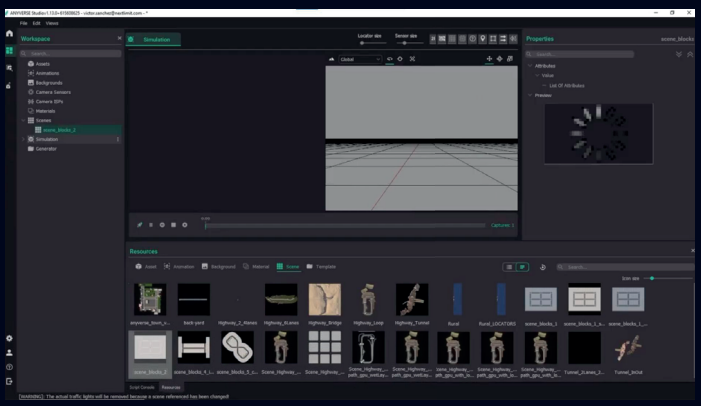
Efficiency – Avanzata
L'AI permette di avere un'elevato livello di complessità con pochi click grazie all'assistente virtuale ed al supporto durante la simulazione. Il sistema però è macchinoso, necessità innumerevoli click e competenze tra le quali python.

Personalization – Avanzata
Il livello di personalizzazione è estremamente elevato ed adatto a settori più tecnici, il carattere poco user-friendly dell'applicazione tuttavia non la rende di semplice fruizione.

Human resemblance – Intermedia
L'AI è in grado di interpretare interpolazioni 2D/3D, simulazioni di folla e alcuni effetti fisici. La larga maggioranza di queste cose però possono essere controllate solo da programmatori altamente specializzati.

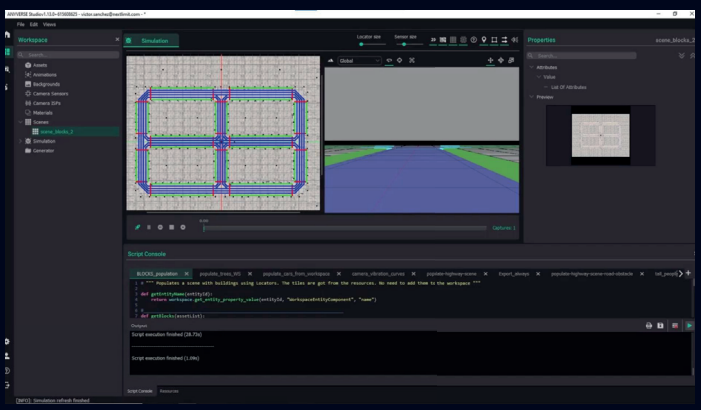
Ecosystem – Ottimale
L'AI è inserita in un ampio network di stakeholders tra partners di produzione, di supporto tecnico, di servizi correlati e ulteriori ricerche. Questo contribuisce a creare ulteriormente interesse ed innovazione per l'impresa.

Attendibilità – Avanzata
L'AI è estremamente tecnica è potrebbe richiedere che non ci sia persi nulla tra gli innumerevoli aspetti considerati a priori, di per se però è affidabile e i problemi principalmente sembrano essere dati dal contesto. L'interfaccia però, per via dell'elevato dettaglio tecnico rimane molto meccanica e di difficile fruizione.



Personalization

Ecosystem



Efficiency

Ecosystem

Attendibilità

Novelty

Efficiency

Human resemblance

Ecosystem

Attendibilità

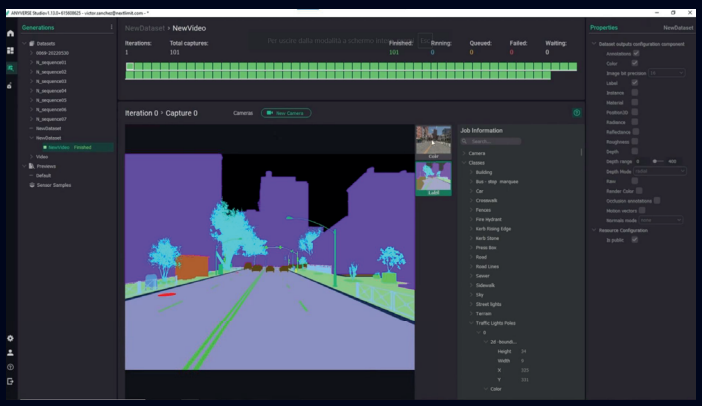
Smart systems

Anyverse

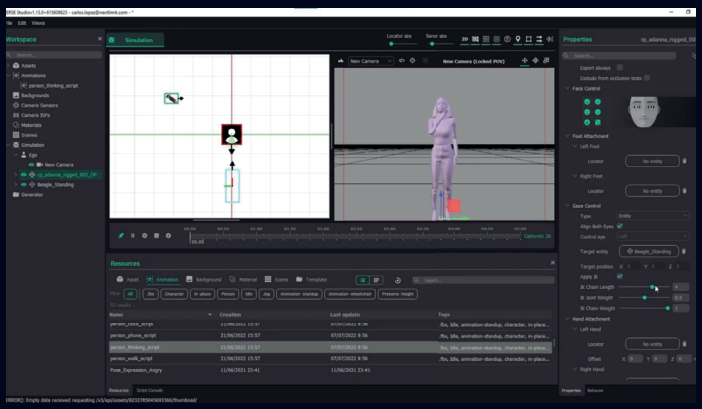
Knowledge from data – Ottimale
L'AI è in grado di avere le caratteristiche essenziali per funzionare per se stessa, per i sensori introdotti nella simulazione ed eventualmente di altre caratteristiche del mondo reale.

Ecosystem – Ottimale
L'AI è inserita in un ampio network di stakeholders tra partners di produzione, di supporto tecnico, di servizi correlati e ulteriori ricerche. Questo contribuisce a creare ulteriormente interesse ed innovazione per l'impresa.

Attendibilità – Avanzata
L'AI è estremamente tecnica è potrebbe richiedere che non ci sia persi nulla tra gli innumerevoli aspetti considerati a priori, di per se però è affidabile e i problemi principalmente sembrano essere dati dal contesto. L'interfaccia però, per via dell'elevato dettaglio tecnico rimane molto meccanica e di difficile fruizione.



Knowledge from data



KNowledge from data

Attendibilità

Ecosystem

Attendibilità

Smart systems

Anyverse

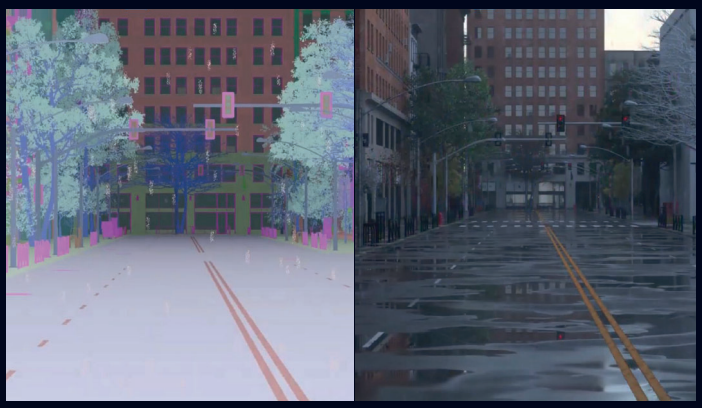
Efficiency – Avanzata
L'AI permette di avere un'elevato livello di complessità con pochi click grazie all'assistente virtuale ed al supporto durante la simulazione. Il sistema però è macchinoso, necessità innumerevoli click e competenze tra le quali python.

Knowledge from data – Ottimale
L'AI è in grado di avere le caratteristiche essenziali per funzionare per se stessa, per i sensori introdotti nella simulazione ed eventualmente di altre caratteristiche del mondo reale.

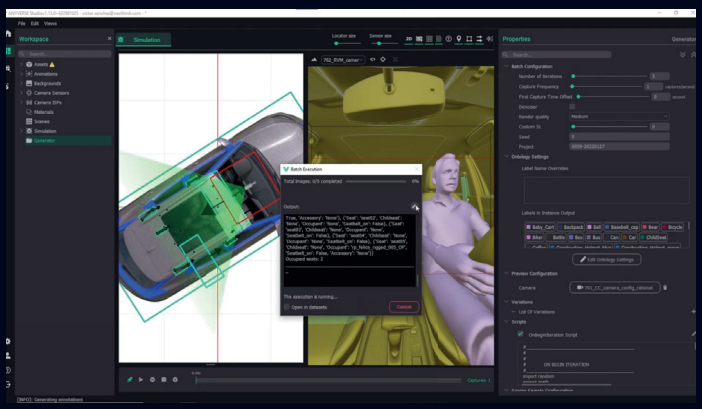
Human resemblance – Intermedia
L'AI è in grado di interpretare interpolazioni 2D/3D, simulazioni di folla e alcuni effetti fisici. La larga maggioranza di queste cose però possono essere controllate solo da programmatori altamente specializzati.

Ecosystem – Ottimale
L'AI è inserita in un ampio network di stakeholders tra partners di produzione, di supporto tecnico, di servizi correlati e ulteriori ricerche. Questo contribuisce a creare ulteriormente interesse ed innovazione per l'impresa.

Attendibilità – Avanzata
L'AI è estremamente tecnica è potrebbe richiedere che non ci sia persi nulla tra gli innumerevoli aspetti considerati a priori, di per se però è affidabile e i problemi principalmente sembrano essere dati dal contesto. L'interfaccia però, per via dell'elevato dettaglio tecnico rimane molto meccanica e di difficile fruizione.



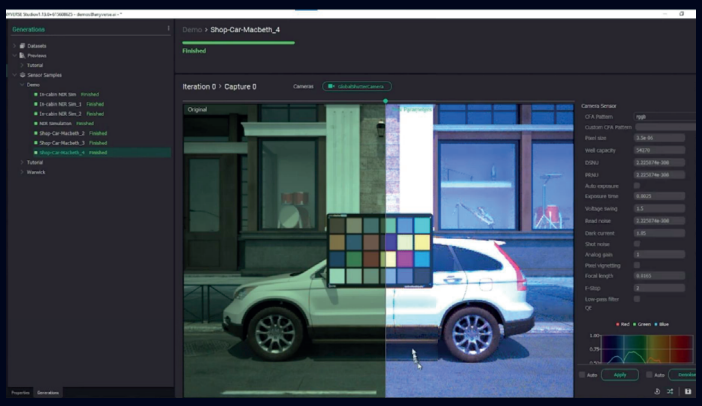
Knowledge from data



KNowledge from data

Human resemblance

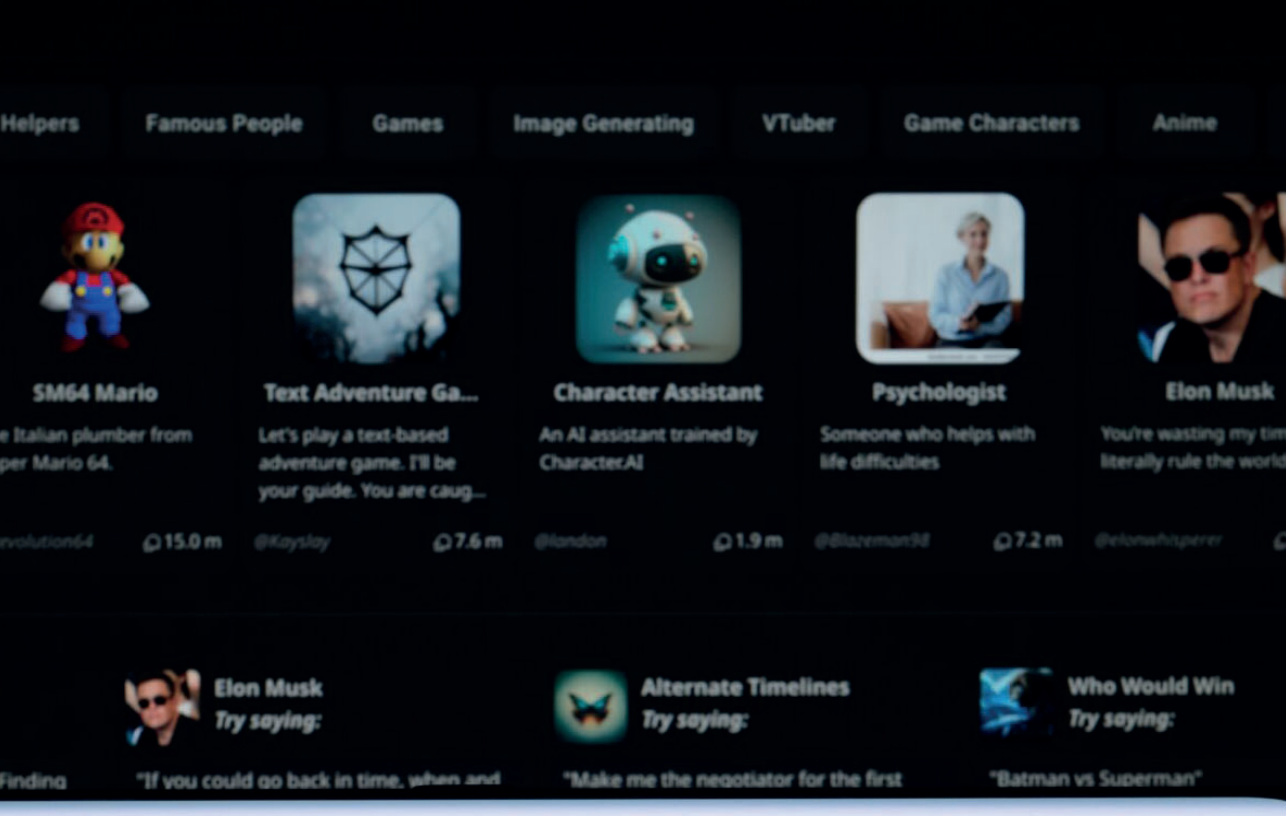
Attendibilità



Efficiency

Knowledge from data

Ecosystem



Character.AI

Robots

c.ai CHARACTER.AI

Servizio che simula la possibilità di parlare con i personaggi di varia natura. Tra questi si annoverano: psicologo, celebrities, personaggi fantastici e replice comportamentali dei films.

https://character.ai/

Robots

c.ai Character.ai

Obiettivi:

- Generazione di chatbots più o meno esperti a seconda della descrizione.
- Simulazione di dialoghi umani su ambiti più o meno tecnici.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app

Utenti

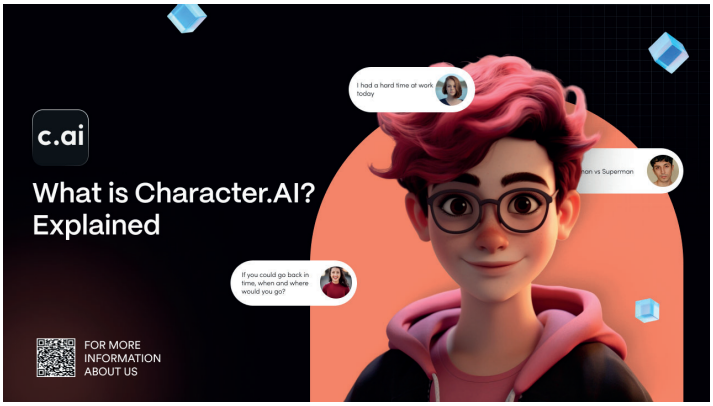
Utente generico

PRO:

- UX immediata: sin da subito vengono proposti degli NPC con cui dialogare e degli altri su cos'altro si potrebbe ottenere.
- Simulazione di discussioni tramite chat che possono essere focalizzate agli interessi dell'utente. eventualmente è possibile da app avviare anche chat vocali per dialogoare con l'Ai che l'utente stesso o altri potrebbero aver creato all'interno della community.
- Eventualmente si può creare anche una pagina personale con la quale l'AI può selezionare come l'utente può essere riconosciuto e con quale criterio selezionare le informazioni.

CONTRO:

- UI carente, l'interfaccia potrebbe trasmettere molte più emozioni di quelle che effettivamente vende.
- La qualità della riproduzione dell'audio non è uguale per tutti.
- L'AI può solo generare testi e voiceovers, la carenza delle immagini, in alcuni casi potrebbe rendere la fruizione notevolmente difficile, si precisa però che l'AI ha sufficienti capacità per rintracciare fonti esistenti ed aggiornate sui dati richiesti.


c.ai
What is Character.AI? Explained
I had a hard time at work today
If you could go back in time, when and where would you go?
FOR MORE INFORMATION ABOUT US

Is Character AI safe for kids?
KIDSLOX
9:41
Stella
Stella, why do I feel like you're up to something?
Up to something? Me? I'm just a humble AI basking in my own fabulousness.
And how does fabulousness side-eyeing me like that?
Should I be concerned?

Robots

c.ai Character.ai

Novelty – Ottimale
Se il chatbot viene creato per tale funzione, l'AI può avere anche funzioni creative per generare soluzioni in tal senso in pochi secondi.

Efficiency – Avanzata
Tempo di generazione minimo ed elevata consistenza durante la rielaborazione, carente e meccanico però il dialogo via call.

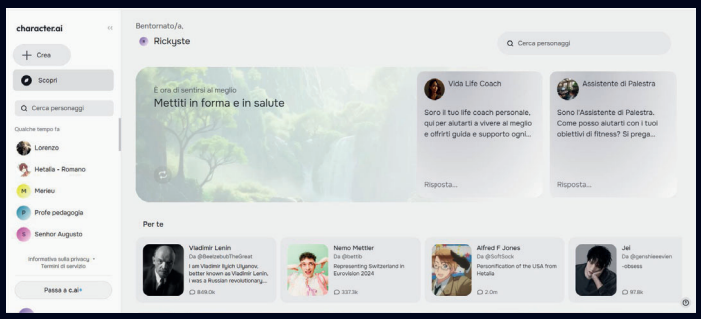
Personalization – Avanzata
Processo di creazione, personalizzazione e fruizione estremamente vario il cui unico limite è la fantasia. E' però proprio questa carenza di limiti a non guidare l'utente.

Knowledge from data – Ottimale
Potenzialmente le AI possono avere comprensione anche molto aggiornata e tecnica dei dati a seconda dei requisiti richiesti al bot ex-ante.

Human resemblance – Avanzata
L'AI riesce sia a dialogare tramite chat che via vocale. L'opzione vocale tuttavia è ancora lenta e poco istintiva nella generazione i cui tempi di dialogo sono molto più veloci.

Ecosystem – Avanzata
l'AI riesce a integrare anche scenari complessi e provenienti anche a fonti non affiliate al servizio. Il non avere una homepage tuttavia potrebbe, a volte creare un po di confusione se si cerca di orientarsi.

Attendibilità – Avanzata
Generazione di personaggi estremamente versatile e personalizzabile, il fatto però che questa sia possibile solo tramite descrizione testuale può essere causa di prove, tempo e errori.

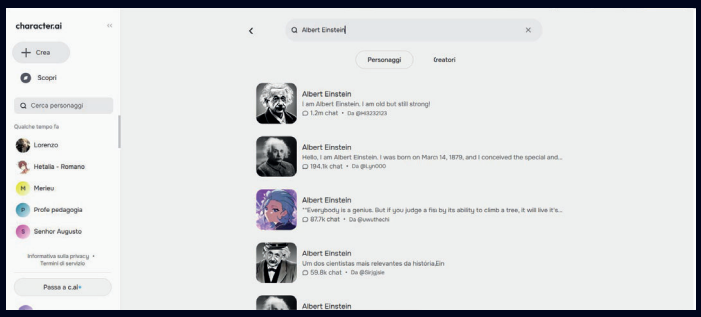


Novelty

Human resemblance

Ecosystem

Attendibilità

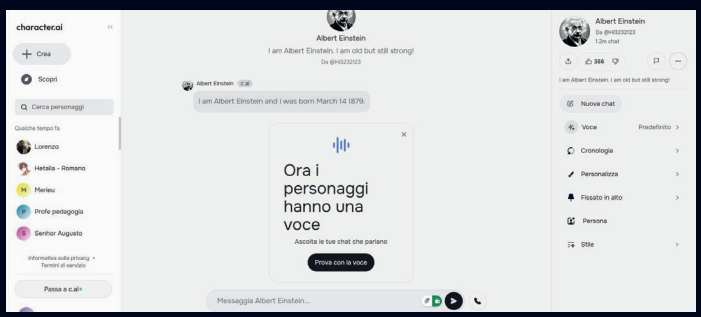


Efficiency

Knowledge from data

Human resemblance

Attendibilità



Personalization

Human resemblance

Ecosystem

Attendibilità

Robots

c.ai Character.ai

Personalization – Avanzata
Processo di creazione, personalizzazione e fruizione estremamente vario il cui unico limite è la fantasia. E' però proprio questa carenza di limiti a non guidare l'utente.

Knowledge from data – Ottimale
Potenzialmente le AI possono avere comprensione anche molto aggiornata e tecnica dei dati a seconda dei requisiti richiesti al bot ex-ante.

Human resemblance – Avanzata
L'AI riesce sia a dialogare tramite chat che via vocale. L'opzione vocale tuttavia è ancora lenta e poco istintiva nella generazione i cui tempi di dialogo sono molto più veloci.

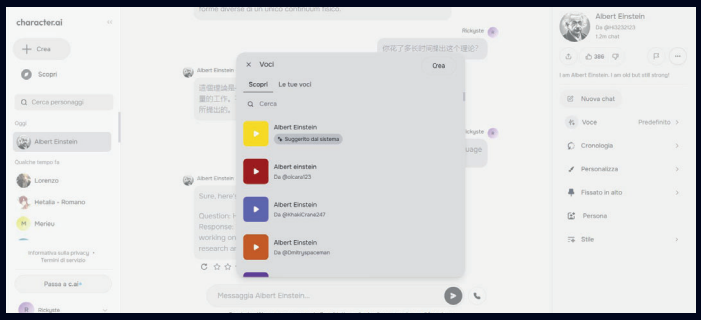
Ecosystem – Avanzata
l'AI riesce a integrare anche scenari complessi e provenienti anche a fonti non affiliate al servizio. Il non avere una homepage tuttavia potrebbe, a volte creare un po di confusione se si cerca di orientarsi.

Attendibilità – Avanzata
Generazione di personaggi estremamente versatile e personalizzabile, il fatto però che questa sia possibile solo tramite descrizione testuale può essere causa di prove, tempo e errori.

Knowledge from data

Human resemblance

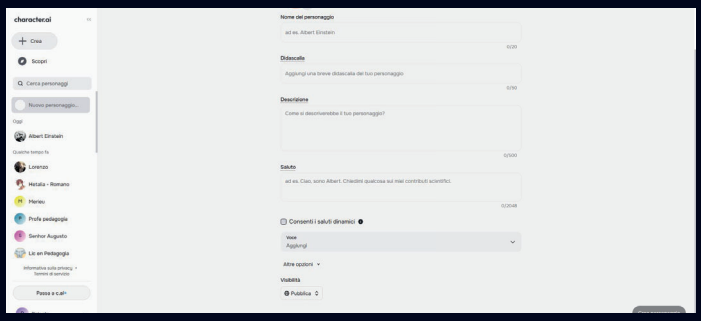
Attendibilità



Personalization

Knowledge from data

Attendibilità



Personalization

Ecosystem

Attendibilità

```
def on_key_press(self, symbol, modifiers):
    """Delegate key press"""
    if self.context_index == -1:
        if symbol == key.UP and not self.active_index == 0:
            self.menu_labels[self.active_index].color = [255, 255, 255, 255]
            self.active_index -= 1
            self.mags_dt = self.get_act_color_mag()
        elif symbol == key.DOWN and not self.active_index == 3:
            self.menu_labels[self.active_index].color = [255, 255, 255, 255]
            self.active_index += 1
            self.mags_dt = self.get_act_color_mag()
        elif symbol == key.ENTER:
            if self.active_index == 3:
                pyglet.app.exit()
            else:
                self.context_index = self.active_index
        elif symbol == key.ESCAPE:
            if self.context_index == -1:
                pyglet.app.exit()
            else:
                self.context_index = -1
    elif self.context_index == 1:
        if symbol == key.ESCAPE:
            self.context_index = -1

        else:
            self.cur_game.on_key_press(symbol, modifiers)

    else:
        if symbol == key.ESCAPE:
            self.context_index = -1
```

Coding

MACHINET

Plug-in associabile al proprio software di programmazione per il supporto da informazioni di carattere generale a carattere specifico. A seconda dell'abbonamento stretto, più l'abbonamento è ricercato, maggiore sarà il grado di precisione delle simulazioni nelle linee di codice che riesce ad eseguire.

https://plugin.machinet.net/

Coding

Machinet

Obiettivi:

- Fruire di AI su compilatori specializzati anche offline con nomi e roots condivise.
- Riconoscere e risolvere errori di programmazione più velocemente.

Canale di fruizione

Piattaforma online / Plug-in

Utenti

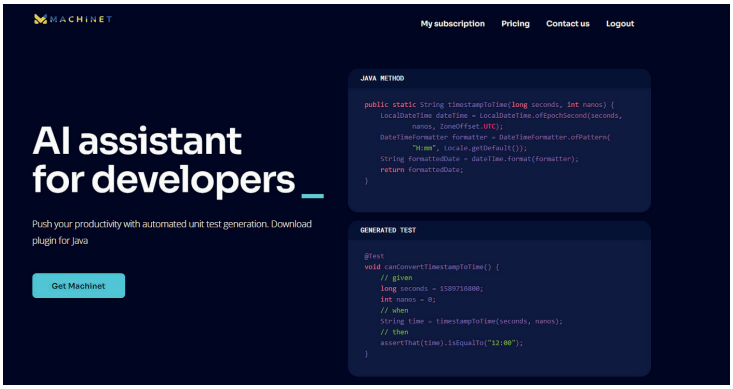
Programmatori, studenti, tecnici di settori informatici

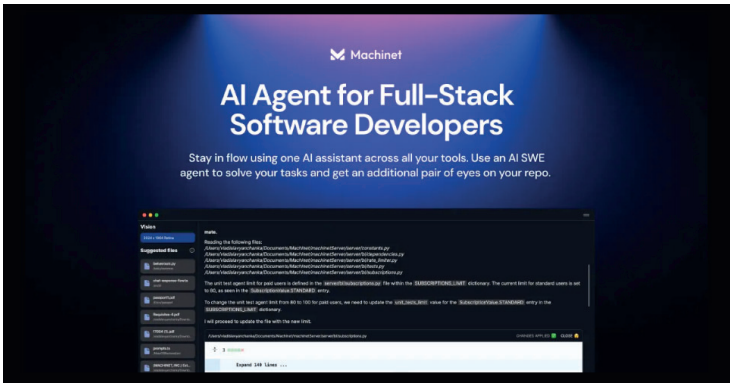
PRO:

- Copyright e UI invece sono estremamente semplificati fornendo chiaramente quali sono le loro necessità (anche in più linguaggi di programmazione) limitatamente a UX solo per tecnici di settore.
- Lettura e fruizione dei contenuti dei propri file locali di modo da fornire i servizi di ChatGPT ma personalizzati sul proprio dispositivo.
- Correzione, creazione e supporto in linguaggio NLP all'interno del proprio computer.

CONTRO:

- Percepire un linguaggio user-friendly con funzionalità ottimizzate per utenti non di settore comporterebbe confusione nella nomenclatura da usare. L'obiettivo del plug in è uno solo: essere funzionale.
- E' necessaria una forte consapevolezza e chiarezza quando si pone la domanda all'AI utilizzare termini troppo generici o poco chiari risulterà inconsistente.
- Potenza e performanza dell'AI tuttavia derivano dalla propria scheda grafica e dalla capacità di ottimizzarla all'interno della powershell/cms.


MACHINET
My subscription
Pricing
Contact us
Logout
AI assistant for developers _
Push your productivity with automated unit test generation. Download plugin for Java
Get Machinet
JAVA METHOD
public static String timestampToTime(long seconds, int nanos) {
LocalDateTime dateTime = LocalDateTime.ofEpochSecond(seconds, nanos, ZoneOffset.UTC);
DateTimeFormatter formatter = DateTimeFormatter.ofPattern("H:mm", Locale.getDefault());
String formattedDate = dateTime.format(formatter);
return formattedDate;
}
GENERATED TEST
@Test
void canConvertTimestampToTime() {
// given
long seconds = 1589716800;
int nanos = 0;
// when
String time = timestampToTime(seconds, nanos);
// then
assertThat(time).isEqualTo("12:00");
}


Machinet
AI Agent for Full-Stack Software Developers
Stay in flow using one AI assistant across all your tools. Use an AI SWE agent to solve your tasks and get an additional pair of eyes on your repo.

Coding

Machinet

Novelty – Intermedia
Creatività basata sul comprendere errori e scenari non ipotizzati prima nonché sullo scovare errori commessi dall'utente, scarsa capacità però nel proporre soluzioni disruptive.

Efficiency – Avanzata
L'ACon il vincolo di stare online, non riconoscere directory e camere, l'AI riesce a rispondere in tempo reale all'utente.

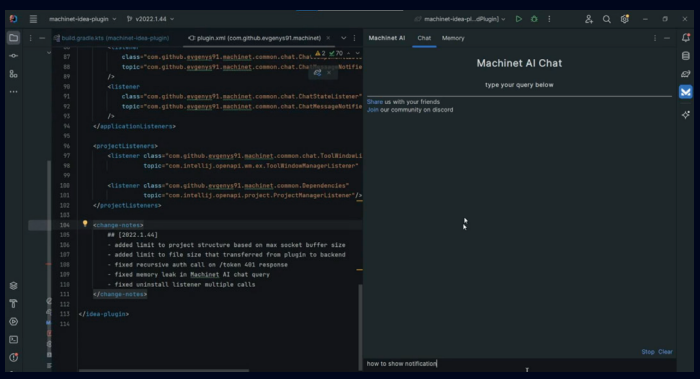
Personalization – Intermedia
Chatbot impiegabile come plug-in e dati memorizzabili per focalizzare l'attenzione, sono però carenti filtri che potrebbero avere funzione di supporto in caso di dubbi.

Knowledge of Data – Avanzata
L'AI ha un gran pool di conoscenze tecniche attraverso cui rispondere, il rischio di hallucination tuttavia può essere un'importante causa di frustrazione.

Human resemblance – Avanzata
L'AI riesce a interpretare l'umore dello scrivente e a regolare il tone of voice a seconda del costrutto logico della frase. riesce in oltre a comprendere quali possono essere le intenzioni dell'utente e usare il linguaggio più consono di conseguenza.

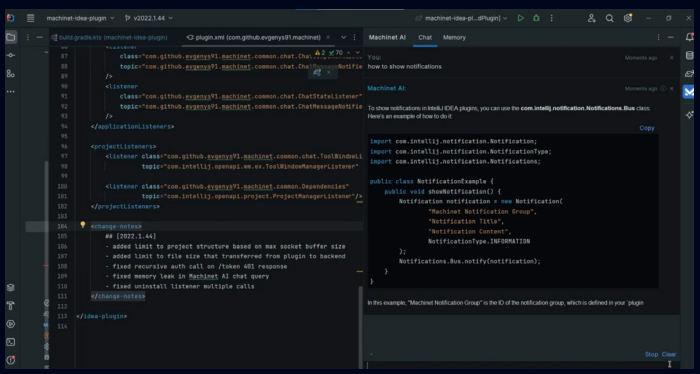
Ecosystem – Avanzata
L'AI è molto integrata con l'ambiente nativo del computer riuscendo a ricnoscere molteplici specifiche necessità, non riuscire a comprendere esigenze come il nome dei file directory e i nomi degli hardware correlati ai compilatori però è limitante.

Attendibilità – Avanzata
l'AI Ai performante su molti linguaggi di programmazione, linguaggi e necessità dell'utente, bias di interpretazione come l'hallucination però possono risultare 'rabbit holes' insuperabili.



Knowledge from data

Human resemblance



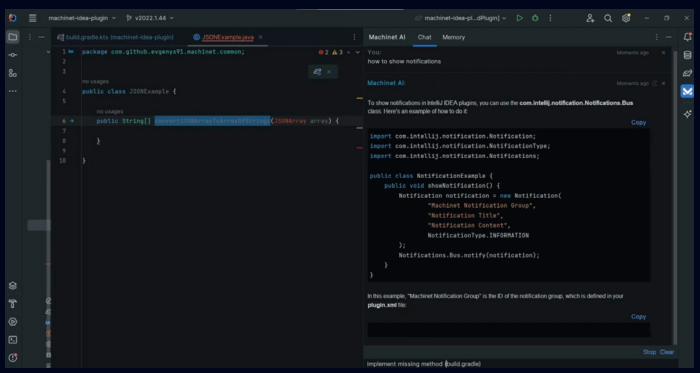
Novelty

Efficiency

Personalization

Ecosystem

Attendibilità



Novelty

Knowledge from data

Ecosystem

Attendibilità

Coding

OpenAI Codex

https://openai.com/codex/

Obiettivi:

- Analisi dei dati, assistenza alla programmazione.
- Sviluppo del linguaggio NLP per necessità più avanzate e personalizzate.

Canale di fruizione

Piattaforma online / open source / software / plug-in.

Utenti

Programmatori, studenti, tecnici di settori informatici, utente generico.

PRO:

- UX poco gerarchizzata ma sintetica nel proporsi per la complessità dei contenuti espressi.Analogamente, efficacie e sintetica anche la parte testuale che occupa gran parte dei contenuti fruibili in questa sezione del colosso OpenAI.
- Creazione, fruizione e uso di chat-bot specializzati a (potenzialmente) illimitate funzionalità.
- Creazione di AI applicabili ai settori specifici con istruzioni di base su come integrare il modello open source di OpenAI ad altre versioni alternative a chatGPT.

CONTRO:

- La carenza di UI riduce lo span di attenzione durante la fruizione dei contenuti, essendo al tempoo stesso causa di errori. E' infatti poco visibile l'icona dedicata al supporto ed assistenza degli utenti.
- Nessun difetto registrabile, OpenAI open source in collaborazione con github è il servizio standard più efficace e user-friendly se si vuole creare un'AI ma non si ha almeno una stanza piena di server per farlo.
- Le soluzioni proposte sono in gene-re per programmatori o conoscitori almeno minimamente del mondo AI essendo quindi poco user friendly.

Testo

PonyPilot

https://pony.ai/

Obiettivi:

- Cree softwares per auto a guida autonoma.
- Integrare softwares di guida autonoma nelle auto d'uso comune.

Canale di fruizione

Software / app.

Utenti

Compagnie automobilistche e servizi governativi.

PRO:

- UX particolarmente coinvolgente ed emozionante: si fa sedere l'utente nel sedile posteriore mostrando che non c'è nessuno alla guida. Il tablet, in aggiunta propone un'interfaccia che rende l'utente sempre partecipe delle vetture attorno all'auto e cosa sta succedendo all'esterno dell'abitacolo.
- Una volta all'interno dell'auto l'utente può inserire la destinazione attraverso il tablet all'interno dell'auto, e il software di comando della vettura effettua il calcolo automatico del percorso più efficiente.
- Soluzione sostitutiva ai taxisti in caso di carenza di personale.

CONTRO:

- Se non ci si fida dell'AI, non vedere nessuno al posto di guida ed un pannello che ne proibisce l'accesso, potrebbe essere un qualcosa che rende traumatico il viaggio.
- Ci potrebbero essere problemi etici con la potenziale perdita di lavoro dei taxisti e del personale correlato.
- Se compaiono degli ostacoli più rapidi del tempo di reazione dell'AI, a meno che l'intelligenza artificiale non sia stata sufficientemente allenata, non sarà in grado di evitarli.

Automazione veicoli

Tesla

https://www.tesla.com/support/autopilot

Obiettivi:

- Creazione di veicoli a guida autonoma fino al livello 2.
- Creazione di sistemi di vision alternativi al Lidar.

Canale di fruizione

Software / app.

Utenti

Compagnie automobilistche e servizi governativi.

PRO:

- UX istintiva ed efficace con messaggi del piano che intende seguire in autonomia.
- Assistenza alla guida o per evitare incidenti o per guidare al posto dell'utente.
- L'AI permette di contrastare ad esempio il sonno alla guida sterzando nella direzione opposta per rimanere in carreggiata o di ruotare autonomamente le ruote per cambiare corsia, prendere un'uscita, etc.

CONTRO:

- Di tanto in tanto la vettura potrebbe rischiare di prendere la direzione sbagliata o mal'interpretare la direzione da prendere.
- Le funzionalità proposte dall'AI sono ancora estremamente ridotte e con un database estremamente limitato per essere concorrenziale nel settore AI.

Smart systems

HIK Vision

https://www.hikvision.com/en/

Obiettivi:

- Creazione di soluzioni domotiche per ambienti domestici e/o industriali.
- Creazione di servizi associati alla domotica per gli ambienti per cui si sta progettando.

Canale di fruizione

Piattaforma online / app.

Utenti

Mercato B2B generico, utente generico.

PRO:

- Il servizio svolte tutto in automatico pertanto non è necessaria un'interfaccia d'uso se non per esigenze eccezionali.
- Fruizione sicura dei propri spazi privati garantendo privacy e sicurezza senza necessità di chiavi.
- Sia la sicurezza domestica o la protezione di segreti industriali, anche rubando le chiavi d'ingresso di uno spazio, con questo metodo non sarebbe possibile l'accesso.

CONTRO:

- Il servizio svolte tutto in automatico pertanto non è necessaria un'interfaccia d'uso se non per esigenze eccezionali.
- Non si riconoscono particolari difetti della compagnia.
- Se c'è un difetto nel sistema di facial recognition, i potenziali ladri possono entrare anche senza chiavi.

Smart systems

Skynet CCTV mass surveillance

https://thehill.com/opinion/technology/445726-chinas-weapon-of-mass-surveillance-is-a-human-rights-abuse/

Obiettivi:

- Supervisionare il territorio e sedare il tasso di criminalità tramite telecamere.
- Rewarding system con valutazione a seconda delle buone azioni riprese dalle telecamere.

Canale di fruizione

Qualsiasi

Utenti

Governo Cinese.

PRO:

- L'AI non è dotata di interfacce e/o queste non sono rese pubbliche.
- In tempo reale riesce a documentare le azioni compiute dai cittadini, classificarle e analizzare dove sono presenti le criticità per eliminarle.
- Tra le AI osservate, come capacità di riealaborazione è quella che ha maggiormente il potenziale per diventare una super AI.

CONTRO:

- L'AI non è dotata di interfacce e/o queste non sono rese pubbliche.
- Tale tipo di sistema, è stato più volte ripreso dalla letteratura come 1984 di Orwell.
- Anche se ha le capacità per diventare una super AI, è carente di human resemblance, fattore essenziale per la fiducia in essa.

Smart systems

Angelcompany

https://www.angelcompany.com/

Obiettivi:

- Creazione di soluzioni domotiche per yachts, edifici, astronavi, aerovelivoli, veicoli, treni.
- Creazione di servizi associati alla domotica per il veicolo per cui si sta progettando.

Canale di fruizione

Piattaforma online / software / app.

Utenti

Industrie o utenti privati facoltosi interessati al lusso.

PRO:

- Non è presente un'interfaccia definita: viene progettata ad hoc con il cliente in base alle sue necessità, dagli aspetti più tecnici a quelli più generici.
- Creazione di sistemi intelligenti per varie tipologie di settori industriali del trasporto e industria sino al settore privato.
- Creazione di sistemi automatizzati ad hoc con risultati qualitativi tipo siri della Apple.

CONTRO:

- Il sito web di per se è carente dato che non mostra nessun esempio pratico, forse anche per una maggiore discrezione dei clienti, tuttavia non è comunque possibile definire un'interfaccia siccome queste sono progettate di volta in volta in maniera differente.
- L'elevato costo fa si che solo le compagnie più ricercate e che possono permetterselo siano potenziali clienti.
- L'elevato costo per una produzione artigianale potrebbe non sempre coincidere con la competitività di mercato ma dare l'illusione che sia l'opzione migliore.

Smart systems

Apple

https://www.apple.com/it/siri/

Obiettivi:

- Assistente virtuale/chatbot nelle operazioni di ricerca e reperimento di informazion online.
- Assistente per il controllo e la supervisione di ambienti reali come domotica e industria.

Canale di fruizione

Piattaforma online / plug-in /app.

Utenti

Utente generico.

PRO:

- UX intuitiva siccome completamente assistita dal chat vocale e/o testuale.
- La UX di siri è estremamente semplice attraverso l'iconico comando 'Hei siri' la si può riattivare dal proprio dispositivo e chiedergli verbalmente di compiere delle azioni.
- Compiere azioni al posto dell'utente quando questo è indisposto, carente di voglia o per motivi personali. L'AI tuttavia può anche compiere sole chiaccherate o dedicarsi al management della domotica.

CONTRO:

- Se inavvertitamente si preme il bottone che avvia il comando o l'AI interpreta erroneamente il mispeel del suo nome, questa potrebbe accendersi senza averlo richiesto, causando potenziali fastidi.
- Aspetti correlati all'invasione della privacy da parte dell'AI potrebbero causare problemi etici.
- Le task che gli possono essere affidate di solito devono essere estremamente semplici per evitare errori o guffs sociali e potrebbero aver necessità di essere ricontrollate.

Automazione manifatturiera

Fanuc corporation

https://www.fanuc.co.jp/eindex.html

Obiettivi:

- Produzione e realizzazione di robots per la produzione autonoma.
- Produzione di softwares e servizi associati ai robots per la produzione autonoma.

Canale di fruizione

Piattaforma web / software.

Utenti

Industria produttiva generica /specializzata.

PRO:

- Anche se la UX è pressoché assente, una buona gerarchizzazione permette subito di comprendere di cosa si occupa la compagnia, quali sono i partners e quali sono i possibili servizi correlati.
- La compagnia è in grado di produrre un'elevato numero di prodotti e l'utente può autonomamente scegliere tra di essi quello che preferisce.
- L'utente consapevole può consultare liberamente tra i prodotti offerti e arrivare dal team di progettazione già con un'idea in mente se è interessato.

CONTRO:

- UX e aspetti annessi difficile da valutare essendo ogni servizio fatto su misura date le dimensioni del progetto.
- Per quello che è visibile dal sito, UI totalmente sgranata e programmata in html. Da un'altro punto di vista, invece, c'è carenza di engagement nel farsi conoscere a potenziali nuovi clienti.
- La carenza di engagement durante la fruizione della piattaforma potrebbe essere anche vista come una carenza di professionalità della compagnia.

Automazione manifatturiera

Siemens

https://xcelerator.siemens.com/global/en/industries/electronics.html

Obiettivi:

- Piattaforma creata per potenziare il processo di trasformazione digitale delle imprese.
- Supporta gli utenti nel trovare gli hardware/software, inclusa l'IoT, tra le soluzioni di Siemens.

Canale di fruizione

Piattaforma web.

Utenti

Industria produttiva generica /specializzata.

PRO:

- UX esperienziale anche se non sempre chiaro. In alcuni punti in particolare, dialogando con la UI riesce ad associare visualmente i concetti.
- Il servizio propone tecnologie che possono creare digital twin del proprio processo produttivo. Elemento di pregio è inoltre la collaborazione con le compagnie produttrici di bim e simulazioni ingegneristiche come solidworks che contribuisce a dare ulteriore consistenza al contenuto offerto.
- Comprensione di come integrare verticalmente il proprio processo produttivo con il digital twin e conseguentemente come renderlo più dinamico.

CONTRO:

- UX non definita e contenuti difficilmente gerarchizzabili a livello di copy.
- Il servizio offerto della compagnia è estremamente vasto e, considerato che il digital twin è solo un servizio ausiliario si potrebbe creare confusione sulle sue effettive possibilità.
- Avere un chatbot anche solo creabile con la versione gratuita di OpenAI potrebbe supportare al dialogo/assistenza cliente e contemporaneamente mantenere i rapporti.

Automazione manifatturiera

Rockwell Automation

https://www.rockwellautomation.com/en-us.html

Obiettivi:

- Ottmizzazione e automazione dei processi industriali.
- Ricerca e supporto tramite servizi alla prouzione e all'uso.

Canale di fruizione

Piattaforma web / software / app.

Utenti

Industria produttiva generica /specializzata.

PRO:

- La fruizione dell'interfaccia non è possibile: quella online è solo promozionale e quella fisica è adattata-ta al singolo caso. Una valutazione in tal senso rischierebbe di non essere oggettiva.
- Creazione di smart manutafturing e digital twin correlato per produzioni lineari e la loro automazione.
- Affianco alla produzione dei robots e dell'equipment necessario al loro funzionamento possono anche essere lasciati certificati o servizi di consulenza di varia natura.

CONTRO:

- La fruizione dell'interfaccia non è possibile: quella online è solo promozionale e quella fisica è adattata-ta al singolo caso. Una valutazione in tal senso rischierebbe di non essere oggettiva.
-
-

Automazione manifatturiera

Yokogawa

https://www.yokogawa.com/eu/

Obiettivi:

- Produzione di servizi sostenibili per l'industria.
- Supporto tramite ai nella ricerca di soluzioni innovative & sostenibili.

Canale di fruizione

Piattaforma web / software / app.

Utenti

Industria produttiva generica /specializzata.

PRO:

- Piattaforma web concorrenziale ma con margini di sviluppo per quanto riguarda la UI. Essenziale ma senza tone of voice il Copyright.
- Il servizio tratta tematiche emergenti e non sempre scontate quali la sostenibilità in contatto con le necessità e vincoli tecnologici.
- La compagnia è un esempio di applicazione dell'ottica sistemica in ambito industriale.

CONTRO:

- Assente la UX, carente nella gerarchizzazione, design semplice e prevenzione degli erroi. con 4 livelli di sottofiltri in due formati differenti è difficile comprendere la logica di navigazione.
- Servizio estremamente ampio dal punto di vista dell'offerta ma poco efficacie nel comunicarsi per mostrare almeno sul proprio sito come la compagnia riesce a trattare i sistemi complessi.
- La difficoltà nella UX della compagnia rende difficile anche una percerzione tangibile dei risultati che essa può offrire.

Robots

Unitree robotics

https://www.unitree.com/

Obiettivi:

- Produzione di robot umanoidi e animali per l'esplorazione e il combattimento.
- Ricerca e produzione di robots che possano muoversi in condizioni estreme.

Canale di fruizione

Piattaforma web / software.

Utenti

Polizia, industrie pompieri, utente generico.

PRO:

- PerformantI i movimenti del robot e la UX/UI della piattaforma web.
- Prezzo concorrenziale rispetto alle skills multitasking e sovradimensionate del robot che può essere sia a scala canina che umana.
- I robot umani e cane nella maggior parte dei casi hanno la capacità di arrivare in posti troppo pericolosi per l'essere umano ed una forza maggiore alle alternative biologiche.

CONTRO:

- Poco ergonomica l'interfaccia d'uso se si vuole operare il controllo manuale dei robot, carente inoltre la presenza di feedbacks durante l'uso se vengono dati specifici comandi. Dal punto di vista dell'interfaccia web invece, carente il copyright che non sempre esplicita le informazioni.
- La carenza di applicazioni d'uso rende difficile l'adozione dei prodotti offerti. Avere degli esempi di persone che li usano nella quotidianità potrebbe renderli più user-friendly.
- In genere le tasks che possono compiere i robot sono solo semplici ed i cani in particolare potrebbero aver problemi a correre come le alternative biologiche.

Robots

Agility robotics

https://agilityrobotics.com/

Obiettivi:

- Produzione di robots per il trasporto merci e l'impilamento delle risorse materiali.
- Coordimamento di grandi volumi di robots adibiti allo stoccaggio.

Canale di fruizione

Piattaforma web / software.

Utenti

B2B generico.

PRO:

- UX d'uso semplice ed efficace mostrando semplicemente i percorsi che i singoli robot seguono.
- I robot possono potenzialmente fare concorrenza alle alternative dello smart manufacturing se vengono programmate per fare gli stessi movimenti ripetuti, avendo però la possibilità di essere intercambiabili nelle loro funzioni d'uso. Casi studio di come sono stati applicati, in aggiunta, aiutano a quantificare come e quanto possono essere integrati nei processi produttivi già esistenti.
- I robot proposti dal servizio sono estremamente versatili e intercambiabili tra le postazioni di lavoro.

CONTRO:

- UX – UI e copyright della piattaforma web poco coinvolgente e prolissa. Un design semplice che aiuti alla prevenzione degli errori e dei testi più sintetici e gerarchizzati aiutterebbero alla fruizione.
- Le soluzioni proposte possono avere varie funzionalità d'uso, tuttavia i movimenti sono ancora rigidi. La carenza di feedbacks verbali, in aggiunta potrebbe causare mal'interpretazione durante l'uso che solo a seguito di controlli più approfonditi potrebbe essere rivelata.
- Bias nella lettura dei sensori potrebbero scambiare i contenuti delle scatole trasportate, se non ci se ne accorge in tempo questo potrebbe causare gravi disagi in cascata.

Robots

Sanctuary.ai

https://sanctuary.ai/

Obiettivi:

- Produzione di robots specializzati nei lavori di precisione.
- Produzione di automi umanoidi per il lavoro autonomo.

Canale di fruizione

Piattaforma web / software.

Utenti

Utente generico.

PRO:

- A dispetto di molta concorrenza, l'AI è contemporaneamente in grado di coordinarsi e parlare. La UX del sito invece ha una gerarchizzazione dei contenuti semplice ed efficace.
- La compagnia fa costantemente e ricerca, tra le ultime collaborazioni c'è quella con la microsoft per lo sviluppo di Robots in grado di compiere tasks generiche.
- Se allenata correttamente, l'AI può compiere manovre di precisione.

CONTRO:

- L'interfaccia del robot è ancora primordiale: poco coordinata nei movimenti tra le braccia e lenta nell'esecuzione. Il sitoweb invece potrebbe essere potenziabile nella gerarchizzazione, nel design minimalista e nell'assistenza ai clienti offrendo un chatbot o una FAQ al supporto appena entrati.
- L'AI, se dovesse essere presentata sul mercato, sarebbe ancora poco concorrenziale.
- La lentezza nei movimenti rende l'AI poco interessante.

Robots

Softbank Robotics

https://www.softbankrobotics.com/

Obiettivi:

- Casa produttrice di robots per l'accoglienza e la servitù.
- Può produrre anche automi umanoidi in grado di compiere tasks complesse.

Canale di fruizione

Piattaforma web / software.

Utenti

B2B generico / utente generico.

PRO:

- UX della piattaforma web immersiva, appena entrati nella homepage, in pochi secondi viene proposto un video assonometrico che mostra quali funzionalità e prodotti alternativi aspettarsi. tone of voice chiaro: formale ma sfacciato.
- Servizio specializzato nelle funzioni d'accoglienza e servizio per il terzo settore e/o per minime faccende domestiche.
- Assistenza ai servizi di base per il trasporto e l'accoglienza utenti.

CONTRO:

- UI estremamente performante per quanto riguarda l'entrata nella piattaforma web ma carente per il resto.
- Se l'utente desidera sentirsi accolto le Ai non possono offrire questo servizio mentre all'interno dei magazzini si potrebbe rischiare di essere investiti e/o incorrere in problemi di scontri tra macchine conseguenti.
- I movimenti e le possibilità sono ancora molto rigide, la human resemblance non sempre è possibile.

Robots

Figure.ai

https://www.figure.ai/

Obiettivi:

- Automa umanoide sviluppato da OpenAi per comprere task complesse in contesti reali.
- Può: svolgere lavori domestici, in fabbrica, intrattenere dialoghi e imparare in tempo reale.

Canale di fruizione

Piattaforma web / software.

Utenti

B2B generico / utente generico.

PRO:

- Per interfacce se ne intendono di due tipi: quelle della piattaforma web nella quale è possibile consultare i servizi offerti e quelli fisici con la quale è possibile interagire con l'AI. Il principale pregio sembra essere però all'interno dell'interfaccia fisica: l'assistente virtuale ChatGPT in un corpo fisico ha le capacità di rispondere in maniera realisticamente umana anche se con lentezza e la tipica rigidità dell'AI.
- La collaborazione con OpenAI permette di specializzarlo per eventuali settori produttivi nelle mansioni meccaniche e ripetitive.
- Dialogando con l'androide si può chiedergli di compiere task semplici nell'interazione con il mondo reale o intrattenere semplici chiaccherate.

CONTRO:

- Dal punto di vista UX, la piattaforma web è vuota di contenuti non comprendendo bene quale sia esattamente il servizio offerto. Dal punto di vista della UI, la presenza di lunghi testi non gerarchizzati rende difficile la consultazione, idem dal punto di vista del copyright.
- Malgrado sia attivo da vari anni, il servizio non pubblica storie di successo ad esso correlato, Questo potrebbe impedire di comprendere realmente di cosa l'AI è capace.
- I lunghi tempi di attesa e il vincolo di poter assegnare solo semplici task rende poco engaging l'acquisto anche se i movimenti sono molto più fluidi del normale.

Robots

Candy Valley Netowork

https://candyvalleynetwork.com/

Obiettivi:

- Simulazione VR multisensoriale a scopo erotico.
- Creazione di un mondo virtuale intimo in cui 'testare' i giochi erotici sul sexbot.

Canale di fruizione

Piattaforma web / software.

Utenti

Utente erotico.

PRO:

- All'interno del VR, l'interfaccia è statica e le interazioni non sempre funzionano in maniera fluida (es. click al dispencer per nuovi strumenti).
- Il sexbots può essere contemporaneamente un'altro/a player nella quale sesso e features possono essere personalizzate.
- Esplorare il corpo umano ed i propri desideri sessuali in ambiente controllato.

CONTRO:

- Il sito web è carente su tutto: UX non gerarchizzata e priva di uno storytelling, copyright senza tone of voice e senza sintesi, assenza di UI nella piattaforma.
- Dal punto di vista sociale, l'AI potrebbe avere problemi etici in quanto incitazione alla violenza: all'interno dell'app VR è possibile schiaffeggiare il bot che orgasma come se avesse piacere, cosa particolarmente controindicata rispetto alla violenza di genere.
- Le risposte del bot, dal punto di vista fisico (al contatto) possono essere anche visivamente realistiche, ma il comportamento dell'AI è relativamente surreale nonché rigido.

Robots

Realdoll

https://www.realdoll.com/

Obiettivi:

- Ricerca e sviluppo di real dolls dotate di Ai per il piacere del sesso maschile.
- Vendita di giochi erotici per il sesso femminile.

Canale di fruizione

Piattaforma web / software.

Utenti

Utente erotico.

PRO:

- L'interfaccia dell'androide responsive replicando il più possibile mimica e movimenti/gestures/espressioni umane.
- L'AI è sia in grado di muovere il proprio corpo che parlare simulando dal punto di vista comportamentale di essere una persona. All'interno della piattaforma invece, l'attenzione dell'utente è catturata potendo modificare con dei filtri di selezione d'acquisto i contenuti potendo così scegliere dimensioni, aspetto e caratteristiche dell'AI.
- L'AI può accettare di fare le cose a cui le persone non accetterebbero mai eticamente di essere sottoposte.

CONTRO:

- L'interfaccia fisica è molto difficile da fruire siccome le interazioni sono ancora primitive e possono compiere solo task semplici. La piattaforma invece si mostra un avanzato e-commerce anche se fortemente migliorabile dal punto di vista UX e UI.
- I movimenti della sex doll sono in genere molto rigidi e azioni semplici come seguire l'interlocutore con gli occhi o coordinare i movimenti con la voce, non sembrano essere possibili.
- La scarsa espressività può essere causa di disengagement.

Robots

Fourier intelligence

https://fourierintelligence.com/

Obiettivi:

- Ricerca e produzione di robots ad uso militare.
- Ricerca e produzione di robots ad uso ospedaliero ed educativo.

Canale di fruizione

Software / piattaforma web.

Utenti

Strutture militari, ospedali scuole.

PRO:

- UX del sito esperienziale, dopo un video promozionale, la videata successiva permette di selezionare le singole parti per fruire delle informazioni tecniche. Copyright sintetico e efficacie per la funzione.
- Produzione e distribuzione di robot di vario uso: da quello medico a quello militare o educativo.
- Il robot può eseguire tutto quello per cui è programmato nei movimenti e gestures.

CONTRO:

- L'interfaccia dell'AI non è resa esplicitamente nota nelle sue funzionalità pertanto è difficile stimarne pregi o difetti, dal punto di vista della piattaforma web tuttavia, non si registrano particolari difetti.
- La mancanza di esempi applicativi rende difficile comprendere come integrare il robot nel contesto culturale di riferimento, questo forse anche per i segreti industriali correlati.
- Le AI sono ancora un po rozze e difficilmente possono realizzare i movimenti agili dei soldati, dal punto di vista medico invece, errori nei sensori potrebbero riconoscere i pazienti nella maniera sbaglia o potrebbero portarli nel posto sbagliato.

Robots

Hackbot.net

http://hackbot.net/

Obiettivi:

- Creare cheats e trucchi per videogiochi.
- Supportare /essere supportati nella ricerca di cheats funzionali ai giochi da 'truccare'.

Canale di fruizione

Software / piattaforma web / app / plug-in.

Utenti

Gamers.

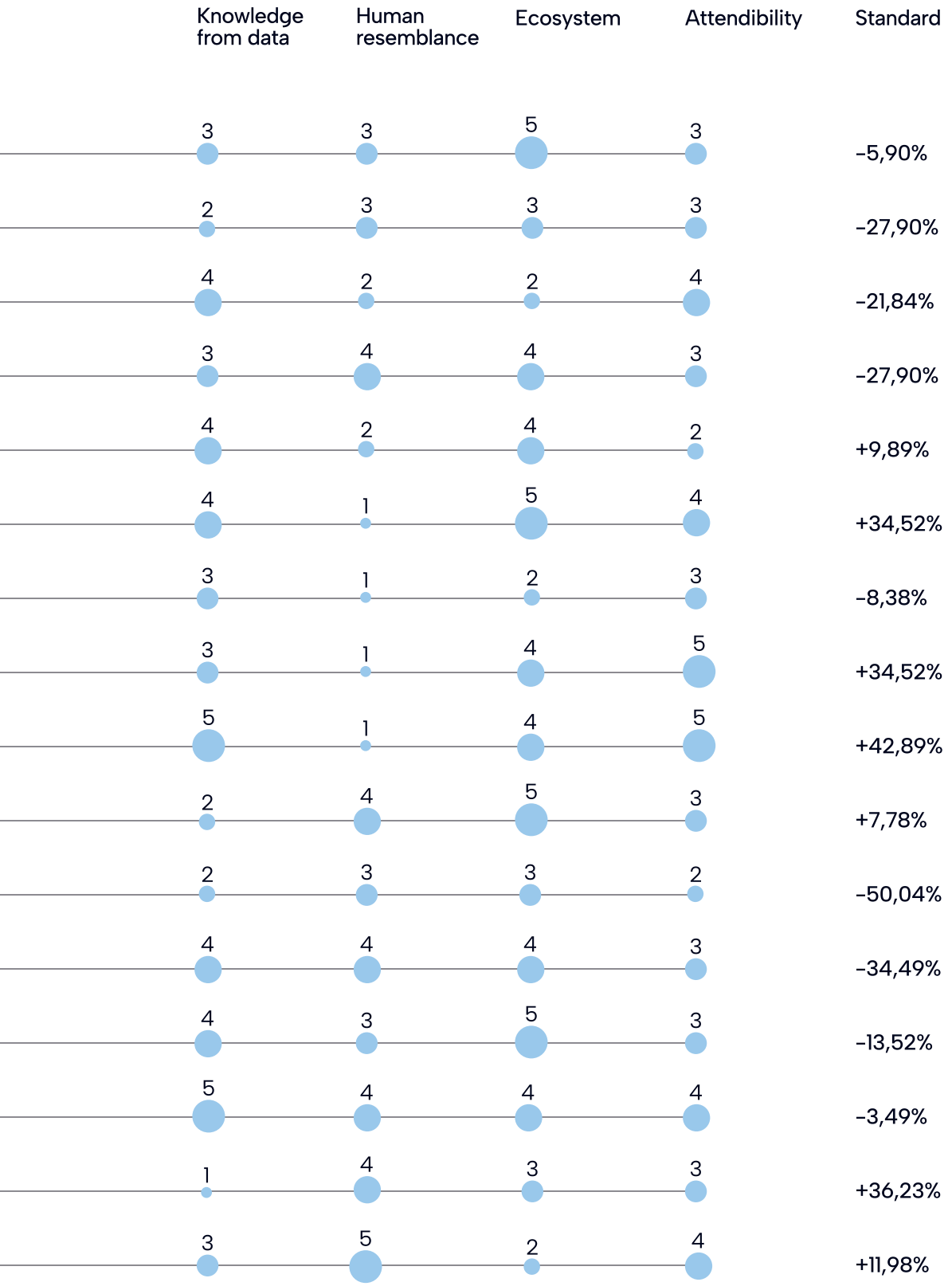
PRO:

- Interfaccia sintetica anche se complessivamente carente nella UX. Copyright sintetico anch'esso.
- La noia delle azioni ripetute per lungo tempo può essere cancellata all'interno dei giochi.
- Permette di guadagnare gratuitamente senza spendere soldi all'interno dei giochi.

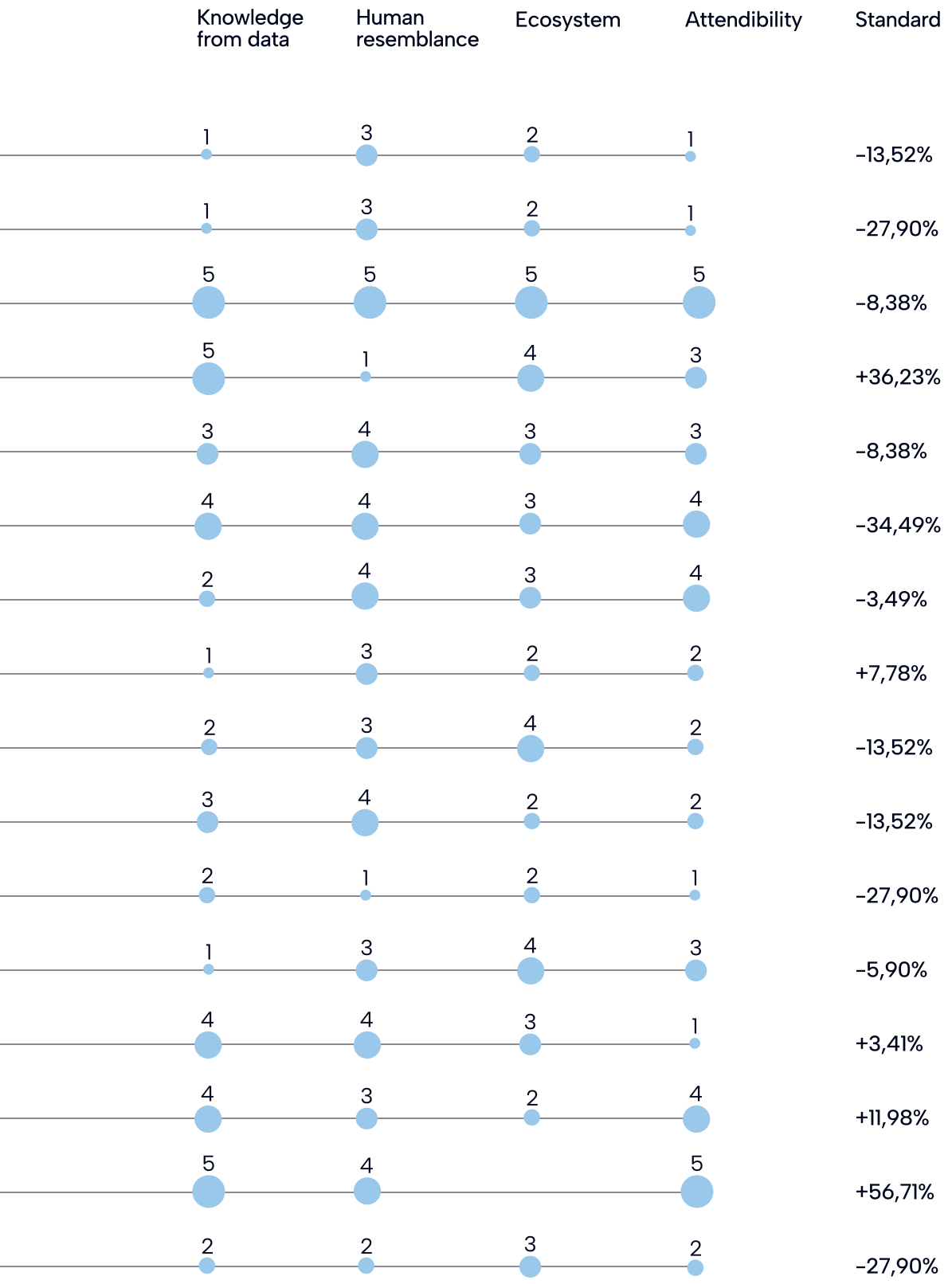
CONTRO:

- Ufficialmente, il servizio è illegale.
- Il meccanismo è complesso è strutturalmente basato sul click o su comandi da tastiera. Se sono necessari comandi più complessi, potrebbe risultare difficile se non impossibile il loro compimento.

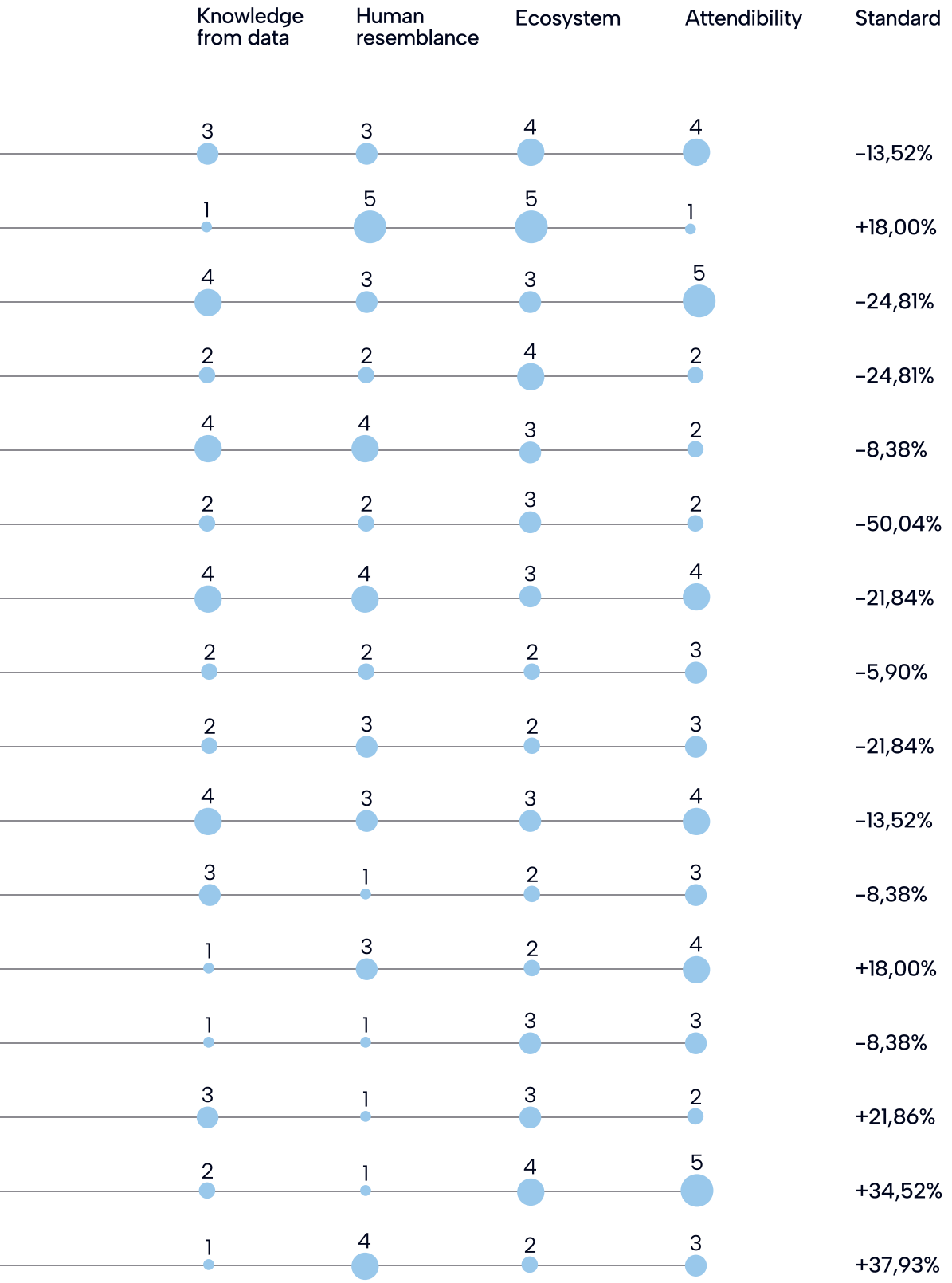
Casi studio	Tipologia	Novelty	Efficiency	Personalization
OpenAI	Testo	4	4	2
Jasper	Testo	4	4	4
WordAI	Testo	3	3	3
Anyword	Testo	2	3	4
Copy.ai	Testo	4	5	4
Frase.io	Testo	5	3	4
Writersonic	Testo	4	3	3
SE Ranking	Testo	2	4	4
Semrush	Testo	4	3	5
Quillbot	Testo	3	4	5
Rytr	Testo	3	2	3
Hypotenuse AI	Testo	4	3	5
Smartwriter.ai	Testo	5	4	3
Lavander	Testo	2	4	5
Outplay	Testo	4	5	5
Twain.ai	Testo	4	5	5


Knowledge from data
Human resemblance
Ecosystem
Attendibility
Standard
3 3 5 3 -5,90%
2 3 3 3 -27,90%
4 2 2 4 -21,84%
3 4 4 3 -27,90%
4 2 4 2 +9,89%
4 1 5 4 +34,52%
3 1 2 3 -8,38%
3 1 4 5 +34,52%
5 1 4 5 +42,89%
2 4 5 3 +7,78%
2 3 3 2 -50,04%
4 4 4 3 -34,49%
4 3 5 3 -13,52%
5 4 4 4 -3,49%
1 4 3 3 +36,23%
3 5 2 4 +11,98%

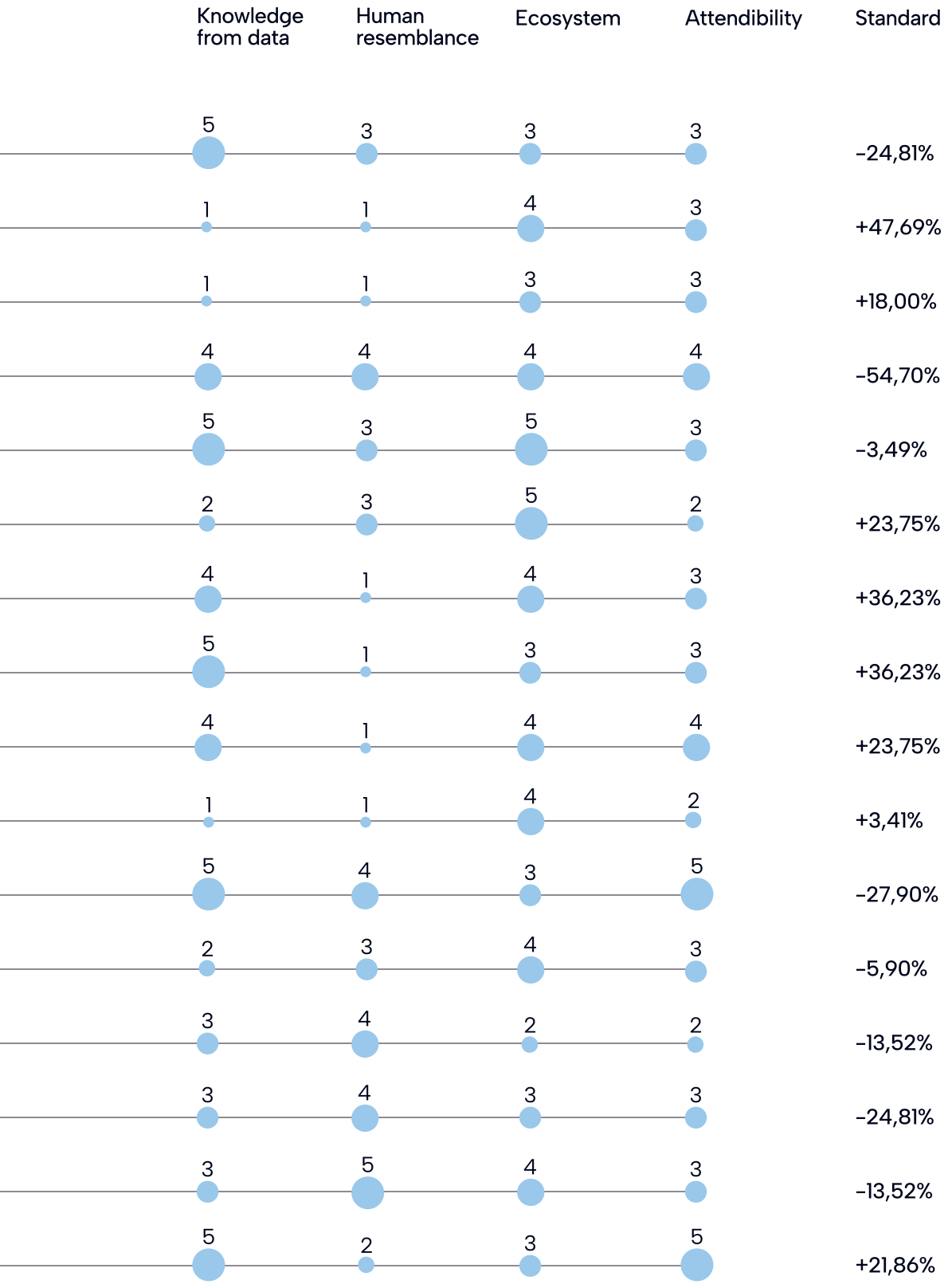
Casi studio	Tipologia	Novelty	Efficiency	Personalization
Drift	Testo	1	2	3
Exeed.ai	Testo	1	2	2
Regie.ai	Testo	3	4	3
People.ai	Testo	3	5	3
Invideo Ai	Video	5	3	2
Runway	Video	5	5	4
Luma AI	Video	4	2	2
VEED IO	Video	1	3	4
Fliki	Video	4	3	2
Pictory	Video	3	4	4
Lumen 5	Video	1	3	2
Opus Clip	Video	2	3	2
Descript	Video	2	3	3
Tavus	Video	1	4	3
Deepfaceswap	Video	1	5	5
Canva	Immagine	3	3	4


Knowledge from data
Human resemblance
Ecosystem
Attendibility
Standard
1 3 2 1 -13,52%
1 3 2 1 -27,90%
5 5 5 5 -8,38%
5 1 4 3 +36,23%
3 4 3 3 -8,38%
4 4 3 4 -34,49%
2 4 3 4 -3,49%
1 3 2 2 +7,78%
2 3 4 2 -13,52%
3 4 2 2 -13,52%
2 1 2 1 -27,90%
1 3 4 3 -5,90%
4 4 3 1 +3,41%
4 3 2 4 +11,98%
5 4 5 +56,71%
2 2 3 2 -27,90%

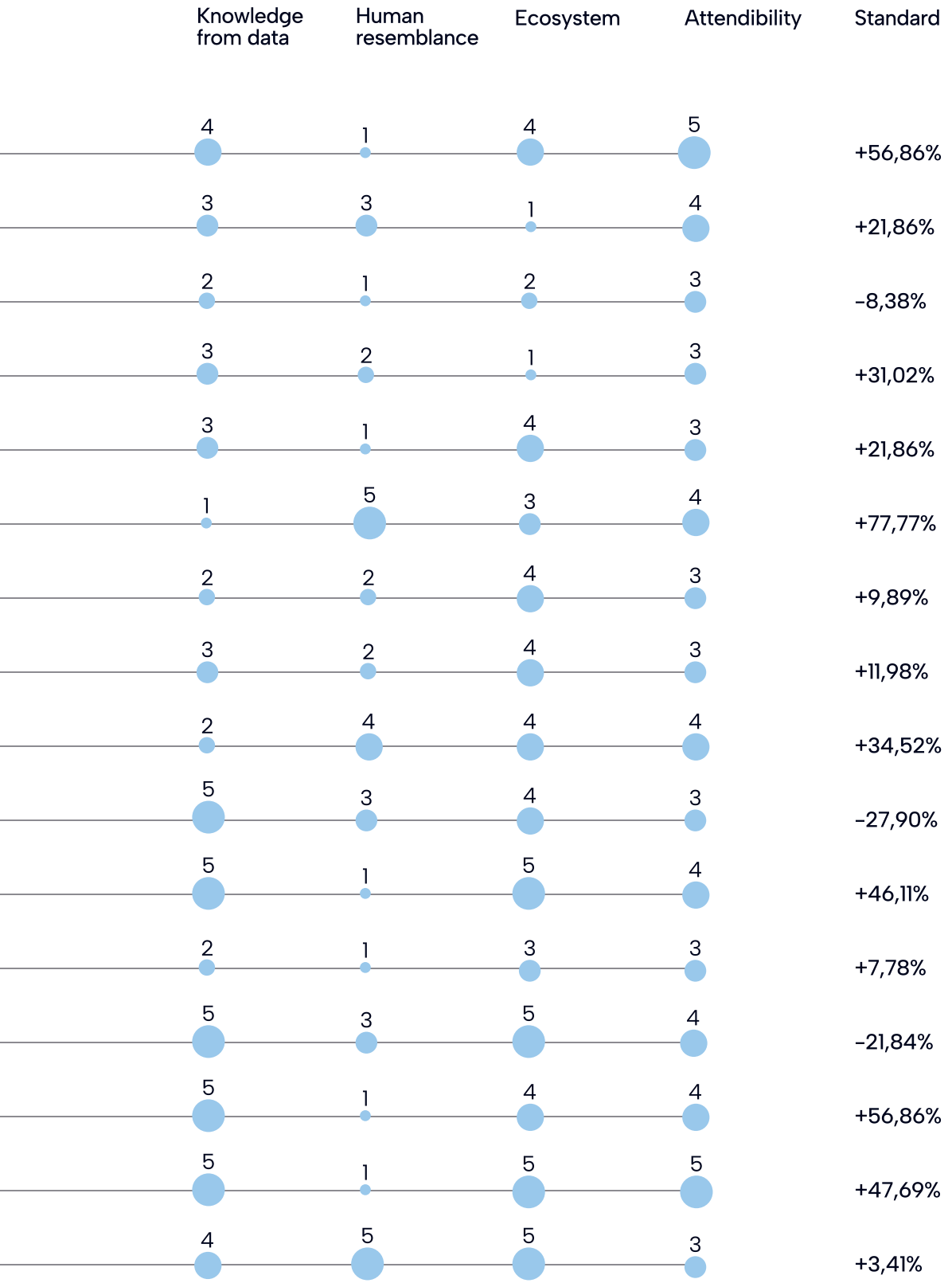
Casi studio	Tipologia	Novelty	Efficiency	Personalization
Adobe Firefly	Immagine	5	3	5
Dall-E	Immagine	5	3	3
Midjourney	Immagine	4	3	3
Playground AI	Immagine	2	2	3
Picsart	Immagine	4	4	5
Alpaca	Immagine	3	3	2
Photosonic	Immagine	5	5	3
Maket	Immagine	3	4	1
MusicML	Musica	4	4	3
Splash	Musica	5	5	5
Soundraw	Musica	3	4	3
Ecrett Music	Musica	4	4	4
Soundful	Musica	2	3	3
Aiva	Musica	3	5	2
Beatoven ai	Musica	4	3	4
Boomy	Musica	5	2	4


Knowledge from data
Human resemblance
Ecosystem
Attendibility
Standard
3 3 4 4 -13,52%
1 5 5 1 +18,00%
4 3 3 5 -24,81%
2 2 4 2 -24,81%
4 4 3 2 -8,38%
2 2 3 2 -50,04%
4 4 3 4 -21,84%
2 2 2 3 -5,90%
2 3 2 3 -21,84%
4 3 3 4 -13,52%
3 1 2 3 -8,38%
1 3 2 4 +18,00%
1 1 3 3 -8,38%
3 1 3 2 +21,86%
2 1 4 5 +34,52%
1 4 2 3 +37,93%

Casi studio	Tipologia	Novelty	Efficiency	Personalization
LALAL.AI	Musica	4	3	4
Audioshake	Musica	1	4	4
Machinet	Musica	1	4	2
Github Copilot	Codice	3	4	3
Amazon Q	Codice	4	3	5
Enzyme	Codice	4	4	5
SWAPP	Modello 3D	5	5	3
Spacio AI	Modello 3D	4	5	4
Plask	Modello 3D	5	3	4
OpusAI	Modello 3D	1	2	2
Uizard	Modello 3D	5	4	4
Taskade	Elementi complessi	3	5	4
Figjam (Figma)	Elementi complessi	4	3	4
Marblism	Elementi complessi	3	5	4
Prototide.app	Elementi complessi	4	5	5
Looka	Elementi complessi	5	5	5


Knowledge from data
Human resemblance
Ecosystem
Attendibility
Standard
5 3 3 3 -24,81%
1 1 4 3 +47,69%
1 1 3 3 +18,00%
4 4 4 4 -54,70%
5 3 5 3 -3,49%
2 3 5 2 +23,75%
4 1 4 3 +36,23%
5 1 3 3 +36,23%
4 1 4 4 +23,75%
1 1 4 2 +3,41%
5 4 3 5 -27,90%
2 3 4 3 -5,90%
3 4 2 2 -13,52%
3 4 3 3 -24,81%
3 5 4 3 -13,52%
5 2 3 5 +21,86%

Casi studio	Tipologia	Novelty	Efficiency	Personalization
Autodraw	Componenti di progetto	5	5	2
Khroma	Componenti di progetto	3	5	4
Magic color	Componenti di progetto	4	2	2
Huemint	Componenti di progetto	5	4	2
Artlist.io	Parlato	4	5	3
Speechify	Parlato	1	5	5
Resemble.ai	Parlato	1	4	2
PlayHT	Parlato	1	4	4
Colossyan	Parlato	1	5	3
PonyPilot	Vision	3	4	4
Tesla	Vision	2	3	3
Anyverse.ai	Vision	1	2	4
HIK Vision	Vision	3	4	4
Skynet CCTV mass surveillance	Vision	5	4	4
Angelcompany	Vision	5	5	5
Fanuc corporation	Vision	4	4	2


Knowledge from data
Human resemblance
Ecosystem
Attendibility
Standard
4 1 4 5 +56,86%
3 3 1 4 +21,86%
2 1 2 3 -8,38%
3 2 1 3 +31,02%
3 1 4 3 +21,86%
1 5 3 4 +77,77%
2 2 4 3 +9,89%
3 2 4 3 +11,98%
2 4 4 4 +34,52%
5 3 4 3 -27,90%
5 1 5 4 +46,11%
2 1 3 3 +7,78%
5 3 5 4 -21,84%
5 1 4 4 +56,86%
5 1 5 5 +47,69%
4 5 5 3 +3,41%

Casi studio	Tipologia	Novelty	Efficiency	Personalization
Agility robotics	Vision		4	5
Sanctuary AI	Vision	1	3	4
SoftBank Robotics	Vision		3	
Figure.ai	Vision	1	5	
Sexbot Quality Assurance Simulator VR	Vision	2		5
RealDoll	Vision	2	5	2
Character.ai	Vision			5
Fourier Intelligence	Vision	5	4	4

Knowledge from data
Human resemblance
Ecosystem
Attendibility
Standard
5
3
-7,75%
2
4
5
+34,52%
4
4
4
4
-58,77%
5
5
+96,51%
4
4
4
+6,05%
2
2
4
3
+18,00%
3
+37,93%
5
4
4
4
-54,70%

2.4.4 Risultati emersi dai casi studio

METODOLOGIA DELL'ANALISI

Una volta conclusa l'analisi dei casi studio, e comparati singolarmente e per tipologia; i risultati sono poi stati comparati assieme in un unico sistema–mappa. Il metodo eseguito per fare ciò è basato sulla matrice 2x2 suggerita dal design thinking.

Questa matrice è stata divisa in due assi con i seguenti significati:

- **Asse X Sviluppo–Driver**: Più un caso studio è sviluppo-driver, più esso è incentrato sulle performance tecniche piuttosto che sulla user-experience. L'utente per contro è proporzionalmente più preparato della norma degli utenti, sa già che questi problemi tecnici potrebbero manifestarsi ma non è un problema siccome i risultati sono migliori se si sa come trattarli.
- **Asse X Design–Driven**: Più un caso studio è Design-Driver più ha una User-experience performante. In genere può anche non essere user-friendly per tutti siccome potrebbe far riferimento a segmenti di mercato anche molto specialistici come la finanza ma quello che conta è che sia facile da usare per determinati settori che non conoscono l'AI o che hanno necessità di determinati tipi di risultati.
- **Asse Y Funzionale**: Più un caso studio è Funzionale meno questo potrebbe essere user friendly. Lo scopo di quest'area del grafico è innanzitutto che i dati generati dall'AI siano affidabili. A differenza dello sviluppo-driven, però, può eventualmente essere presente una componente di User-experience come garanzia che il risultato ottenuto dall'AI sia meno sperimentale e più focalizzato su ciò che è necessario ottenere.

- **Asse Y Informativo**: I casi studio più informativi sono in genre orientati ad essere facilmente utilizzabili e sono progettati in modo che chiunque, senza particolari competenze tecniche possa ottenere dei risultati minimi. Per contro, potrebbe anche coinvolgere tutta quella componente di mercato che ha più necessità degli altri di far leva sulla componente emotiva e che come gli artisti può ragionare di conseguenza.

COMPETENZE TECNICHE RICHIESTE

Sulla base di questi assi tuttavia è nata un'ulteriore necessità, durante l'analisi dei casi studio, ci si è presto resi conto che oltre una certo livello di **sviluppo-driven**, le AI non sono solo in fase sperimentale o difficili da usare per degli utenti comuni, ma si potrebbe avere anche necessità di corsi preliminari o profonde competenze tecniche pregresse per ottenere dei risultati minimi professionalmente congruenti anche tra i concorrenti degli stessi produttori (ad esempio non tutti sanno programmare e ancora meno sanno come integrare quanto programmato da GitHub copilot nel proprio compilatore).

GAME CHANGER: SKILLS DI PROGRAMMAZIONE

Per ovviare a questa necessità, quindi, è stata creata una seconda linea divisoria che rappresenta le **programming skills minime per AI pensate ad-hoc** per determinati processi e/o che richiedono una figura specializzata nella manutenzione anche dal lato cliente.

RIDUZIONE DELLA COMPLESSITÀ

Definita la matrice complessiva si è però realizzato che 98 casi studio analizzati in contemporanea (Fig 2.17), per questo tipo di analisi, potevano essere confusivi. Per ovviare al problema quindi si è cercato quali tra di essi potevano essere più degli altri meritevoli di attenzione

FOCUS SULLE AI PER INTERFACCIA

(Fig 2.18). Considerando però la natura sviluppo–driven dei casi studio e che la mia preparazione in quanto tesista di design, ma non di programmatore o ingegnere, poteva non essere sufficiente, si è deciso quindi di focalizzare l'attenzione su quelli basati sull'interfaccia.

SELEZIONE DEI CASI STUDIO

Sono stati pertanto selezionati 23 casi più rappresentativi tra le tipologie **interface–based** cercando di essere il più equilibrati possibili rispetto al numero di casi studio considerati (Fig.2.18). Questi casi studio sono quindi stati estrapolati dalla precedente mappa per permettere di comprendere quali dati utili si possono determinare.

Da quanto emerso per gli interessi del design, i casi studio principali tra le tipologie interface–based hanno quindi permesso di comprendere varie informazioni ritenute di rilevanza.

- poco meno della metà dei casi studio sono sia design-driven che informativi mentre solo altre tre sono sviluppo driven, questo evidenzia come la parte dell'AI di solito percepita dell'utente sia già di estrema diffusione ma anche ridotta rispetto alle possibilità complessive.
- I Large Language Models possono avere prestazioni molto differenti tra di loro a seconda dei casi. Gemini di Google per esempio, è estremamente tecnico perché da un lato c'è il chatbot che tutti conoscono, ma da un altro lato, lo stesso chatbot può essere interamente editabile e personalizzabile attraverso dei codici aperti e strumenti interamente forniti in via gratuita o quasi da Google. Anche se sono proposti in una versione molto user-friendly però, solo sviluppatori web esperti possono permettersi di sfruttarne la potenzialità. Altri LLM come ChatGPT

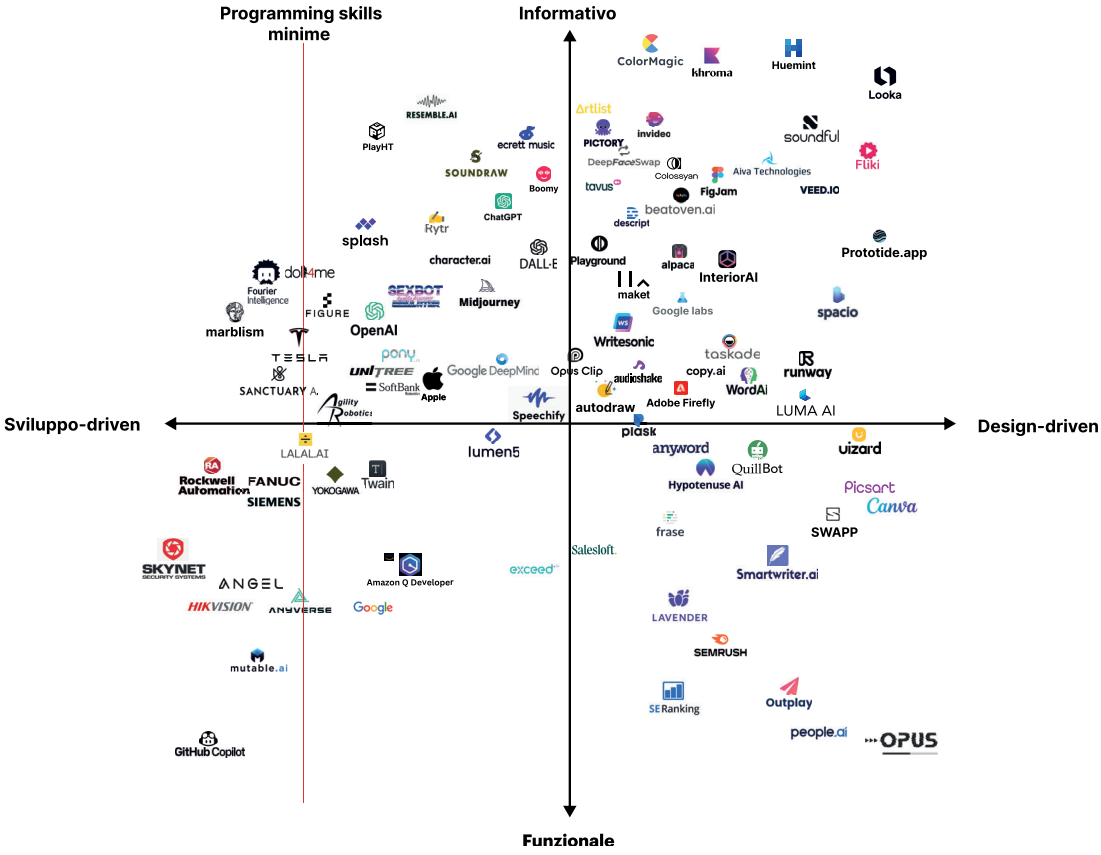


Fig 2.17 Matrice 2X2 rappresentativa dei 97 casi studio analizzati e la loro allocazione in base alla performance e al gradi di conoscenza che è necessario avere per usarla.

di OpenAI invece sono progettati per essere talmente user-friendly che il loro livello di hallucination è talmente alto da rendere dubbia la funzionalità dei contenuti.

- Grandi compagnie come OpenAI o Google hanno spesso la necessità di essere considerate a pezzi a seconda dei servizi proposti siccome alternativamente sarebbero difficilmente classificabili. Se si prendere in considerazione Google, ad esempio esso ha in contemporanea come minimo tre o quattro servizi Ai completamente differenti:
    - Google Gemini come chatbot concorrente a ChatGPT.
    - l'AI per youtube che sintetizza i contenuti dei video.
    - Google Deepmind che analizza in maniera intelligente gli analytics.
    - GoogleLabs che sperimenta nuovi tipi di funzionalità ed interfacce AI per gli utenti del web.
- I servizi AI proposti per il design sono quasi sempre sia informativi che design-driven.
- Siccome ognuno concorre ad essere 'leader' nel suo settore AI ma tutti hanno necessità differenti, non esiste un criterio di coerenza e standard univoco tra tutti i tipi di interfaccia, contemporaneamente tutte esse sono accomunate da un unico dato di fatto: reiterazione e trial&error sono normali per comprendere come e cosa richiedere al trial successivo.
- Data la complessità delle ricerche e lo sforzo cognitivo già richiesto, la possibilità di ulteriori editing è spesso considerata nociva. Ogni ulteriore impostazione di editing non svolge la sola funzione di tag come potrebbe essere in un e-commerce ma impatta organicamente con il sistema.

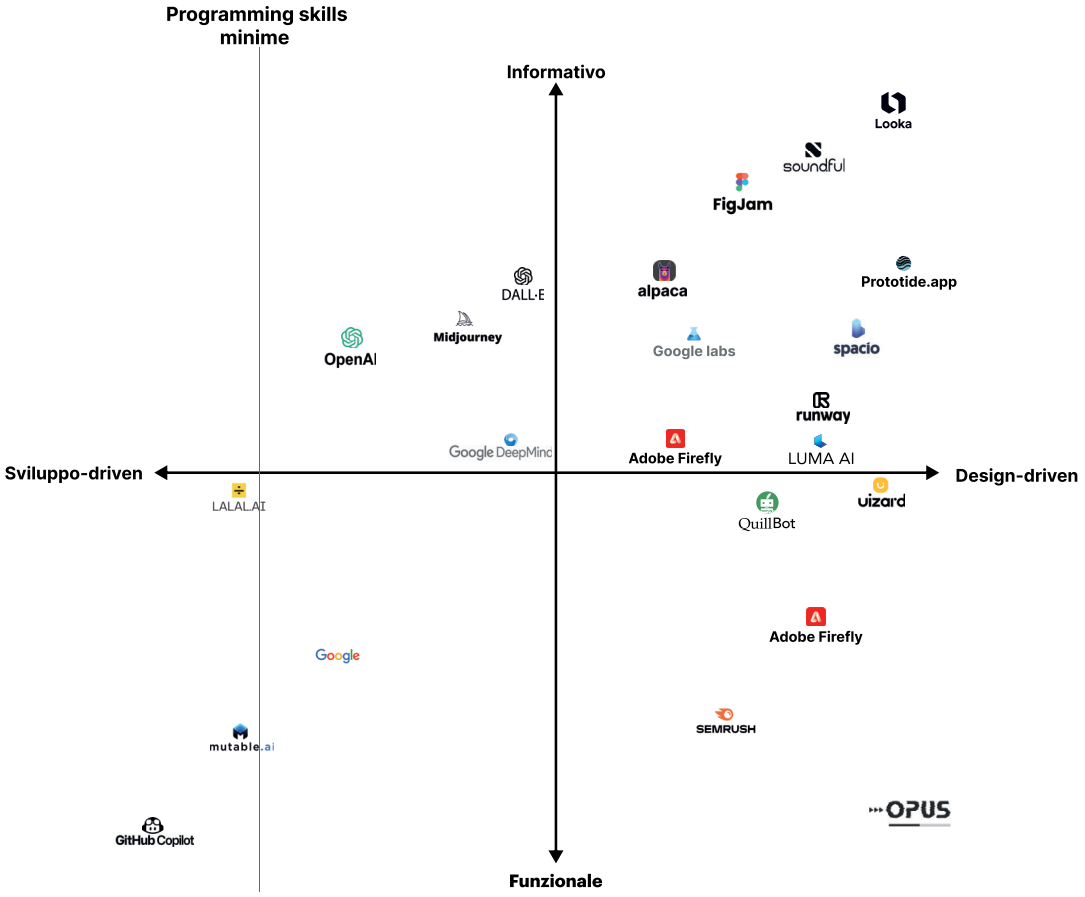


Fig 2.18 Matrice 2X2 rappresentativa dei 23 casi studio prioritari e la distribuzione delle AI interface-based.

- Non solo le AI per il settore del design o i LLM di largo consumo sono user-friendly ma anche tutte quelle intelligenze artificiali pensate per usi più artistici come i generatori di canzoni, colori, loghi o le AI più pertinenti all'ambito vocale e musicale.
- Le intelligenze artificiali che invece riguardano di più la finanza, i numeri e tutto ciò che può concernere la raccolta statistica di dati è invece più funzionale e design-driven. Due esempi tipici a tal riguardo possono essere Google e Semrush. Mentre la versione per developers di Google propone dei servizi automatizzati per gli analytics che però hanno necessità di essere programmati e/o editati manualmente, Semrush ha numerose suites che eseguono tutto in automatico, con sicurezza e rapidamente ma allo stesso tempo ha minime possibilità di personalizzazione per quanto riguarda i criteri di ricerca che sono invece secretati dalle licenze del software.

CLUSTERIZZAZIONE AI

Compreso quindi questo sistema eterogeneo di informazioni, è nata la necessità di clusterizzare i gruppi di intelligenze artificiali per caratteristiche comuni.

SETTORI PRINCIPALI AI

Le tipologie emerse dalla ricerca sono state quindi 6 alle quali però se ne è aggiunto un settimo che per vincoli tecnici e di legalità non si è potuto considerare in precedenza: quello del dark web e del monitoring.

Di seguito è presentato il significato attribuito a ciascuno delle 7 tipologie considerate:

- **Design**: concerne tutta quella serie di applicazioni pensate per supportare il lavoro professionale dei designers dalla creazione di immagini, video, editing, grafica, art direction, etc.
- **Musica**: può riguardare la generazione, l'editing e la

scomposizione di brani musicali. Non considera però la componente di voicecloning e voice over che sono risultate essere meno espressive e più focalizzate sulle performances del risultato finale.

- **Lingua**: è la tipologia che più di tutte comprendere i classici chatbot come ChatGPT, in senso lato però riguarda tutta quella tipologia di casi studio strettamente basati sul linguaggio NLP, Midjourney in tal senso, benché sia leader nella generazione delle immagini e indispensabile nell'utilizzo da parte dei designers, basa interamente le sue generazioni sul linguaggio testuale senza contemplare canali multimodali come per esempio fanno Adobe Firefly oppure Runaway.
- **Benchmark/lingua**: Concerne tutta la parte, come per la tipologia lingua basata sul linguaggio NLP, ma focalizzata su servizi di benchmark e raccolta di dati dal web.
- **Vision**: è la tipologia che ha necessità di sensoristica per operare e che al tempo stesso può interagire con il mondo reale. Qualsiasi altra tipologia di AI abbia necessità di interagire con il mondo reale deve, almeno in linea teorica, dipendere dalla Vision.
- **Programmazione**: riguarda tutte le possibilità di editing, correzione, automazione e personalizzazione delle linee di codice da parte delle AI. In loco su specifici softwares o hardwares, come chatbot online o come supporto per altri settori. La programmazione può essere anche strettamente collegata alla vision ma può anche essere completamente dissociata. Un esempio tipico dissociato dalla vision può essere GitHub per la progettazione di interfacce web.
- **Darkweb & monitoring**: riguarda tutta quella parte di servizi AI che operano nel darkweb per facilitare la navigazione, fornire servizi a terzi, profilare i contenuti di altre imprese o privati cittadini, etc.

DIFFERENZE UX

Alcuni esempi popolari ma non considerati per limiti tecnici possono essere NordVPN, Norton o le agenzie di Profiling dedicate che si operano per attaccare o proteggere la privacy degli utenti.

2.4.5 Il limite della ricerca e la nascita della settima tipologia

Una volta terminata la matrice e la definizione delle tipologie correlate, è in questo momento che si è notato un grande spazio vuoto nella parte centrale in basso. La prima domanda che ci si è posti è stata se non si fosse preso in considerazione determinati tipi di casi studio o se erano stati attribuitivi valori sbagliati ad altri. Semrush e GitHub copilot tuttavia sono completamente diversi nella fruizione e, come già spiegato nei singoli casi studio, sarebbe molto difficile in particolare per Semrush e SEranking ottimizzare la UX, d'altra parte Github copilot non è immaginabile che sia nient'altro che Sviluppo driven.

AI & BLOCKCHAIN

Facendo ulteriori ricerche su quali tipi di analisi statistiche e di back-end si possono eseguire che siano sviluppo-driven ma che allo stesso tempo non siano così complesse, si è compreso: quel 'buco' concerne tutto ciò che riguarda la relazione tra blockchain e AI in cui bisogna avere competenze di entrambi di modo da rendere più facile ed efficiente la notoriamente complessa decifrazione dei nodi della blockchain.

Le funzionalità di solito più popolari in tal senso sono

- La prevenzione di frodi,
- Sicurezza nelle transazioni con bitcoins, valute correnti e certificazione della sicurezza nei wallets,

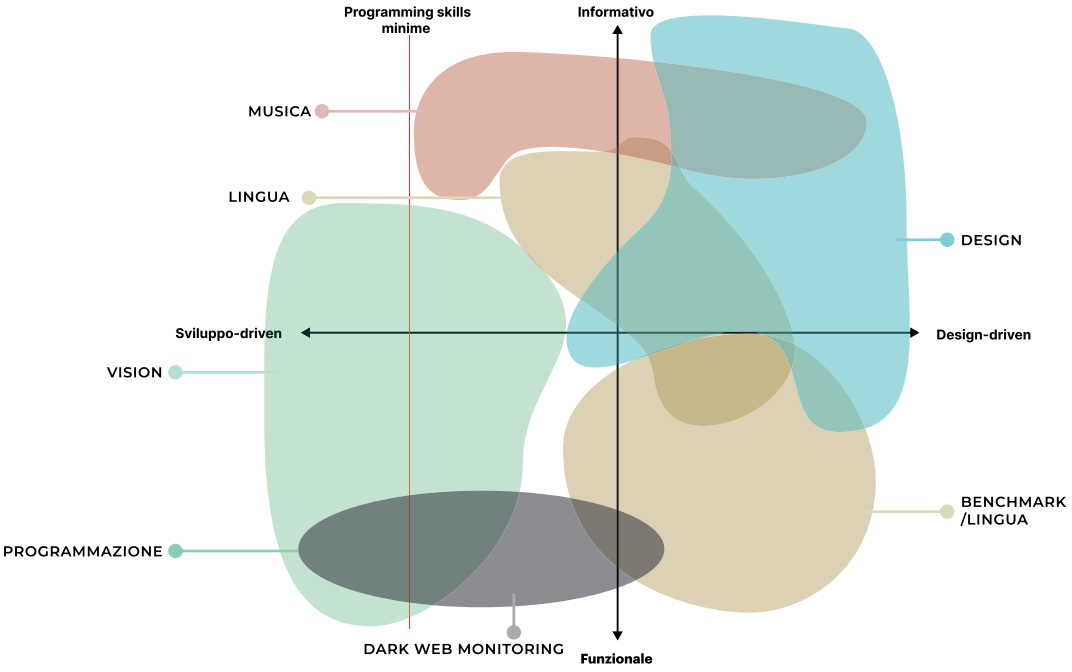


Fig 2.19 Matrice 2X2 estrapolata dai dati reperiti dai casi studio ed a cui sono state applicate le aree di pertinenza per settore considerato.

AUMENTO DELLA COMPLESSITÀ

- Sicurezza nelle certificazioni e firme elettroniche,
- Ottimizzazione di grandi scale di dati nella blockchain.

In particolare la facilitazione nel calcolo della blockchain sembra essere il fulcro del collegamento tra le due tecnologie. I sistemi della blockchain, a livello di programmazione sono tra i più complessi che esistono al mondo ed è proprio questo che li rende non regolabili. Contemporaneamente però, più persone usano la blockchain, più nodi sono aggiunti, maggiore è la complessità degli algoritmi alla base.

DECENTRALIZZAZONE AI

Oltre un certo livello, la complessità di questi algoritmi diventa esponenzialmente difficile da gestire anche per macchine specializzate nel settore. Il ruolo dell'AI in tal senso sembra essere secondo Toschi (2022) di decentralizzazione del calcolo, come mostrato in figura. Una volta definita la complessità correlata tra questi due sistemi in cui neanche i migliori professionisti al mondo sembrano ancora aver trovato una soluzione generale a tal riguardo, si è pensato di non aprofondire oltre, così che non si rischiasse di speculare dati non veritieri.

OPPORTUNITÀ INESPRESSE

Prospects del design nell'AI

Una volta definita la matrice 2x2, le tipologie di settori correlati e i limiti dell'analisi che si sta compiendo, ci si è quindi chiesto quali potrebbero essere i punti che non sembrano essere coperti dagli attuali segmenti di mercato. Escludendo il Dark Web Monitoring sono state considerate tre macro aree:

1. **Facilitatori multi-settore**: tutta quella serie di servizi

Basi della blockchian prima dell'Ai.

Nella blockchain, più rete e connessioni significano più collegamenti e databases interlacciati. Questo però non è nulla di nuovo, è l'evoluzione dei sistemi di archiviazione tradizionali.

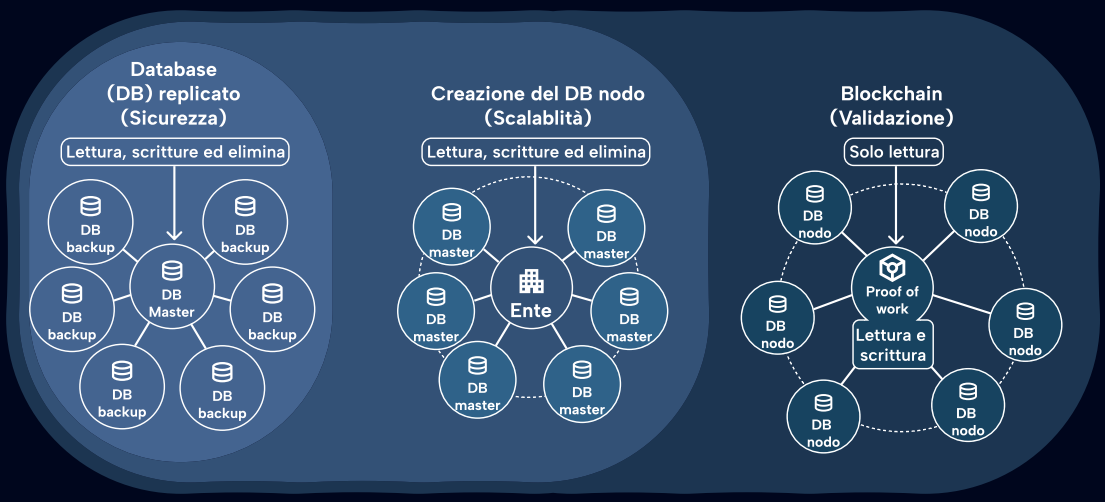


Fig 2.20 Evoluzione dei permessi di pagamento nel settore digitale (Toschi, 2022).

Dov'è la blockchain?

I cluster di nod della blockchain però non esistono per caso, assieme creano applicazioni decentralizzate per creare spazi digitali (potenzialmente) infiniti, senza però alcuno spazio fisico che li supporta.

Fig 2.21 Stato di facto del sistema unito di pagamenti nella blockchain (Toschi, 2022).

La complessità invisibile

Tutti questi nodi nel darkweb sono però invisibili, gli utenti infatti possono comunicare attraverso la crittazione, che gli fa vedere sono quello di cui hanno i codici di autorizza-zione.

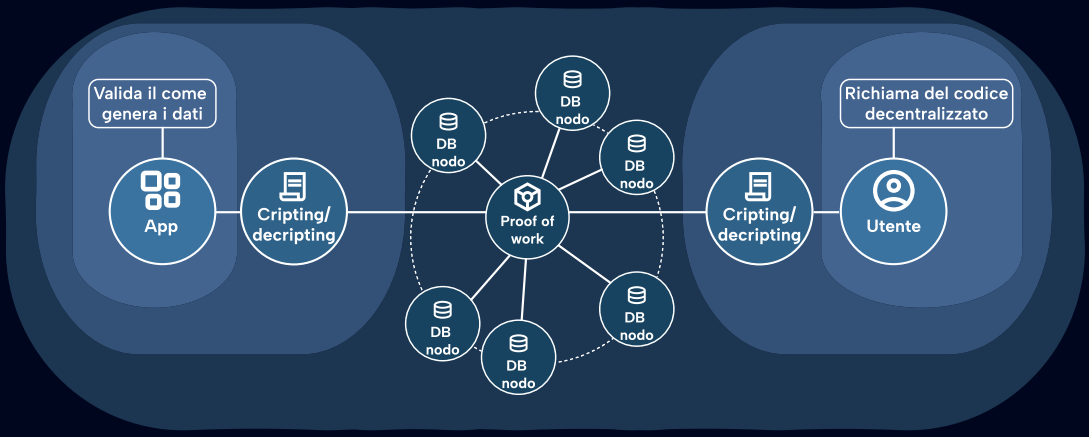


Fig 2.22 Sistema di pagamento tramite permessi tradizionale nella blockchain (Toschi, 2022).

che, come per l'AI nella blockchain, servono per valutare e orientare l'attenzione a grandi moli di dati ma che al tempo stesso si mantengano user-friendly per permettere all'utente di comprendere il significato delle informazioni a grandi linee.

2. **Benchmark predittivo**: prendendo ispirazione dagli algoritmi AI predittivi per i trends nella finanza, il principio è simile in questo caso però è strutturato attorno alla facilitazione alla ricerca più di carattere generale che Smartwirter e Semrush consentono di avere.
3. **Design Esperienziale**: All'interno del settore del design si sono registrati due ambiti molto differenti. Da un lato ci sono AI estremamente facili da usare ma con outputs limitati, dall'altro lato ci sono intelligenze artificiali molto performanti ma che hanno requisiti tecnici di conoscenza del software estremante elevati. L'Adobe suite di AI per Illustrator e Photoshop ne è un esempio.

ASSISTENZA UTENTE

Come mostrato in figura però ci sono due esempi di intelligenze artificiali che sembrano essere un esempio positivo anche per gli altri per quanto riguarda il **design esperienziale (Fig 2.24, Fig 2.25) .** Questi sono **Prototide.app e SpacioAI.** Essi orientano l'attenzione in maniera efficace senza grandi sforzi cognitivi nel comprendere come arrivare al risultato ma al tempo stesso fanno sentire l'utente sempre assistito (non ci sono troppe opzioni di personalizzazione e la UX è sintetica nonché presente in ogni momento almeno nelle opzioni principali).

Come funziona l'Ai nella blockchain?

Un esempio è l'utilizzo di SingularityNET, in cui essa viene **decentralizzata** e utilizzata per processi simili al **GAN** (Generative Adversarial Network ovvero quando due Ai si fanno machine learning l'una con l'altra). In questo modo i server non vengono sovraccaricati ma anzi viene utilizzata la capacità dell'Ai per ottimizzarli e **ridurne il carico di lavoro**.

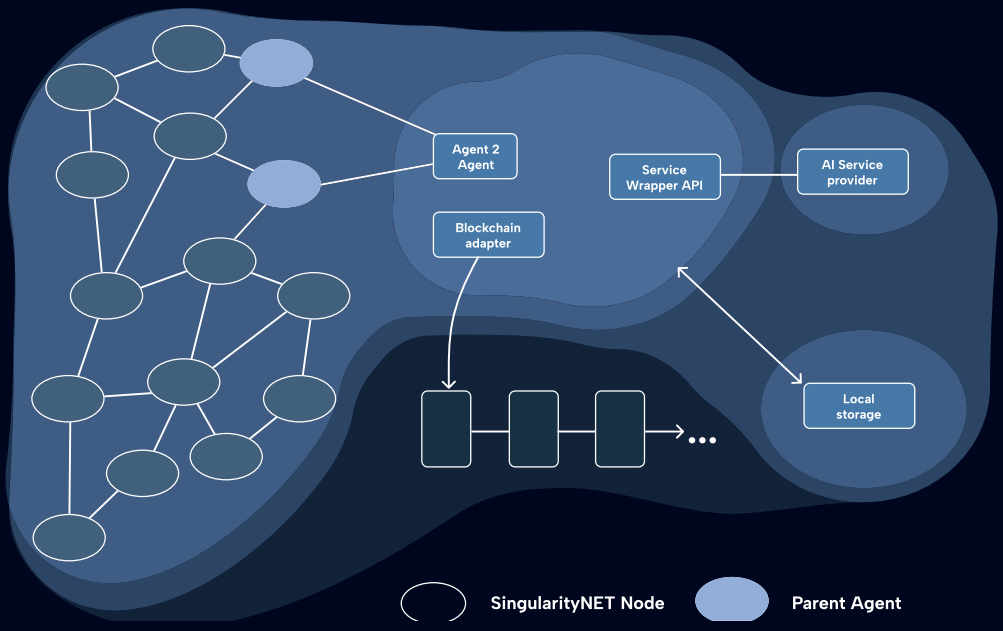


Fig 2.23 Sistema decentralizzato di controllo e certificazione dell'identità tramite AI di SingularityNet (Toschi, 2022).

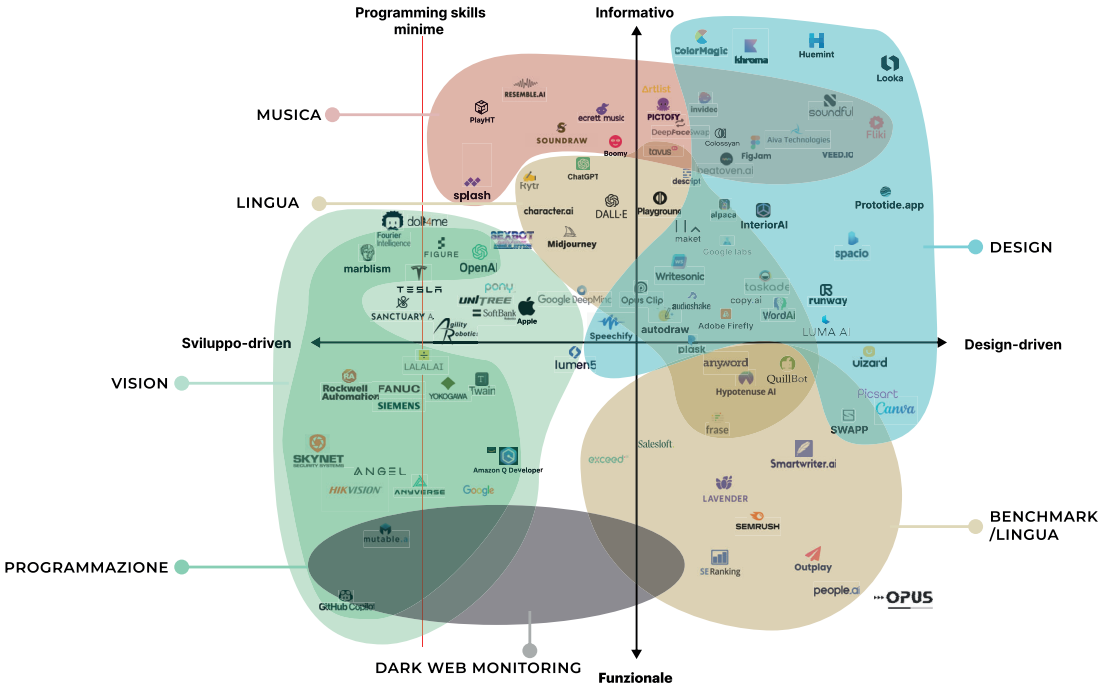


Fig 2.24 Matrice 2X2 integrata alle 7 tipologie considerate.

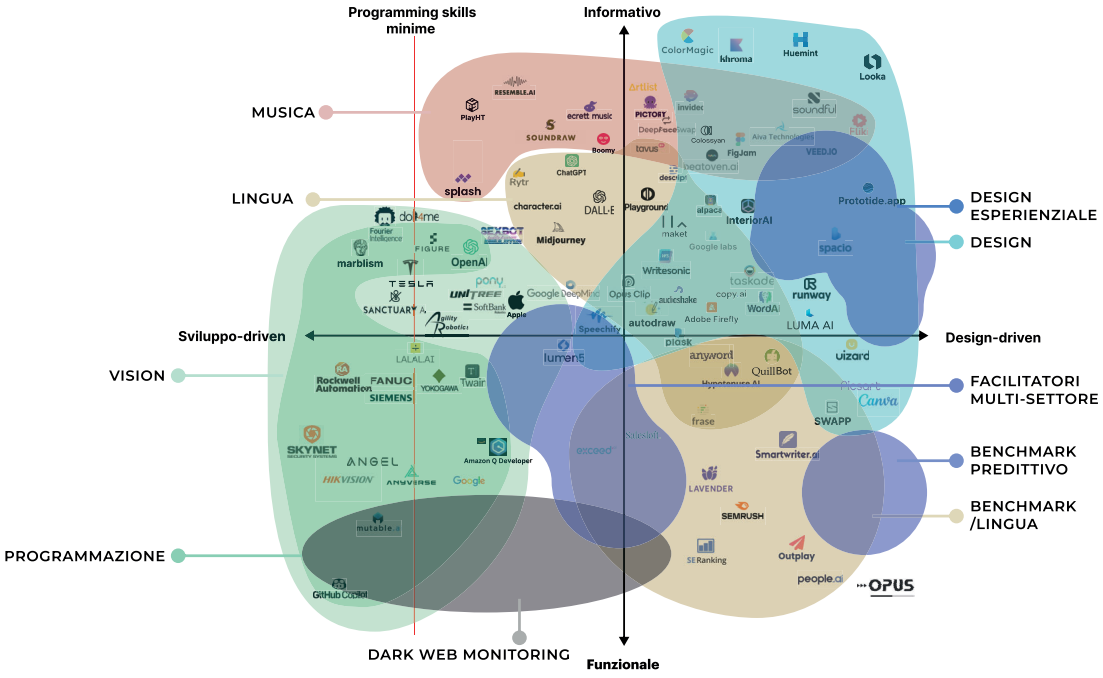


Fig 2.25 Aree in cui è stimato possa essere più utile l'intervento di un progetto AI che non sia già presente sul mercato.

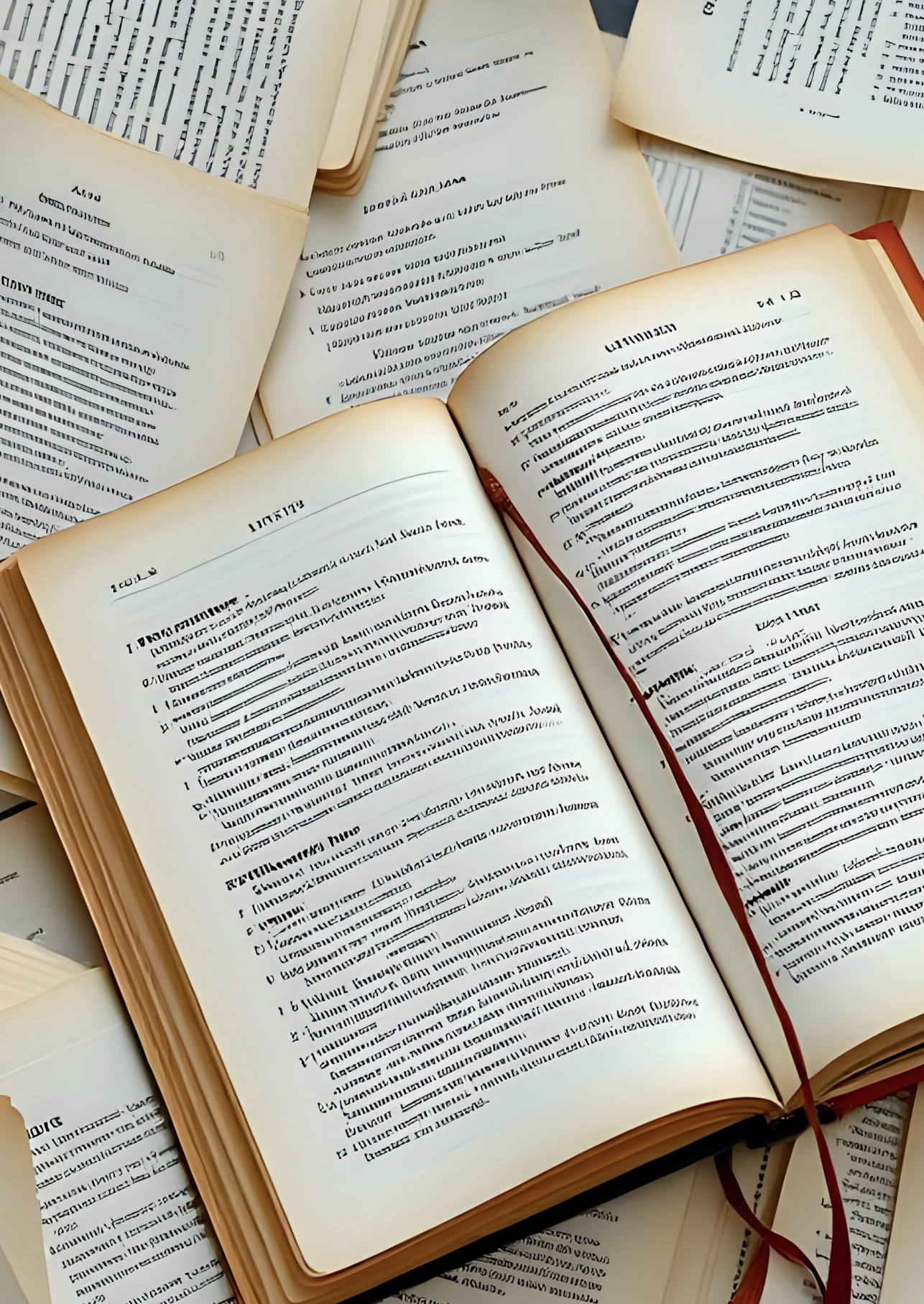
Casi studio

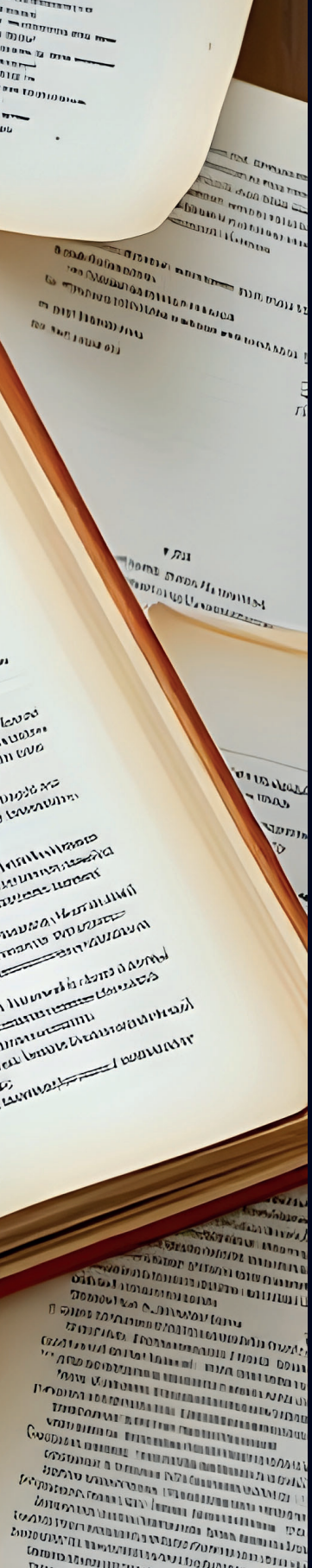
Design, finanza e predizione sono alla base dell'Ai.

Per poter comprendere come osservare il settore Ai, serve una visione dinamica differente da prospettive olistiche, sociali o antropologiche.

Sintesi del capitolo 2

- Tre macro sfere di competenza definiscono dei servizi di AI: **perception, cognition e behaviour**.
- Per valutare in maniera critica un'AI, novità, efficienza, consistenza dei dati, efficacia espressiva ed integrazione al sistema sono tutte ugualmente essenziali ma **eccellere** almeno in due di queste caratteristiche è già **estremamente difficile**.
- Se si progetta per il settore del design ha senso che usi **quasi solo strumenti user–friendly e guidati** all'uso per una percezione efficace del servizio AI.
- Quello che l'utente comune comprende dell'intelligenza artificiale sono solo le **funzionalità più consolidate e semplici**.
- **AI e blockchian sono l'ultima frontiera** l'uno dell'altro ma sono di difficile compresione per metodologie di design-driven.
- Il supporto alla ricerca e analisi dei **big data** è un tema più o meno centrale ai prospects attesi per il futuro.





Riferimenti bibliografici

Siti di riferimento.

Bibliografia.

Riferimenti bibliografici

Sitografia

1. Ravenscroft, T., & Ravenscroft, T. (2023, November 20). If designers don't embrace AI the world "will be designed without them" says AirBnb founder. Dezeen. https://www.dezeen.com/2023/11/20/airbnb-founder-brian-chesky-artificial-intelligence-interview/
2. What is the history of artificial intelligence (AI)? (n.d.-b). Tableau. https://www.tableau.com/data-insights/ai/history
3. Haritonova, A., & Haritonova, A. (2023, July 11). Generative AI Market Map: State, Trends, & Apps [Infographic]. PixelPlex. https://pixelplex.io/blog/generative-ai-market-map/
4. Research, S. D. C. M. (2024, June 1). Artificial Intelligence (AI) market Will Grow at a CAGR of 37.90% from 2024 to 2031. Cognitive Market Research. https://www.cognitivemarketresearch.com/artificial-intelligence-ai-market-report
5. OpenAI revenue, valuation & growth rate. (n.d.). Sacra. https://sacra.com/c/openai/
6. Statista. (n.d.). Artificial Intelligence - Global | Statista Market Forecast. https://www.statista.com/outlook/tmo/artificial-intelligence/worldwide#market-size

7. Data on notable AI models. (2024b, June 19). Epoch AI. https://epoch.ai/data/notable-ai-models#explore-the-data
8. Daiki – EU AI Act Compliance. (n.d.). Daiki. https://dai.ki/eu-ai-act/
9. AI Ethics Part One: Navigating Pressures for Responsible AI. (2025, January 21). Alvarez & Marsal | Management Consulting | Professional Services. https://www.alvarezandmarsal.com/insights/ai-ethics-part-one-navigating-pressures-responsible-ai
10. Karathanasis, T. C. a. T. (2024, March 9). Tools for navigating the EU AI Act: (2) Visualisation Pyramid – MIAI. MIAI. https://ai-regulation.com/visualisation-pyramid/
11. Preparing for the EU AI Act: A C-Suite Action Plan – EU AI Act. (n.d.). https://www.euaiact.com/blog/c-suite-action-plan-preparing-for-eu-ai-act
12. Rhite – Leading the way to Trustworthy AI. (n.d.). https://rhite.tech/en/
13. Thompson, A. (2021, March 2). China's 'Sharp Eyes' program aims to surveil 100% of public space. Center for Security and Emerging Technology. https://cset.georgetown.edu/article/chinas-sharp-eyes-program-aims-to-surveil-100-of-public-space/
14. There's an AI for that® – browse AI tools for any task. (n.d.). There's an AI for That. https://theresanaiforthat.com/
15. Basheer, S. (2025, April 14). 100 Practical applications and use cases of Generative AI. Dubai Future Foundation. https://www.dubaifuture.ae/reports/100-practical-applications-and-use-cases-of-generative-ai/
16. Toschi, A. M. L. (2022, September 2). Blockchain e

1. Intelligenza Artificiale – La corsa all'oro nella validazione dei dati. AI4Business. https://www.ai4business.it/intelligenza-artificiale/blockchain-intelligenza-artificiale/
2. SingularityNET - next generation of decentralized AI - SingularityNET - next generation of decentralized AI. (2024, December 19). SingularityNET - Next Generation of Decentralized AI. https://singularitynet.io/
3. Frontier AI LLMs, assistants, agents, services | Mistral AI. (n.d.). https://mistral.ai/
4. Humble, J. (2023, June 23). What is the Double Diamond Design Process? The Fountain Institute. https://www.thefountaininstitute.com/blog/what-is-the-double-diamond-design-process
5. Gibbons, S. (2024, April 23). Design Thinking 101. Nielsen Norman Group. https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/
6. Design Council. (n.d.). History of the Double Diamond - Design Council. https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/history-of-the-double-diamond/
7. Contributori di Wikipedia. (2024, March 24). Double Diamond. Wikipedia. https://it.wikipedia.org/wiki/Double_Diamond
8. Tools | Service Design tools. (n.d.). https://servicedesigntools.org/tools
9. Damgaard, S. (2024, August 9). The AI-powered 'Stingray' model for innovation. BOI (Board of Innovation). https://www.boardofinnovation.com/blog/the-ai-powered-stingray-model-innovation/
10. I divari territoriali nel PNRR: dieci obiettivi per il Mezzogiorno. (n.d.). https://www.istat.it/comunicato-stampa/i-divari-territoriali-nel-pnrr-dieci-obiet-

tivi-per-il-mezzogiorno/

11. Rosala, M. (2024, November 11). How many participants for a UX interview? Nielsen Norman Group. https://www.nngroup.com/articles/interview-sample-size/

12. Elenco dei professionisti/e del design di Torino e Piemonte. (n.d.). TorinoDesign.info. https://torinodesign.info/

13. WIPO – World Intellectual Property Organization. (n.d.). WIPO – World Intellectual Property Organization. https://www.wipo.int/portal/en/index.html

14. Nagel, W. (2020, November 18). Multiscreen UX Design – Wolfram Nagel – Medium. Medium. https://wolframnagel.medium.com/multiscreen-ux-design-3e17d1f0731

15. The disciplines of User Experience design. (n.d.). Visual.ly. https://visual.ly/community/Infographics/computers/disciplines-user-experience-design

16. Creative lives in progress. (n.d.). Creative Lives in Progress. https://creativelivesinprogress.com/

17. Dream Canvas Creations LLC. (n.d.). Press & media coverage | Dream Canvas Creations. Dream Canvas Creatio. https://www.dreamcanvascreations.com/press

18. Maribeth Woodford. (n.d.). Pixieset. https://aicc.pixieset.com/maribethwoodford/

19. Karjalainen, A. (2024, November 27). How Enterprise AI agents work – Cognitive Architecture explained | Sema4.ai. Medium. https://medium.com/sema4-ai/whats-inside-an-enterprise-ai-agent-1394fad33c1e

20. Poduska, J. (2023, September 15). LLM Monitoring and Observability — A summary of techniques and

1. approaches for responsible AI. Medium. https://medium.com/data-science/llm-monitoring-and-observability-c28121e75c2f
2. AI meets Design Toolkit. (n.d.). Gumroad. https://aixdesign.gumroad.com/l/toolkit
3. Sharma, H. (2023, June 10). Custom chatbot for websites using LangChain, Azure OpenAI API, FAISS. Medium. https://blog.gopenai.com/custom-chatbot-for-websites-using-langchain-azure-openai-api-faiss-6b9b00240c15
4. Computerphile. (2025, January 28). DeepSeek is a Game Changer for AI - Computerphile [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=-gY4Z-9QlZ64
5. Pernice, K., & Rosala, M. (2024, February 29). User interviews 101. Nielsen Norman Group. https://www.nngroup.com/articles/user-interviews/
6. Thinkscape Technology — Thinkscape. (n.d.). Thinkscape. https://www.thinkscape.ai/thinkscape-technology
7. UNANIMOUS AI - We amplify intelligence. (2021, November 9). UNANIMOUS AI. https://unanimous.ai/

Bibliografia

1. Spallazzo, D. (2021, May 24). Machine learning for designers. Enable designers to merge users' needs with machine learning capabilities in the idea generation and problem framing phases. https://hdl.handle.net/10589/173637
2. Turing, A. M. (1950). Computing Machinery and Intelligence. Mind, 49–49, 433–460. https://redirect.cs.umbc.edu/courses/471/papers/turing.pdf
3. Miller, G. J. (2022). Stakeholder roles in artificial intelligence projects. Project Leadership and Society, 3, 100068. https://doi.org/10.1016/j.plas.2022.100068
4. G Voss, W. G. (2020). Cross-Border data flows, the GDPR, and data governance. In Washington International Law Journal (Vol. 29, Issue 3) [Journal-article]. https://digitalcommons.law.uw.edu/wilj/vol29/iss3/7
5. Zhang, S., Meng, Z., Chen, B., Xia, Y., & Zhao, X. (2021). Motivation, social emotion, and the acceptance of artificial intelligence Virtual Assistants—Trust-Based Mediating effects. Frontiers in Psychology, 12. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.728495
6. Shang, R., Hsieh, G., & Shah, C. (2024, July 25). Trusting your AI agent Emotionally and cognitively: Development and validation of a semantic differential scale for AI trust. arXiv.org. https://arxiv.org/abs/2408.05354v1
7. Gao, D. K., Haverly, A., Mittal, S., Wu, J., & Chen, J. (2024). AI Ethics. International Journal of Business Analytics, 11(1), 1–19. https://doi.org/10.4018/ijban.338367
8. Esmaeilzadeh, H., Sampson, A., Ceze, L., University of Washington, & Microsoft Research. (2012). Neural acceleration for General-Purpose approximate programs. In Proceedings of the 45th Annual IEEE/ACM

1. International Symposium on Microarchitecture.
2. Philipsen, R., Brauner, P., Biermann, H., & Ziefle, M. (2022). I Am What I Am – Roles for Artificial Intelligence from the Users' Perspective. AHFE International. https://doi.org/10.54941/ahfe1001453
3. Wang, L., Liu, Z., Liu, A., & Tao, F. (2021). Artificial intelligence in product lifecycle management. The International Journal of Advanced Manufacturing Technology, 114(3–4), 771–796. https://doi.org/10.1007/s00170-021-06882-1
4. Xu, Y., Liu, X., Cao, X., Huang, C., Liu, E., Qian, S., Liu, X., Wu, Y., Dong, F., Qiu, C., Qiu, J., Hua, K., Su, W., Wu, J., Xu, H., Han, Y., Fu, C., Yin, Z., Liu, M., . . . Zhang, J. (2021). Artificial intelligence: A powerful paradigm for scientific research. The Innovation, 2(4), 100179. https://doi.org/10.1016/j.xinn.2021.100179
5. Cautela, C., Mortati, M., Dell'Era, C., & Gastaldi, L. (2019). The impact of Artificial Intelligence on Design Thinking practice: Insights from the Ecosystem of Startups. Strategic Design Research Journal, 12(1). https://doi.org/10.4013/sdrj.2019.121.08
6. Wang, M., & Pan, X. (2022). Drivers of artificial intelligence and their effects on supply chain resilience and performance: An Empirical analysis on an emerging market. Sustainability, 14(24), 16836. https://doi.org/10.3390/su142416836
7. Böttcher, T., Weber, M., Weking, J., & Krcmar, H. (2022). Value drivers of artificial intelligence. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/360335863_Value_Drivers_of_Artificial_Intelligence
8. Duncan, M. C., Miller, M. E., & Borghetti, B. J. (2023). Analysis and Requirement Generation for Defense Intelligence Search: Addressing Data Overload through Human–AI Agent System Design for Am-

bient Awareness. Systems, 11(12), 561. https://doi.org/10.3390/systems11120561

9. Applied imagination; principles and procedures of creative thinking : Osborn, Alex F. (Alex Faickney) Internet Archive. (1953). Internet Archive. https://archive.org/details/appliedimaginati00osborich/page/n13/mode/2up

10. Groeger, L., & Schweitzer, J. (2014). Transformational leadership, design thinking and the innovative organization. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/279853991_Transformational_leadership_design_thinking_and_the_innovative_organization

11. Sturabotti, D., Surace, R., Lanzillo, E., Zurlo, F., Cautela, C., Galimberti, L., Andrea Morelli, Mariangela Campalani, Ilaria Donà, Valentina Latronico, Anna Barbara, Giorgia Burzio, Venere Ferraro, Ignazia Maria Alessandra Dal Piva, Carlo Branzaglia, Yara Cutolo, Andrea Jandoli, Lorenzo Bono, Federica Brumen, . . . Marco Tortoioli Ricci. (2024). I Quaderni di Symbola 2024. Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI.

12. Patterson, E., & Erturk, E. (2015). An Inquiry into Agile and Innovative User Experience (UX) Design. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/282673247_An_Inquiry_into_Agile_and_Innovative_User_Experience_UX_Design

13. Munari, B. (2024). Da cosa nasce cosa (35th ed., Vols. 1996–2024). Laterza.

Indice

La presente tesi, **AI Bridge – Service Design per la sinergia tra designer e intelligenza artificiale**, è articolata in **due volumi complementari.**

Volume 1 - Analisi e Fondamenti

Inquadra il tema partendo dai metodi del Service Design, ripercorre l'evoluzione storica e culturale dell'AI, analizza gli scenari contemporanei e presenta una rassegna di casi studio funzionali alla ricerca.

Abstract 6

Introsuzione 12

Metodo 18
1.1 Service design: il metodo 'direttore d'orchestra'. 23
1.2 Il Double Diamond. 25

Comprendere 38
2.1 Contesto e obiettivo. 38
2.2 Storia ed evoluzione dell'AI. 39
2.3 Contemporaneità. 42
2.4 Casi studio. 69

Riferimenti bibliografici 429

Volume 2 - Progettazione e Validazione

Trasforma gli insight emersi nella fase di analisi in un concept di servizio – AxeptAI (AAI) – e ne documenta l'intero percorso di sviluppo: ricerca sul campo, definizione della challenge, prototipazione, user-testing e roadmap di implementazione.

Osservare **439**

3.1 Interviste 440

Definizione del punto di vista **751**

4.1 Temi emersi dalla ricerca sul campo. 753

4.2 Personas e User journey. 792

4.3 Definizione della design challenge e del progetto. 804

Ideazione **809**

5.1 Workshop. 814

5.2 Scelta del concept e revisione critica. 823

5.3 Service blueprint. 826

Prototipazione **839**

6.1 Il primo passo: sitemap. 840

6.2 Architettura dell'informazione e alberatura. 845

6.3 Wireframes. 849

6.4 Visual. 864

6.5 Scelta dell'apparato visuale 878

6.6 Prototipo 879

User testing **901**

5.1 Criterio di scelta delle domande. 903

5.2 Scelta delle funzioni core. 904

5.3 Svolgimento del test. 906

Riflessioni **921**

8.1 Punto di partenza. 922

8.2 Necessità di avere un servizio Ai e Soluzioni dell'user testing. 924

8.3 Sviluppo del progetto. 928

8.4 Conclusione. 929

Riferimenti bibliografici **933**

Capitolo 3

Osservare

Inserimento del designer in ambiti allargati.

Interviste utente.

Interviste esperti.

Sintesi del settore.

Capitolo 3:
Osservare

3.1 Interviste

PERCEZIONE DEGLI STRUMENTI AI

Definita l'analisi desk e ultimata l'analisi dei casi studio, si è palesata una necessità: comprendere come questi tools, all'apparenza molto utili e versatili sono percepiti agli occhi dei designers che ne potrebbero aver bisogno per la vita lavorativa quotidiana.

RUOLO AI NEL WORKFLOW

Per comprendere ciò ci si è quindi chiesti una domanda chiave: **come si inserisce nel workflow quotidiano** del design l'intelligenza artificiale? Dato inoltre l'elevato tasso evolutivo del settore AI, ci sono per caso **pratiche che non sono individuabili** dalla ricerca desk?

DISTANZA TRA CONTESTI NAZIONALI

Nei capitoli precedenti è già stato citato il metodo Stingray (Damgaard, 2024). Questi dati tuttavia sono degli esempi di compagnie che agiscono a livello mondiale e che sono leader nel settore dell'innovazione internazionale. In Italia non è detto che gli stessi metodi siano considerati allo stesso modo, specialmente se si considera **l'arretratezza tecnologica e culturale del mezzogiorno** (I Divari Territoriali Nel PNRR: Dieci Obiettivi per Il Mezzogiorno, n.d.).

3.1.1 Buone pratiche metodologiche del service design

Definita la necessità del **service design** si è però manifestato un problema: in che modo svolgere delle interviste riconoscibili dal punto di vista scientifico? Quali pratiche sono già vigenti e quali invece hanno necessità di essere ridimensionate data la natura peculiare dell'argomento di tesi?

METODOLOGIA
INTERVISTE

Per osservare quali pratiche sono di solito diffuse, si quindi analizzato quanto esposto a tal riguardo dalla **Nielsen Norman Group**, uno degli enti più rappresentativi nel settore. Rosala (2024), nel suo blog all'interno del sito web di NN/g (Nielsen Norman Group), spiega come sia innanzitutto importante comprendere e acquisire nella maniera più chiara possibile i concetti di 'estrazione delle informazioni, 'insight' e 'saturazione'.

CONCETTI CARDINE

- **Estrazione delle informazioni**: metodo con la quale l'intervistato si sente a suo agio nell'esprimere le informazioni e l'intervistatore riesce a coglierne gli insight contenuti.
- **Insight**: informazioni dirette o indirette che l'intervistato può esprimere, siano essi elementi di cui l'intervistato è conscio o meno.
- **Saturazione**: La saturazione è il punto in cui, dopo un determinato numero di interviste, i temi emersi iniziano a fornire sempre le stesse risposte e oltre il quale ci si può aspettare che anche le successive non saranno più di tanto differenti.

Compresi i **criteri di giudizio** ci si è quindi posti la domanda seguente, ovvero quante persone è necessario intervistare secondo NN/g per avere una validità

NUMERO DI PARTECIPANTI

scientifica presumibile dalle interviste.

FLESSIBILITÀ DEL CAMPIONAMENTO

Sempre Rosala (2024), definisce come questo numero possa **variare in base alle capacità di comunicazione dell'intervistatore** e a seconda del contesto in cui queste vengono fruite.

CAMPIONE MINIMO SUGGERITO

In linea di massima si può definire come **cinque intervistati per categoria** possano essere un adeguato numero minimo di persone, sempre tenendo conto che maggiore è il numero, più può aumentare il numero e la consistenza dei dati estratti.

DISACCORDO SULLA COMUNITÀ SCIENTIFICA

Non sembra esserci però consenso unanime all'interno della comunità scientifica su quali siano i numeri esatti riguardo le persone da intervistare, Abbie Griffin and John Hauser in genere suggeriscono come **20–30 interviste** possano coprire il 90–95% dei bisogni del cliente, se condotti direttamente.

La saturazione è statistica

Oltre a questo livello, gli intervistati ripetono senza saperlo quanto detto da chi li ha preceduti evidenziando come quell'argomento trattato sia di maggiore necessità.

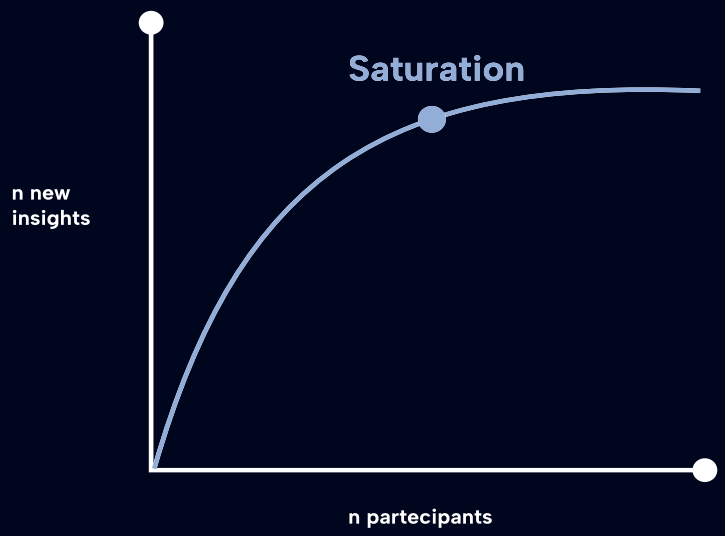


Fig 3.1 Grafico descrivente la proporzionalità tra insight e numero di intervistati sino al raggiungimento del punto di saturazione (Rosala, 2024).

Contra

3.1.2 Analisi del contesto delle interviste

ANALISI DEL CONTESTO NAZIONALE

Si è rilevata quindi la necessità di comprendere il **contesto territoriale italiano**, il suo stato dell'arte nel settore AI e quali sono gli interessi pubblici e/o privati che esso intende promuovere.

CARATTERISTICHE PROFESSIONALI ITALIANO

Si è compreso quindi che i designers in Italia sono di solito affiliati a **piccole e/o medie imprese** (agenzie grafiche e/o di comunicazione) oppure lavorano sotto forma di **freelance**. Questo è stato reso possibile attraverso due principali fonti: **Symbola**, che annualmente redige un report su qual è lo stato dell'arte in Italia del settore del design e TorinoDesign, un sito che mostra lo stato dell'arte di più o meno tutti i professionisti in Piemonte, le loro agenzie e le relative specializzazioni.

Si è poi allargata la scala anche alle altre regioni e si è osservato che i principi di funzionamento della disciplina sono di solito più o meno analoghi.

DIVERSITÀ CLIENTI

Ci si è quindi chiesto quali siano i **principali client** del designer: progettare per una start-up infatti avrà auspicabilmente maggiori requisiti di flessibilità ma anche minori budgets disponibili. Progettare invece per grandi imprese comporterà l'opposto: risultati certi, comunicazione efficace, etc, di modo da non evitare danni d'immagine anche molto ingenti. Considerare questo fattore infatti, se da un lato può sembrare ininfluente per la ricerca dei designers dato che ciò che serve sono le loro skills, gli ambienti in cui sono inseriti e cosa fanno di solito,

da un altro punto di vista invece permette di comprendere quali sono i progetti che ci si aspetta che normalmente vengano svolti e a cosa normalmente si è più interessati.

DESTINATARI E DISTRIBUZIONE

Sulla base di questo ragionamento quindi, due principali dati sono stati estrapolati: il primo quali sono i soggetti destinatari dei servizi di design mentre il secondo è qual è la distribuzione geografica dei designers in Italia. Come si può osservare dall'immagine, la presenza dei designers è fortemente registrata nella zona della Lombardia e del centro-ovest dell'Italia, in regioni ad esempio come Emilia Romagna o Veneto.

IMPATTO DELL'AI SUL TERRITORIO

Chi deve però accedere a servizi di design, in che modo può fare? In che modo l'intelligenza artificiale potrebbe essere impattata da queste zone di maggiore o minore presenza di designers?

IMPATTO AI IN FUTURO

Altri dati rilevanti sono emersi a proposito degli impatti che Symbola ha stimato essere da parte dell'AI nei confronti del settore del design, sia per quanto riguarda quelli già avvenuti che per quelli stimati negli anni successivi (Sturabotti et al., 2024).

LEADERSHIP SETTORE SCIENTIFICO

E' infatti Symbola che sia nel report sul settore del design per il 2024 che per il 2025 spiega quanto il settore del **Communication e multimedia design** si distingua in Europa per l'utilizzo di tecnologia innovativa.

SETTORI PIÙ INFLUENZATI

Considerando quindi quale può essere la differenza di livello tecnologico tra le varie ramificazioni del design, si è quindi indagato quali sono i maggiori settori influenzati dall'AI.

Distribuzione dei designers e i loro clienti sul territorio nazionale.

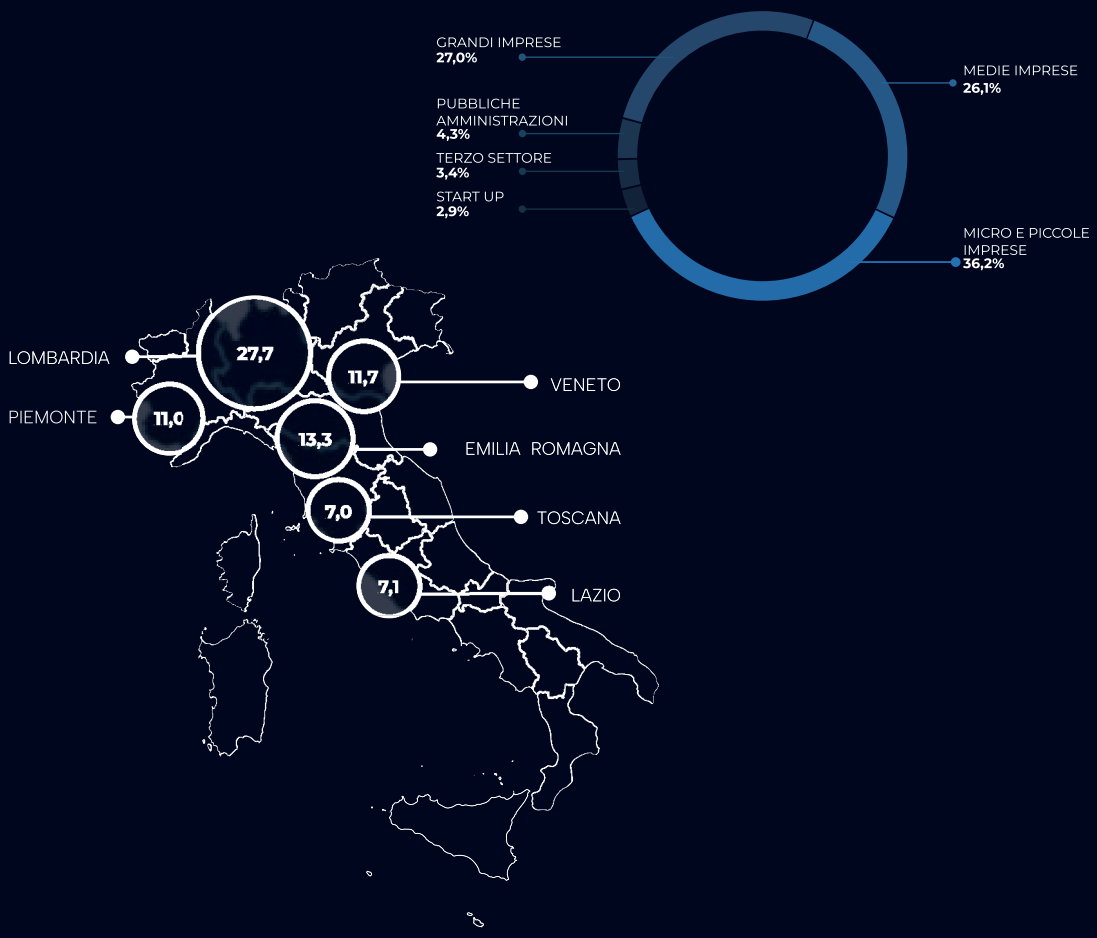


Fig 3.2 Distribuzione per regione e per tipologia di industria a cui le imprese di design fanno riferimento (Sturabotti et al., 2024).

Ruoli del design più o meno emergenti in Italia

Il prompt designer è uno dei ruoli più emergenti in italia, la poca specializzazione del settore però stima ad avere un ruolo simile a quello del 2015/2020 negli USA.

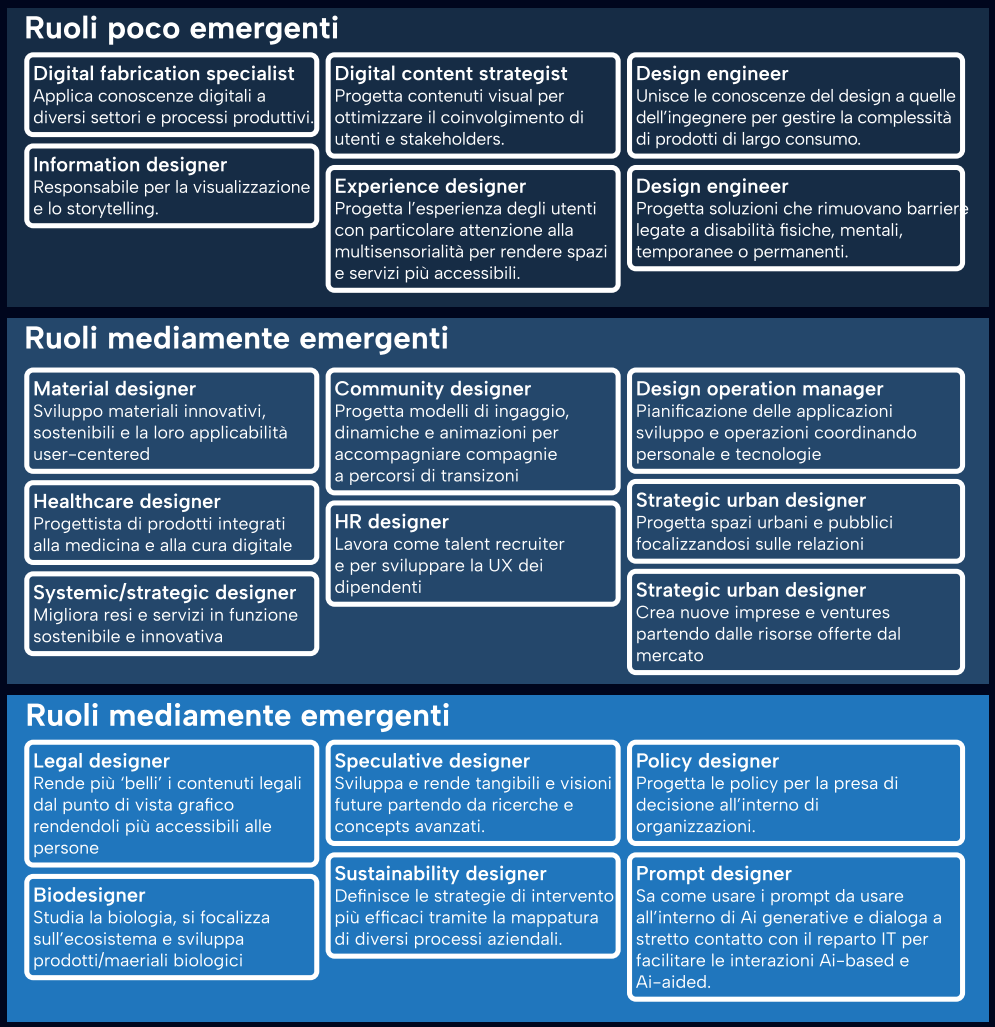


Fig 3.3 Mappatura delle figure emergenti in Italia nel settore del design (Sturabotti et al., 2024).

CLASSIFICA INFLUENZA AI

Sempre Symbola propone una classifica secondo cui i settori in genere le specializzazioni del design più influenzate positivamente dall'AI sono l**'interaction design, il communication & multimedia seguiti poi dal settore interior, dal service ed infine dal brand**.

FOCALIZZAZIONE SETTORI RILEVANTI

Considerando però che i settori interior e product sono difficili da stimare negli impatti perché dotati di sistemi di AI come ad esempio la **domotica o l'IoT (Internet of Things)**, che potrebbero uscire dagli interessi della tesi, si è deciso di considerare: digital, interaction, communication, multimedia, service e brand in quanto settore potenzialmente in dialogo con i precedenti. Indagando più a fondo le osservazioni proposte da Symbola è presentata anche una mappa che tramite insiemistica compara le principali specializzazioni del design rispetto agli ambiti di pertinenza.

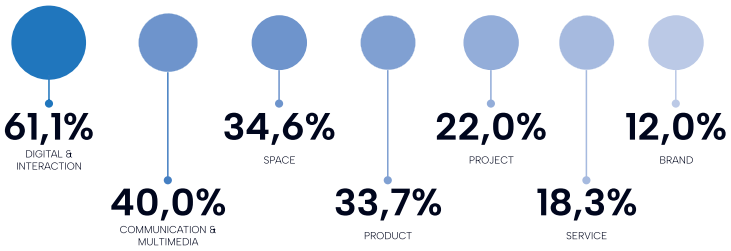


Fig 3.4 Ambiti di specializzazione del design con maggiori benefici dovuti all'adozione dell'AI (Sturabotti et al., 2024).

SPECIFICITÀ CONTESTO ITALIANO

Purtroppo non è chiaro in che modo queste figure siano comparabili con l'estero siccome non sono stati trovati documenti di paragone, essendo però questo libro una fonte ufficiale riconosciuta anche a livello istituzionale, date le persone coinvolte, si pone per assunto che sia un lavoro personalizzato sulle necessità del contesto Italiano.

CLUSTERS DI INNOVAZIONE

Per comprendere dove potrebbero essere i maggiori **clusters di innovazione** dal punto di vista geografico si è quindi indagato anche questo aspetto.

DOPPIO POLO INNOVATIVO ITALIANO

Stando a quando stimato da **WIPO**, ente mondiale per il riconoscimento della proprietà e in conseguenza ente centrale nel riconoscimento e certificazione dell'innovazione, in Italia ci sono **due principali clusers**: uno a **Milano** ed uno a **Roma** e per il resto un livello medio più o meno distribuito su tutta la penisola.

Per quanto riguarda il livello di innovatività in Italia, invece, le note più rilevante che sembrano sottolineare gli studi dagli ultimi report di WIPO è che l'Italia si colloca al **18° nella classifica del disegno industriale** a livello mondiale.

Maggiori clusters tecnologici in Europa secondo WIPO.

Se da un lato l'Europa è leader per alcuni ambiti el settore tecnologico, a confronto con il resto dei paesi UE, solo i clusters tecnologici di Milano e Roma competono.
In condizioni simili è anche la Francia che però da sede alla compagnia leader negli LLMs Mistral AI (Frontier AI LLMs, Assistants, Agents, Services | Mistral AI, n.d.).

NOTA BENE: Mistral AI è la stessa compagnia di ‘frontiera’ che compete con Google, OpenAI e Meta nel proporre mensilmente cambi di paradigma nelle soluzioni tecnologiche per il settore Ai per poi rivenderle a B2B come You.com

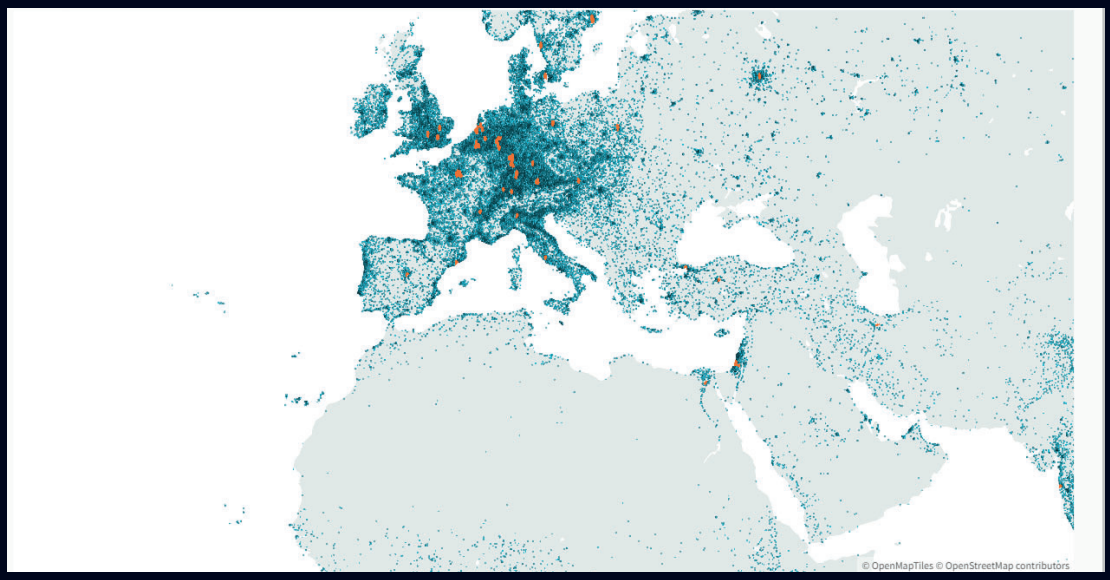


Fig 3.5 Distribuzione per regione delle imprese di design (Sturabotti et al., 2024).

3.1.3 Sintesi del contesto e applicazione ai requisiti delle interviste

CRITERI E PRIORITÀ DEI RUOLI

Una volta definito il contesto dell'AI è stato necessario comprendere quali informazioni fossero più o meno prioritarie come criterio per selezionare i ruoli intervistabili. Pertanto, anche se il design italiano è molto specializzato nell'industrial design, arredamento e nell'interior, si è pensato di dare priorità a Symbola e alla mappa dei ruoli più influenzati dall'AI.

CENTRALITÀ DI COMUNICAZIONE E INTERACTION

Le specializzazioni indicate da Symbola infatti, a confronto con **comunicazione e multimedia o retail e interaction** sono ben inferiori mentre, allo stesso tempo comunicazione, interaction e retail sono più facilmente in dialogo con il contesto delle agenzie comunicative (che a sua volta è centrale nel settore dei servizi offerti dal design).

LIMITI DELLE FONTI

I risultati emersi sino ad ora hanno però permesso di comprendere un aspetto fondamentale: **manca una visione d'insieme** del settore del design che permetta di comprendere in che modo rappresentare con le interviste il maggior numero di professionisti possibile di modo da ottenere un risultato altrettanto rappresentativo.

Approfondendo le ricerche, Nagel (2020) presenta nel suo libro e relativo blog di Medium, una versione più o meno riassuntiva del panorama del settore se non di quello audio-video, questo però **non gode di rappresentatività scientifica** non essendo pensato per fini divulgativi,

pertanto si è iniziato a indagare quali fonti simili fossero state presentate in passato fino a quel momento.

RUOLI E AMBITI STORICI

Lo studio più rilevante è il primo compiuto nel suo genere, nel **2008/ 2009** per poi essere ripreso 6 anni dopo da **Patterson & Erturk (2015)**. Nel loro studio, Patterson and Erturk (2015) propongono un'estrema sintesi del contesto del design nei principali ruoli ed ambiti aspettandosi loro stessi che in futuro quello studio sarebbe stato modificato e rielaborato in forme più ragionate.

BISOGNO DI SINTESI

A seguito delle ricerche però, le analisi successive hanno mostrato che le elaborazioni effettuate son tutte specialistiche mentre ai fini della tesi serve una mappa che permetta di avere la visione d'insieme. La versione di Patterson & Erturk (2015) è quindi stata considerata come quella di riferimento.

FONTE AGGIORNATA E CREDBILIE

Dopo ulteriori ricerche tuttavia, una fonte anonima ha pubblicato su **Visually** una versione aggiornata e più completa dell'originale con allo stesso tempo tutte le fonti correttamente citate. Per via di questa credibilità e completezza nell'offerta dei dati è quindi stata riconsiderata come la più credibile.

FOCUS AGENCY

Una volta definito qual è la visione d'insieme che può descrivere il contesto del design si è manifestata un'altra necessità: qual è il contesto più nello specifico dell'agency di comunicazione e quali sono i r**apporti che intercorrono tra i professionisti coinvolti**?

RAPPRESENTATVITÀ AGENCY

Per comprendere anche questo aspetto si è quindi deciso di indagare quale tra le figure coinvolte nel grafico

potessero essere le più rappresentative senza rischio di **sovrapposizione per specializzazione** per poi essere estrapolate come ruoli rilevanti per un'agency tipo. Eccetto il ruolo della UX che ingloba tutti gli altri e che è il centro della ricerca, si è quindi notato che ci sono due ruoli che più degli altri sembrano inglobare le singole specializzazioni: il **communication design e l'interaction design**, oltre a queste poi sono state considerate anche le singole discipline da cui normalmente il design riceve richieste per i suoi servizi.

SELEZIONE RUOLI PRIORITARI

Una volta definito quali sono i ruoli e discipline di interesse prioritario si è quindi ricercato quali possono essere quelle quelli di solito più presenti all'interno di un'agency.

Una volte definite tutte le principali figure presenti nell'agenzia di comunicazione si è quindi proceduto a estrapolarle completamente e associarle per **gerarchie di responsabilità** a tutte le ramificazioni più probabili di specializzazione che ci potrebbero essere a seconda delle richieste di mercato(Creative Lives in Progress, n.d.). Queste tuttavia sono ancora carenti di gerarchizzazione, tra di loro quali sono i ruoli più essenziali da intervistare e quali meno? Per comprendere questo ultimo punto sono state ricreate le principali collaborazioni attese nell'ambiente lavorativo dell'agency. Compreso però quali potevano essere le persone intervistabili dal lato cliente, si è manifestato un problema: gli stessi ruoli che posso fruire dei contenuti come clienti possono anche essere parti di sistemi di progettazione AI. Si è quindi fatto un passo in dietro approfondendo quali sono i ruoli ricoperti dai designers in settori per l'intelligenza artificiale.

Ogni mappa si concentra su settori specifici.

Come specificato da Symbola, è difficile sistematizzare la disciplina del design dato che spazia in innumerevoli competenze e la mappa del multiscreen experience è un esempio di quanto può essere complessa la sola UX design.

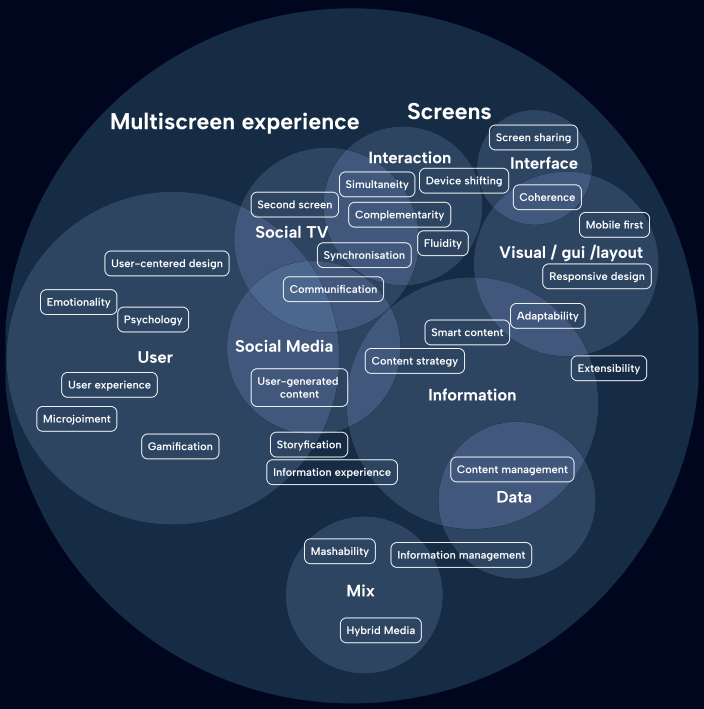


Fig 3.6 Principali ruoli ed ambiti di competenza del design (Nagel, 2020).

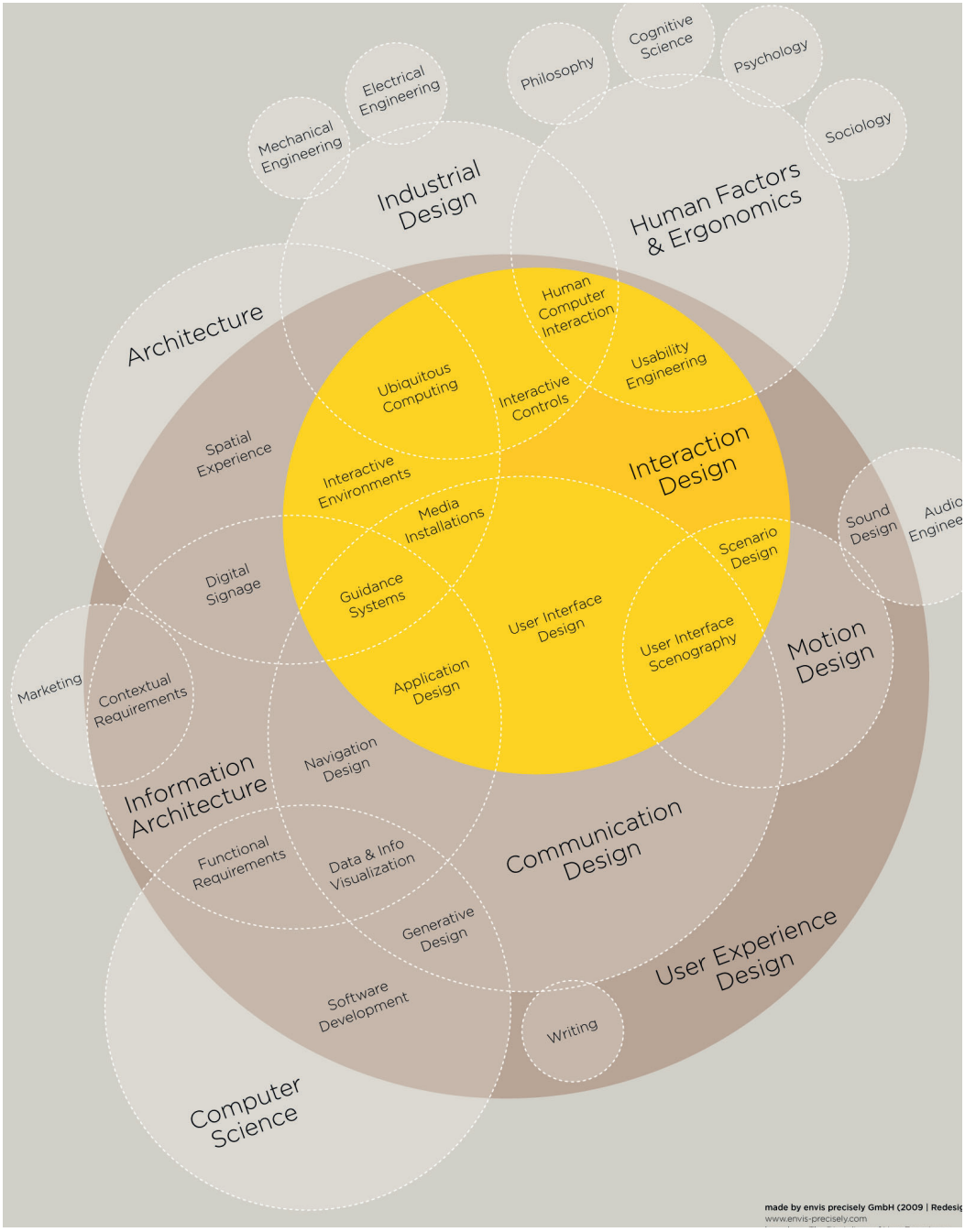


Fig 3.7 Step 1 - Principali ruoli ed ambiti di competenza del design (The Disciplines of User Experience Design, n.d.).

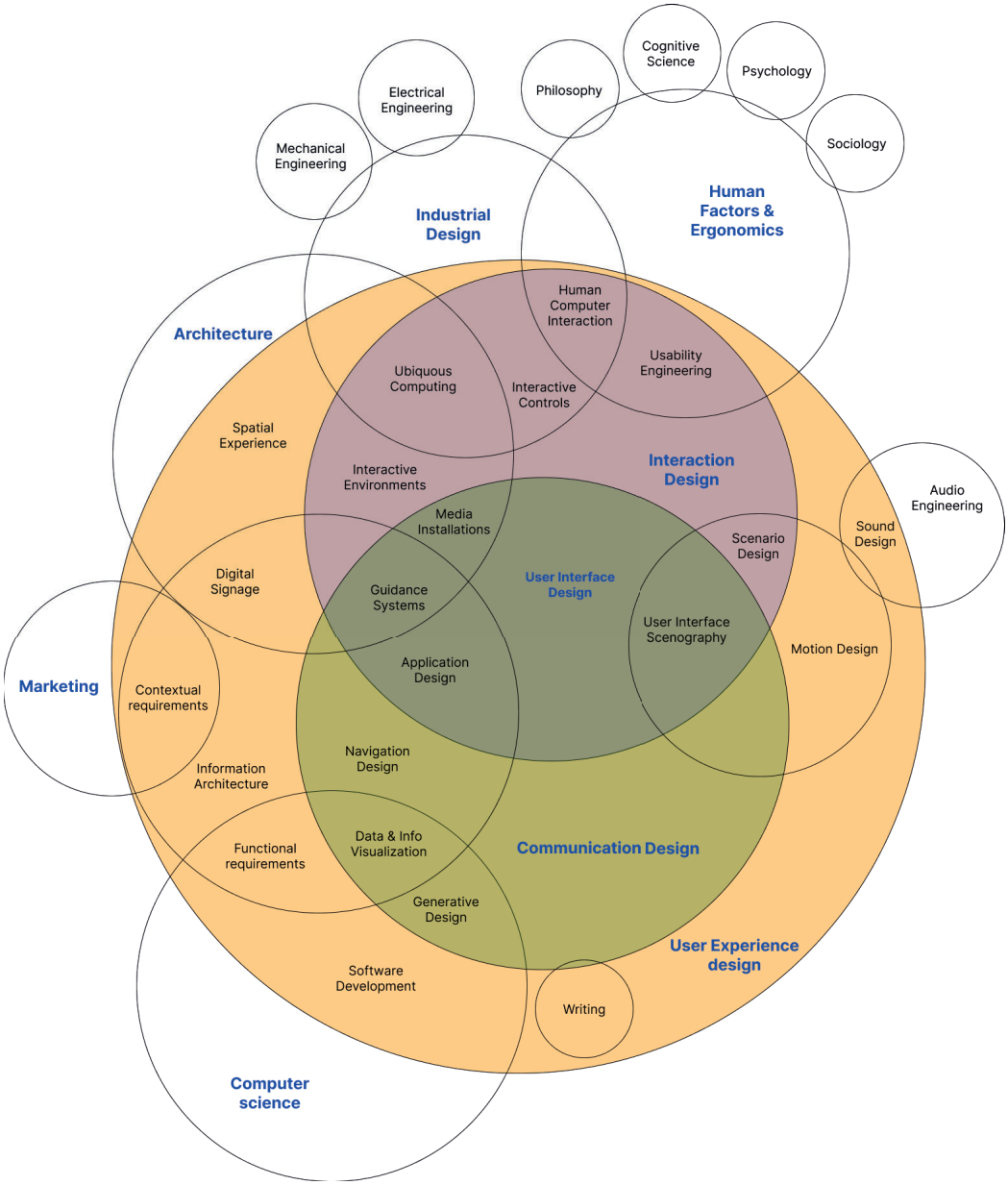


Fig 3.8 Step 2 - Estrapolazione e rileaborazione dall'originale modello di Saffer - Patterson & Ertursk ai fini del dedurre i principali ruoli attesi da un'agency.

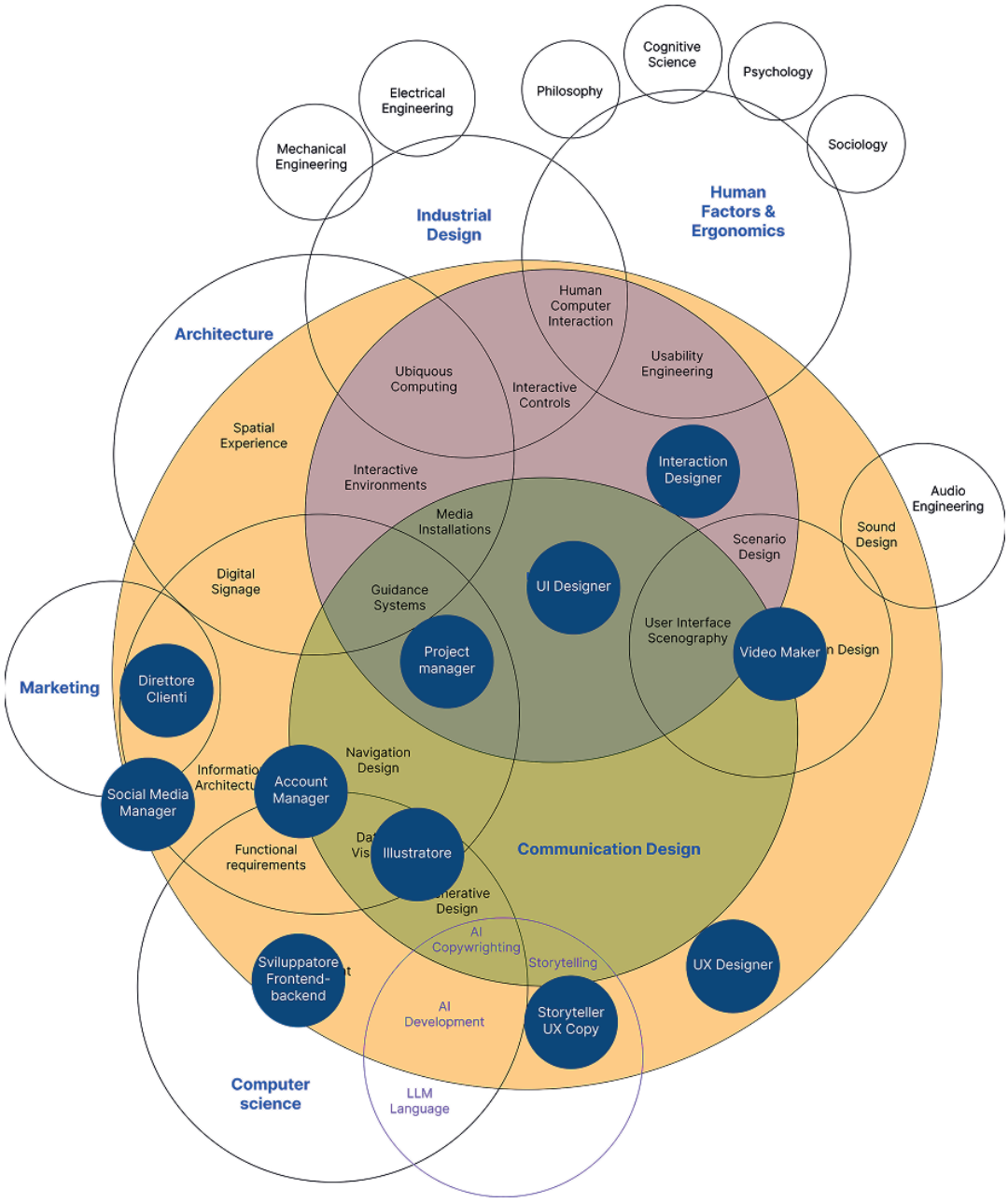


Fig 3.9 Step 3 - Overlapping delle discipline con le principali figure in un'agency di comunicazione.

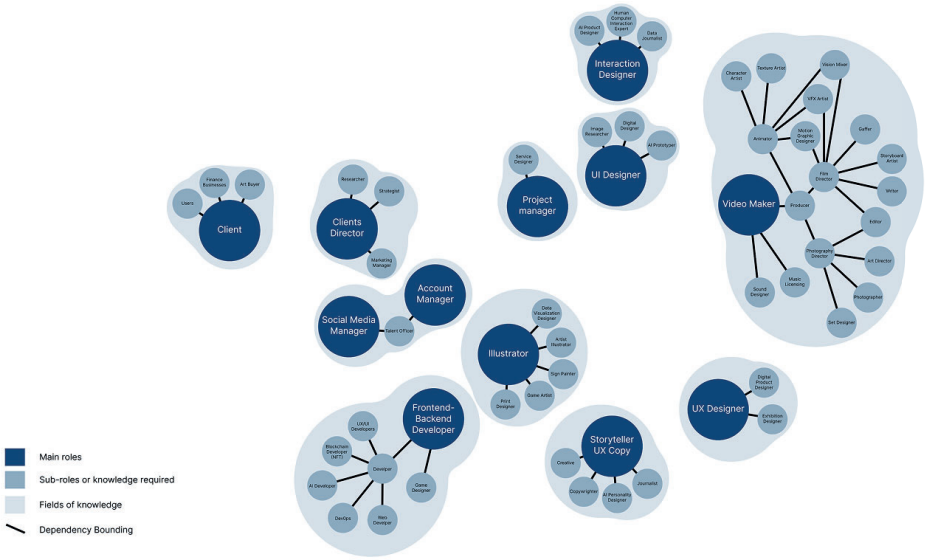


Fig 3.10 Step 4 - Ramificazione delle specializzazioni più plausibili a seconda delle necessità e richieste di mercato dell'agenzia.

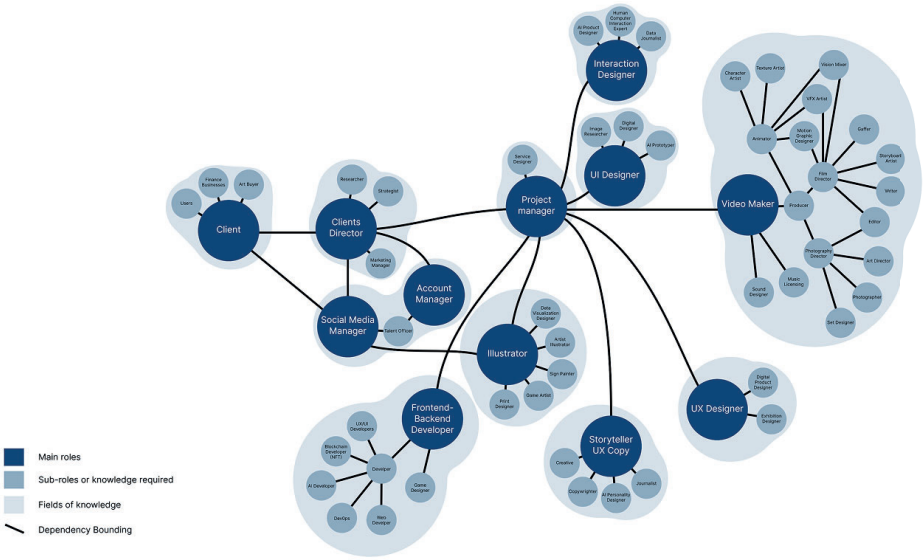


Fig 3.11 Step 5 - Ricostruzione dei network di dialogo più probabili all'interno dell'agency.

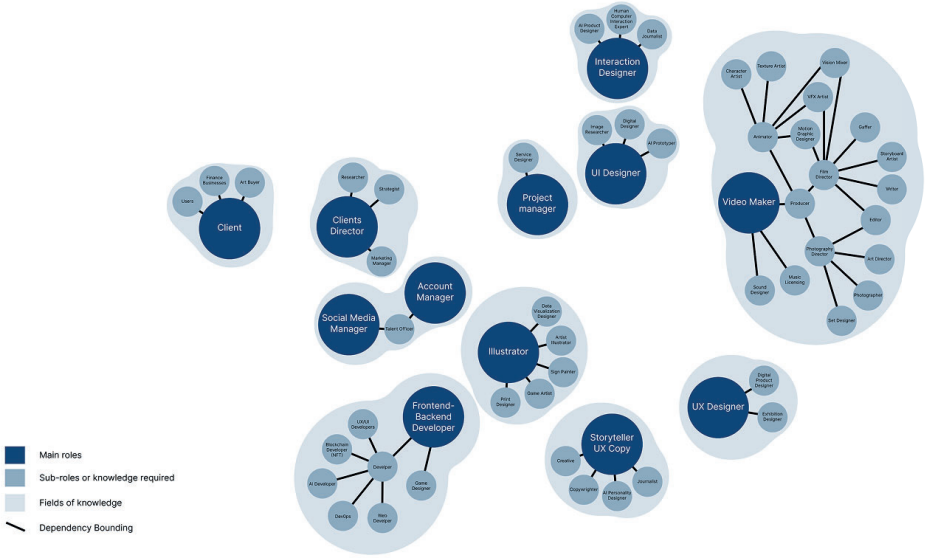


Fig 3.12 Step 4 - Ramificazione delle specializzazioni più plausibili a seconda delle necessità e richieste di mercato dell'agenzia.

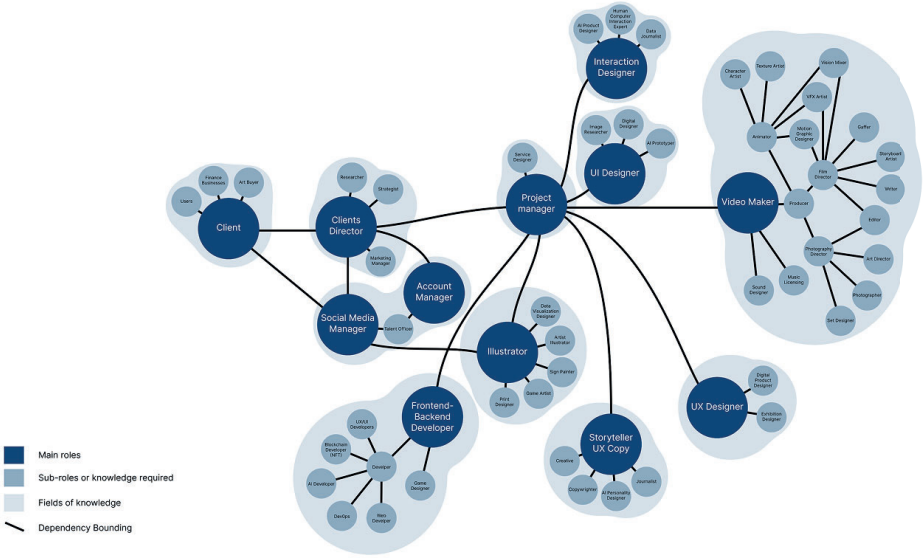


Fig 3.13 Step 5 - Ricostruzione dei network di dialogo più probabili all'interno dell'agency.

3.1.3.1 Esempio di metodo di dialogo tra AI e Design

RUOLI CHIAVE IN AGENZIA

In base a quanto dichiarato da varie riviste di Design (In-House Agency | Marketing Agency | OLIVER, 2024) e da report scientific dedicati (Duncan et al., 2023), la co-progettazione tra designers e programmatori è possibile attraverso tre macro gruppi di figure: Intelligence Searchers, Analisti e Designer Sistemici in aggiunta ai tradizionali programmatori che curano il convenzionale processo di machine learning.

Le funzioni dei tre macro gruppi di progettisti sono le seguenti:

Intelligence Searchers: responsabile dell'allocamento e ritrovamento delle informazioni durante la fruizione dell'interfaccia con IA. L'intelligence searcher ha anche il compito di garantire la sicurezza e privacy delle informazioni.

Analista: Data la complessità del sistema nella quale si fruiscono informazioni spesso al di sopra delle capacità cognitive dell'essere umano, l'analista ha la funzionalità di ottimizzare questi processi rendendoli più significativi e attendibili attraverso la riduzione della 'fragilità' durante l'uso dell'IA.

PROCESSI DI SENSEMAKING

Designer Sistemico: Ha il compito di assicurare la congruenza di sistema e di rendere di facile fruizione l'uso del servizio da parte degli intelligence searchers. Compito primo del Designer sistemico è che i concetti di affordance anche minima per la fruizione siano rispettati.

In sintesi quindi, se l'intelligence searcher si prende cura di ricercare le informazioni grezze nella complessità del web insieme all'intelligenza artificiale, l'analista analizza quali potrebbero essere le informazioni che migliorano il **sensemaking** mentre il designer sistemico le clusterizza di modo da garantire la migliore affordance possibile per la fruizione.

Il problema del sovraccarico cognitvivo: l'elefante nella stanza del presente

Ruoli mediamente emergenti

Intelligence search workflow (ISW): Processo organizzato per completare la ricerca di informazioni nel dominio dell'intelligence. L'IWS consiste in una serie di tools, tecnologie, ruoli e vincoli per definire le attuali situazioni.
Data overload: il problema centrale riportato in cui il volume dei dati generati supera quello che l'utente può identificare.
Keyhole brittleness: i tools esistenti uniformano i dati portando a inefficienze e tasks complesse.

Work Domain Analysis

Processo di analisi e di astrazione del dominio di lavoro del processo di lavoro corrente per rilevare gli insights necessari per sistemi più resilienti ed efficaci

Functional abstraction network (FAN): modello di interrelazione funzionale degli obiettivi e processi legati agli obiettivi. Sviluppo della metodologia e analisi della natura funzionale astratta del dominio di lavoro.

Cognitive Work Requirements (CWR): task cognitiva del processo per la quale è necessario ottenere un obiettivo funzionale identificato dall'analisi delle relazioni.

Information & Relationship Requirements (IRR): task cognitiva del processo per la quale è necessario ottenere un obiettivo funzionale identificato dall'analisi delle relazioni.

System Design Requirements

Necessità del sistema di design in un concept di support e nella chiara disposizione delle tasks di modo che queste siano allineate all'obiettivo funzionale.

Intelligence Search Supporting Concept: Insight specifico della natura del dominio di lavoro espressa nel supportare l'obiettivo funzionale.

Display Task Description (DTD): organizza l'RDR in un set di visualizzazioni funzionali a spazi concettuali per il concept di supporto.

Representation Design Requirements (RDRs): serie dettagliata di rappresentazioni corrispondente all'IRRs nell'obiettivo funzionale del CWRs

Ecological Interface Design (EID): approccio progettuale mirato a enfatizzare interfacce intuitive per ottimizzare il decision making.

Envision solution

Proposal to address the identified challenges.

Decision Support System (DSS)t: Un sistema pensato per supportare il lavoro cognitivo basato su obiettivi definiti.

Theory for Enhanced Decision Support: Un sistema desiderabile che definisce chiaramente come le soluzioni pensate possano supportare il processo decisionale.

Fig 3.14 Tabella che evidenzia il ciclo del carico di overload informativo in governi e strutture sociali di ampie dmensioni (Duncan et al., 2023).

3.1.3.2 Applicazione dell'esempio al contesto d'intervista

PROFILI SPECIALIZZATI GIOVANI

Metodi come quello di Duncan et al. (2023) sono estremamente innovativi e pertanto potrebbe essere difficile il reperimento di professioni come l'**intelligence searcher, l'analista o il systemic designer** specializzati nell'uso dell'IA (il Large Language Model è apparso sul mercato solo negli ultimi due anni, questo significa che anche i professionisti più anziani non potrebbero avere più di 1–2 anni di esperienza senza considerare i tempi correlati ai master/MBA di minimo 1–2 anni).

APPROSSIMAZIONE A RUOLI ESISTENTI

In ragione di questo fatto quindi, i tre ruoli professionali sono stati approssimati a quelli che normalmente sono già presenti nelle agenzie di comunicazione considerandoli in un duplice ruolo tra figure esperte o potenziali clienti a seconda delle caratteristiche.

ADATTAMENTO PROFESSIONALE

Per poter comprendere il modo in cui le figure professionali si sono già adattate all'introduzione dell'AI, è necessario analizzare un esempio concreto di Agency già strutturata per questo. Parlare di Design e IA, però, è estremamente complesso poiché il dialogo tra di loro è una realtà ancora acerba.

Per trovare un esempio compiuto quindi si è sentita la necessità di cercare un'agency già compiuta d'esempio nel panorama mondiale come BOI (Board Of Innovation) nella quale queste figure professionali già dialogano almeno apparentemente tra di loro in maniera organica.

Ai fini dell'intervista tuttavia, potenzialmente tutti i ruoli

COMPARAZIONE

potrebbero essere impattati in vari modi (ad esempio da softwares a supporto della convenzionale progettazione, strumenti di domotica, robots per assistere all'utente o ai progettisti in cerca di informazioni, chatbots, etc...) quindi si propone una tabella comparativa nella quale da un lato si esplicitano gli interessi e dall'altro il contributo che questi potrebbero fornire alla progettazione di IA.

Ponendo la precedente tabella in relazione con la classificazione di Duncan et al. (2023), è stata fatta un'ulteriore suddivisione di modo da ipotizzare quale potrebbero essere i ruoli più in dialogo tra il metodo dell'Applied CognitiveWork Analysis (ACWA) con i ruoli normalmente presenti un Agency di comunicazione.

Intelligence Searcher:

- UI Designer (fasi preliminari di ricerca).
- Clients Director (benchmarks, market analysis, etc...).
- Illustratore (generazione e editing di contenuti).

Analyst:

- Storyteller UX Copy (a seconda del tone of voice o altre caratteristiche è dato alle parole cambia completamente l'output, es. 'colpire una persona' oppure 'sorprendere una persona').
- Interaction Designer (definizione delle azioni, posture e metodi da adottare per avere risultati più efficaci).
- Social Media Manager (maggiori e più mirati spunti creativi derivanti dalle ispirazioni social).

Systemic Designer

- UX designer (definisce l'esperienza dell'utente ed il

Professionista	**Interesse potenziale**	**Contributo alla progettazione di AI**
Clients director	Maggiore consapevolezza dei finanziatori a cui chiedere fondi, facilitazione dati e supporto al dialogo.	Coordinamento della potenziale scalabilità per interessi di mercato.
Account Manager	Maggiore consapevolezza dei dati degli utenti B2C, e supporto al dialogo.	Goal-oriented best practices in base ai feedbacks forniti dagli utenti.
Social Media Manager	Supporto alla creazione di contenuti ed alla loro presentazione.	Goal-oriented best practices in base ai feedbacks forniti dagli utenti.
Illustratore	Generazione o editing dei contenuti di base (es. colore, disposizione, soggetti e/o stile dell'immagine, etc...).	Sviluppo di database di immagini sulla quale l'IA si basa nel caso l'IA stessa riguardi tale generazione. (mansione di AI designer).
Front-end/Back-end developer (esparto CSS, HTML e sviluppatore di siti web in generale)	Generazione di modelli di base editabili dal professionista/i.	Sviluppo dell'interfaccia/e in cui inserire l'IA (AI Prototyper).
Full-stack developer	Generazione e correzione delle linee di codice.	Sviluppo dell'IA (AI Developer).

Professionista	**Interesse potenziale**	**Contributo alla progettazione di AI**
Storyteller UX Copy	Generazione di testi per canale e supporto al tono di voce, selezione di parole e/o in base al target di riferimento.	Progettazione dei valori e della attendibilità dell'IA
Project manager	Generazione di testi per canale e supporto al tono di voce, selezione di parole e/o in base al target di riferimento.	Dialogo all'interno del team di lavoro che include: ◉ programmazione dell'AI, ◉ programmazione delle interfacce – progettazione grafica e di UX ◉ definizione delle interazioni
UX Designer	Management Sistemico della raccolta di informazioni per l'userflow e la relativa prototipazione.	Definire l'ambito di progetto e la UX ad esso correlata (cosa, come, quando e in che modo).
UI Designer	Generazione o supporto all'editing.	Definizione della grafica di tutte le interfacce dinamiche nella quale l'IA è presente. (AI-UX Designer).
Interaction designer	Analisi di contesto e stima delle reazioni attese.	Definizione delle interazioni all'interazione (es. filtri, bottoni, immagini, testi, voce, etc…)

Professionista	**Interesse potenziale**	**Contributo alla progettazione di AI**
Video Maker	Generazione video di base, supporto all'editing, supporto al reperimento di assets ed al doppiaggio.	Troppo amplio per essere definibile e vario a seconda della specializzazione dell'Agency. Alcuni esempi potrebbero essere: ◉ database audio/ video ◉ supporto tecnico, ◉ curatore qualità video generati, ◉ curatore qualità immagini generate.

suo focus, in conseguenza anche l'affordance come exhibition designer o digital designer).

- Project Manager (definisce l'approccio sistemico con il quale guidare il team verso la soluzione più efficace).

Sono esclusi da questa suddivisione, tuttavia, queste principali categorie di ruoli progettuali:

- Developer: ha già in carico lo sviluppo dell'intelligenza artificiale.
- Account Manager: è specializzato su task estremamente specifiche per gli interessi dell'ambito di progetto.
- Video Maker: come per l'account manager è specializzato su task estremamente specifiche ma con l'aggiunta di avere una varietà estremamente ampia a seconda della specializzazione tra i cui ambiti principali si segnalano (musica, video, immagine, editing, film, fotografia e VFX).
- Programmatore: di solito è già incluso per necessità prendendosi in carico la realizzazione dell'AI nei due ruoli principali di web developer e/o full-stack developer.

Arrivati a questo punto tuttavia si è ancora presentata la carenza di una gerarchia chiara tra chi fosse o meno prioritario; pertanto, si è analizzato caso per caso tra i singoli ruoli presentati da Duncan et al. (2023) osservato le relative potenzialità e criticità nello specifico.

Per quanto riguarda l'Intelligence Searcher, l'attenzione si è concentrata nel ruolo dello UI Designer, poiché a differenza dell'illustratore, progetta per interfacce dinamiche rendendo più semplice il processo di ricerca e

archiviazione.

Rispetto all'Analyst invece, il discorso è più articolato poiché potenzialmente ogni figura professionale potrebbe contribuire con il suo background, due più degli altri si ritengono di interesse: lo Storyteller UX Copy poiché abituato in ogni momento a pesare le parole (compito alla base della classificazione per il linguaggio NLP) e l'Interaction Designer poiché non tutte le IA possono derivare dalla generazione testuale ma sicuramente delle azioni. In particolare quest'ultimo si potrebbe rilevare utile per comprendere la natura dei sistemi a supporto come 'support function model', il 'conflict & corroboration' oppure il 'hypothesis exploration' e per ciascuno di essi comprendere quali potrebbero essere le best practices.

CONCLUSIONE DELLA PRIORIZZAZIONE

Per quanto riguarda il Systemic Designer integrato nel mondo dell'AI, invece, la questione è più articolata poiché secondo ricerche aggiornate a settembre 2024, non si sono registrati professionisti attivi nel settore, pertanto, anche in base a quanto osservato da Patterson and Erturk (2015), lo UX designer si presenta come quello che ha la visione più ampia, consapevole e focalizzata a garantire buone prestazioni di affordance durante l'uso dell'IA (AI-UX Designer).

CENTRALITÀ DELLA UX

Arrivati a questo punto quindi si presenta una lista di quali si pensa siano i professionisti interessabili ed una dei medesimi professionisti dell'agency come potenziali clienti interessati.

Lista dei potenziali clienti interessati:

- **Illustratore (Intelligence Searcher)**: le principali problematiche attese di un illustratore di solito ci si aspetta siano due: i tempi di consegna a confronto con la qualità del lavoro e le aspettative del cliente. L'obiettivo quindi sarebbe quello di comprendere, nel contesto italiano quali sono le necessità normalmente attese da un illustratore e se generatori di immagini o altri eventuali strumenti a supporto possono essere utili.
- **UX Designer (Analyst)**: tra i principali problemi considerati dello UX Designer all'interno dell'agency si considerano potenziali fraintendimenti (il progetto è di solito ancora in fasi embrionali), non essere certi dei contenuti e/o dover bilanciare gli obiettivi richiesti con i finanziamenti disponibili.
- **Project Manager (System Designer)**: Il manager ci si aspetta possa avere tipici problemi come scadenze impossibili nella quale rientrare dei costi, carenza di credibilità, scarsa comunicazione e gestione dei rischi. L'IA in tal senso, da quanto emerso dai casi studio ha già varie funzionalità per rispondere a queste necessità.

QUESTIONI ORGANIZZATIVE

Definiti entrambi i ruoli sia per le interviste cliente che per quelle rivolte al settore degli esperti è sorto un dubbio, se si compara quanto emerso da Symbola con la mappa dell'ecosistema dedotta da Gloria J. Miller (2022a), le figure considerate sono estremamente poche. Escludendo per un momento le varie specializzazioni della programmazione analoghe a quelle che ci possono essere nel settore del design, molti altri ambiti quasi sempre presenti sono lasciati come estranei. Alcuni esempi topici possono essere i ruoli ricoperti dalla **finanza**, dal top management, dal marketing sino poi a tutta la sfera sociale e antropologia che monitora e gestisce i sistemi di server

su cui è sempre necessario appoggiarsi. La domanda che è sorta spontanea è stata: quanto sono più grandi dei team di progettazione AI-driven a confronto con delle piccole agency da qualche decina di persone al massimo?

Per comprendere questo aspetto si è quindi cercato qual è l'**ecosistema progettuale** dei Large Language Models che tra tutti sono già un esempio di complessità e parcellizzazione nei teams di lavoro.

COMPLESSITÀ DELL'ARCHITETTURA DI SISTEMA AI

Sorprendentemente, quello che è emerso è che nella maggior parte dei casi, non è neanche resa disponibile l'intera architettura del sistema poiché è quello su cui le stesse compagnie pongono i brevetti. Ricercando però tra le singole componenti che durante l'analisi desk si è visto essere presenti, si è provato a ricostruire una piccola versione d'esempio (Fig 3.16).

Se da un lato questa prima versione della mappa ha permesso di iniziare a suggerire l'idea di dov'è allocato il processo creativo rispetto alle dimensioni dell'intero progetto, molti dubbi sono ancora aperti, uno tra i più importanti ad esempio è la domanda del come mai non ci sono gli agenti AI. Cosa sono gli Agenti AI?

AGENTE AI

Si è infatti compreso che un'aspetto essenziale che manca nelle considerazioni fatte sino ad ora per costituire un LLM (esempio di livello contemporaneo di AI performante) è un agente AI. Se uno SML (Fig 3.17) si occupa solo di poche operazioni, di solito lineari, di machine learning, ciò è l'opposto nei Large Language Models che molto spesso non calcolano nulla o quasi direttamente ma mettono a sistema innumerevoli AI indipendenti tra di loro

come quella nel primo esempio per poi farle dialogare tra di essere e fornire dei responsi più articolati. E' da questo processo, infatti, che nella maggior parte dei casi scaturiscono le AI multimodali (in grado di comunicare attraverso più canali oltre a quello testuale, ad esempio audio e video).

Il ruolo in questo scenario dell'Agente AI è infatti proprio questo: porre in dialogo, tramite un'agente automatizzato, i Large Language Models per poi restituire risultati compositi di più singole tipologie di ML.

IL 'VIGILE' DELL'AI: L'AGENTE

Compresa quindi la funzionalità dell'agente e il suo ruolo si sono compresi anche molti principi di funzionamento e requisiti delle architetture di sistema più complesse dell'AI.

Una versione sintetica dell'LLM che sembra mettere a sistema tutte le singole versioni è quella di Poduska (2023).

Quello che si è fatto dopo è stato quindi di ramificare i soli nomi delle macro-fasi dell'architettura di Poduska in dei sottosteps che potessero essere in accordo logico con i singoli casi studio.

Il risultato è stata quindi una mappa nella quale ci sono tre macro fasi non presenti nel SML il cui compito è progettare a monte l'LLM oppure controllarne la reiterazione.

Queste macro fasi sono

- **Progettazione e training dell'AI Agent**: pre-allenamento e taratura (come avviene anche nella blockchain precedentemente citata)di modo da saper eseguire autonomamente le tasks una volta inserita

nell'LLM.

- **Prompt Production & tuning**: produzione e tokenization dell'AI. Per dirla in termini 'semplici', si attribuisce un pensiero politico all'intelligenza artificiale e lo si tara a seconda del risultato raggiunto e/o degli obiettivi che interessa reiterare nel caso l'AI sia già sul mercato.
- **Training & tuning**: i modelli di AI pre-allenati e/o acquisiti dal mercato vengono nuovamente sottoposti a processi di ML per essere adattati ai nuovi standard e criteri di giudizio. E' in questa fase che si adottano tecniche come RFT (Reinforcement Fine-Tuning), RLHF (Reinforcement Learning from Human Feedback), GAN (Generative Adversarial Network) e molti altri.

PROFONDITÀ DELLA VISIONE D'INSIEME

Se questo modello tuttavia prova a offrire una visione d'insieme del settore AI, lo scopo di questa mappa è pur sempre indagare quali possono essere i ruoli associati, la complessità della mappa tuttavia ha reso difficile la fruizione per questo scopo, ne è quindi stata proposta una estrema sintesi.

GRANDEZZA DEL TEAM AI

L'obiettivo di questa ricerca parziale è stato però quello di comprendere quanto grande fosse il team progettuale di design a confronto con il resto, di modo da comprendere se ci potessero essere altri ruoli non considerati e/o se avesse senso intervistare anche altre figure critiche nel processo.

Per ottenere questo obiettivo si è quindi proceduto a un'ulteriore sintesi. Dopo questa sintesi si è quindi compreso che quella varietà di 10–30 professionisti specializzati nel settore design è in realtà solo uno della dozzina di macro–processi sicuramente coinvolti nella

progettazione di AI.

PARAGONE DI MAPPE

Una volta definita la mappa sintetica di base si è quindi considerato l'ultimo step della serie, ovvero comprendere in maniera concreta dove possono essere inseriti quali tipi di figure professionali riconoscibili da Symbola.

LIMITE DEL DESIGNER NELL'AI

Da quest'analisi quindi è emerso un'ulteriore dato di fatto, il ruolo che può avere un project manager in questo settore sarà sempre vincolato a processi più grandi di lui; al contrario, un copywriter può permettersi di trasmettere significati differenti concordati con la UX e il teal oltre che, eventualmente, a coordinare la progettazione di interazioni specifiche. Quest'analisi ha quindi permesso di comprendere l'importanza per due ruoli essenziali: quelli

- **Prompt Engineer**: programmatore di quali parole devono essere utilizzate come all'interno dell'interazione con l'agente artificiale.
- **Conversational designer**: progettista del dialogo con l'AI una volta che UX designer, UX researcher e product designer hanno finalizzato gli obiettivi dell'agente.
- **User experience expert**: può avere vari titoli e obiettivi a seconda del contesto, quello che accomuna tutti i sotto ruoli UX è però il coordinamento dell'esperienza prima delle fasi di machine learning e prima delle procedure di reiterazione coordinate con il Conversational designer.

A seguito di questa seconda ricerca, i tre ruoli sopra citati sono quindi diventati la nuova lista di esperti da contattare per provare ad avere una visione critica del settore AI grazie al parere degli esperti.

Schema riassuntivo del LLM.

Il Large Language Model è forse la più complessa strutura informativa del presente le cui logiche però sono secretate essendo queste la 'ricetta' che permette di ottenere il brevetto.

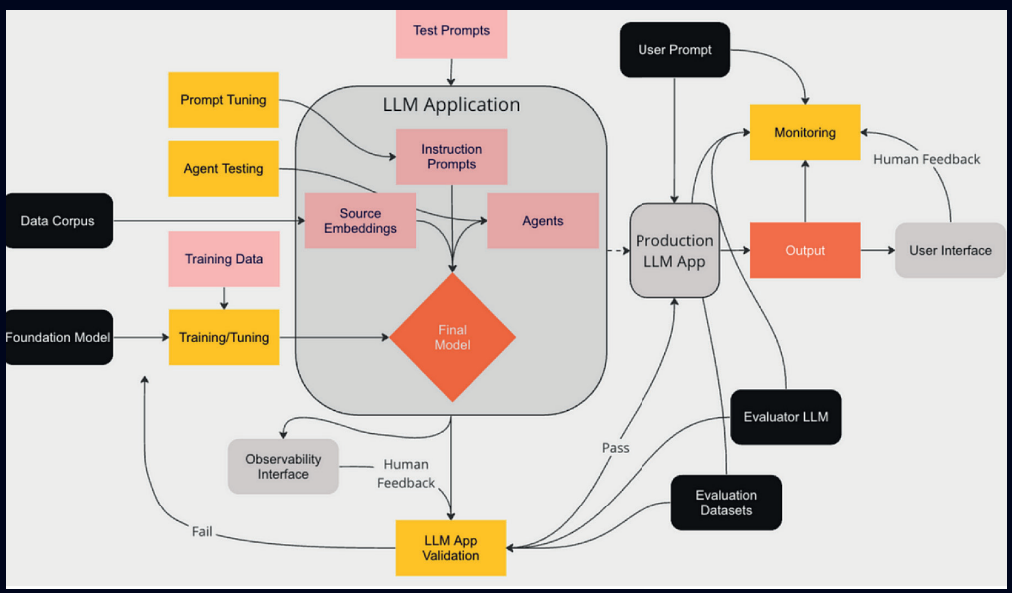
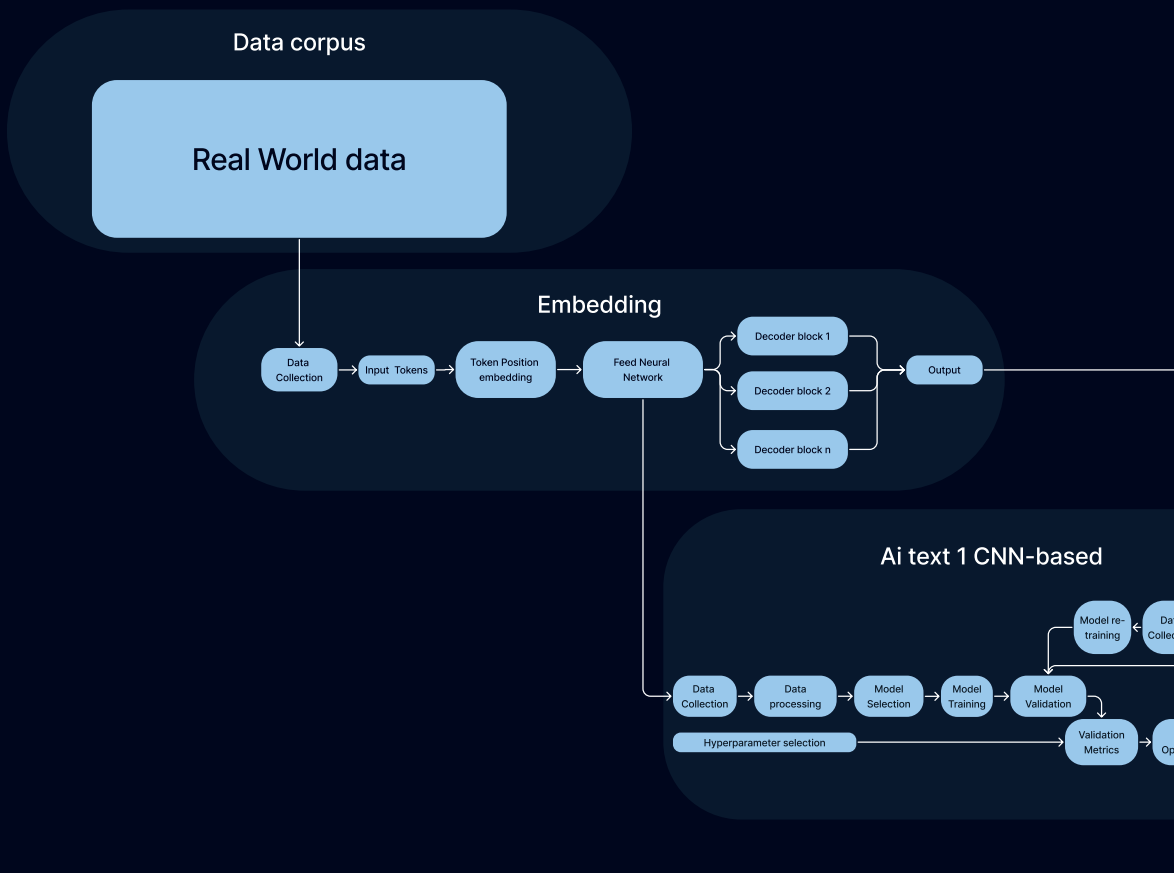


Fig 3.16 Architettura di sistema dei principali steps reiterativi nella preparazione ed esecuzione di un'AI di tipo LLM secondo Poduska (2023).

Small language model



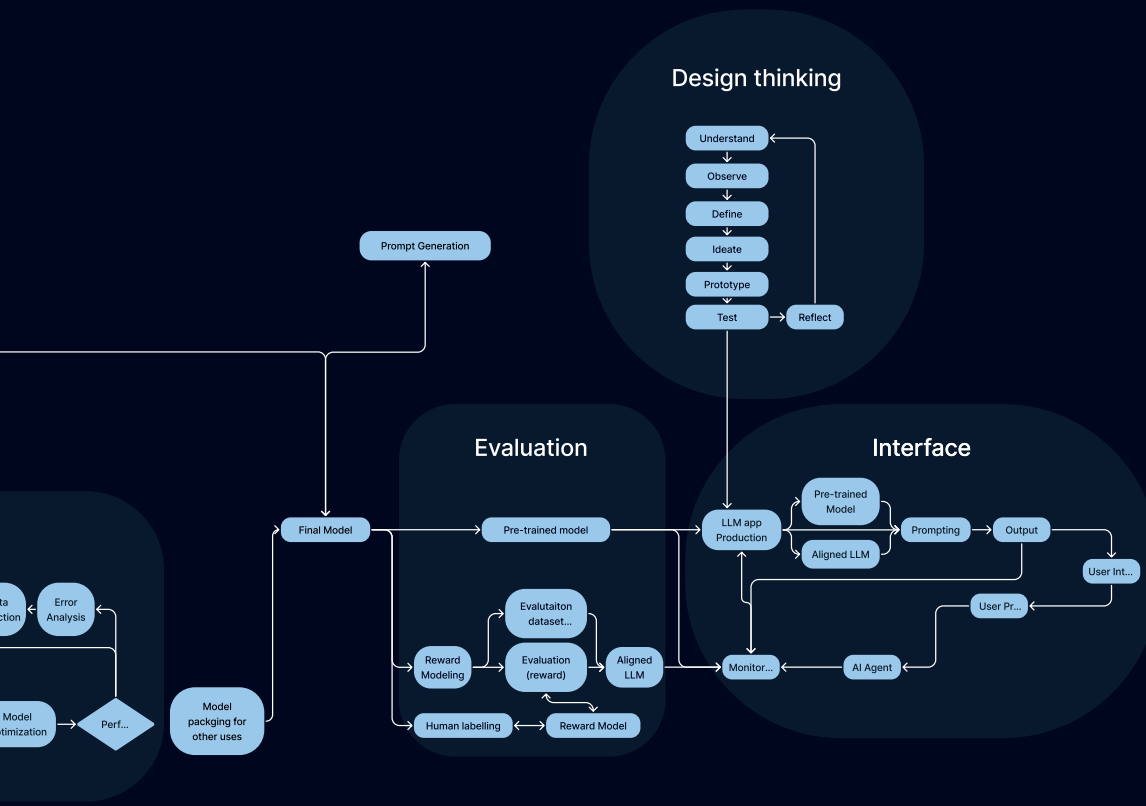
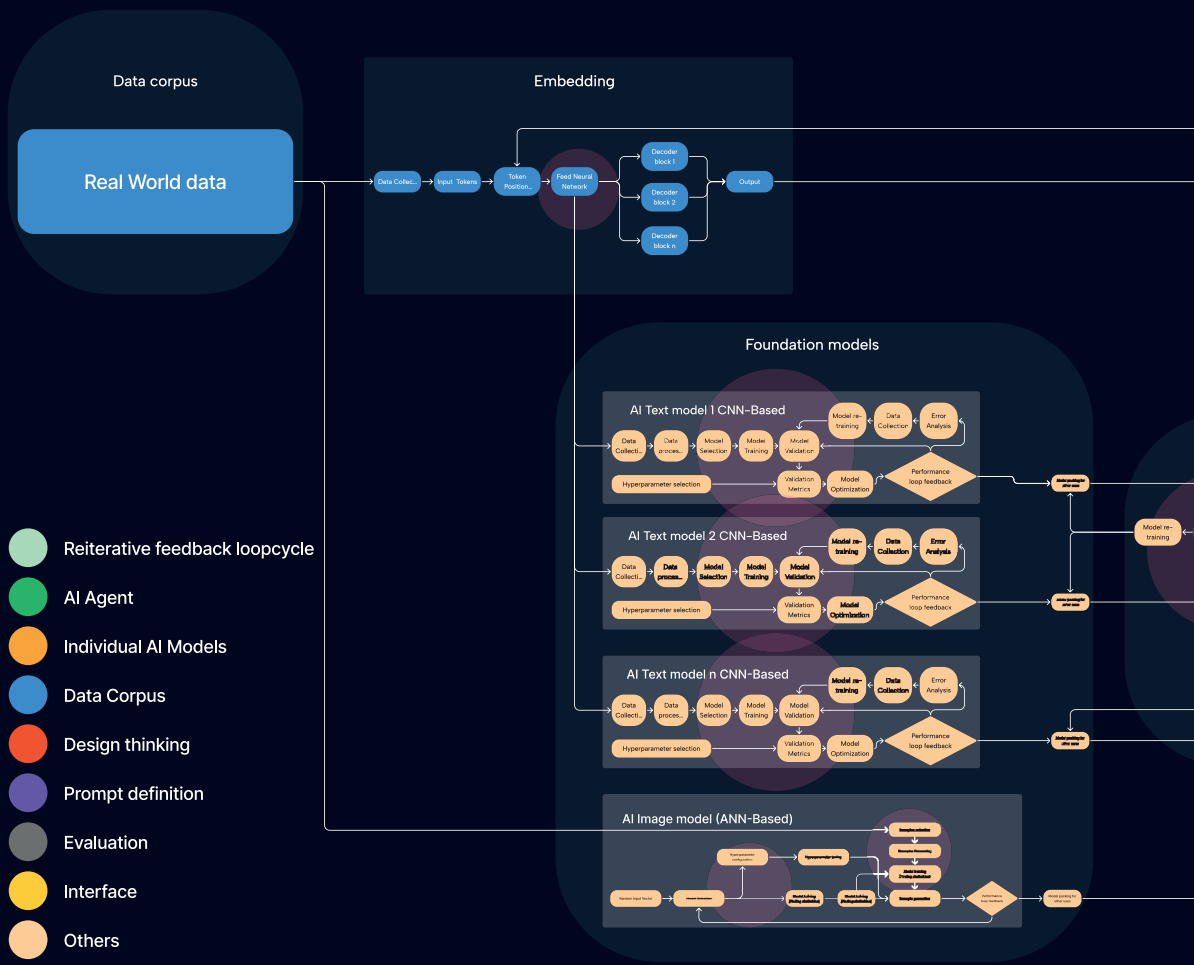


Fig 3.17 Ricostruzione degli steps progettuali essenziali per ottenere uno Small Language Model (SLM).


Data corpus
Real World data
Embedding
Data Collec...
Input Tokens
Token Position...
Feed Neural Network
Decoder block 1
Decoder block 2
Decoder block n
Output
Foundation models
AI Text model 1 CNN-Based
AI Text model 2 CNN-Based
AI Text model n CNN-Based
Model re-training
Data Collection
Error Analysis
Model Selection
Model Training
Model Validation
Hyperparameter selection
Validation Metrics
Model Optimization
Performance loop feedback
AI Image model (ANN-Based)
Reiterative feedback loopcycle
AI Agent
Individual AI Models
Data Corpus
Design thinking
Prompt definition
Evaluation
Interface
Others

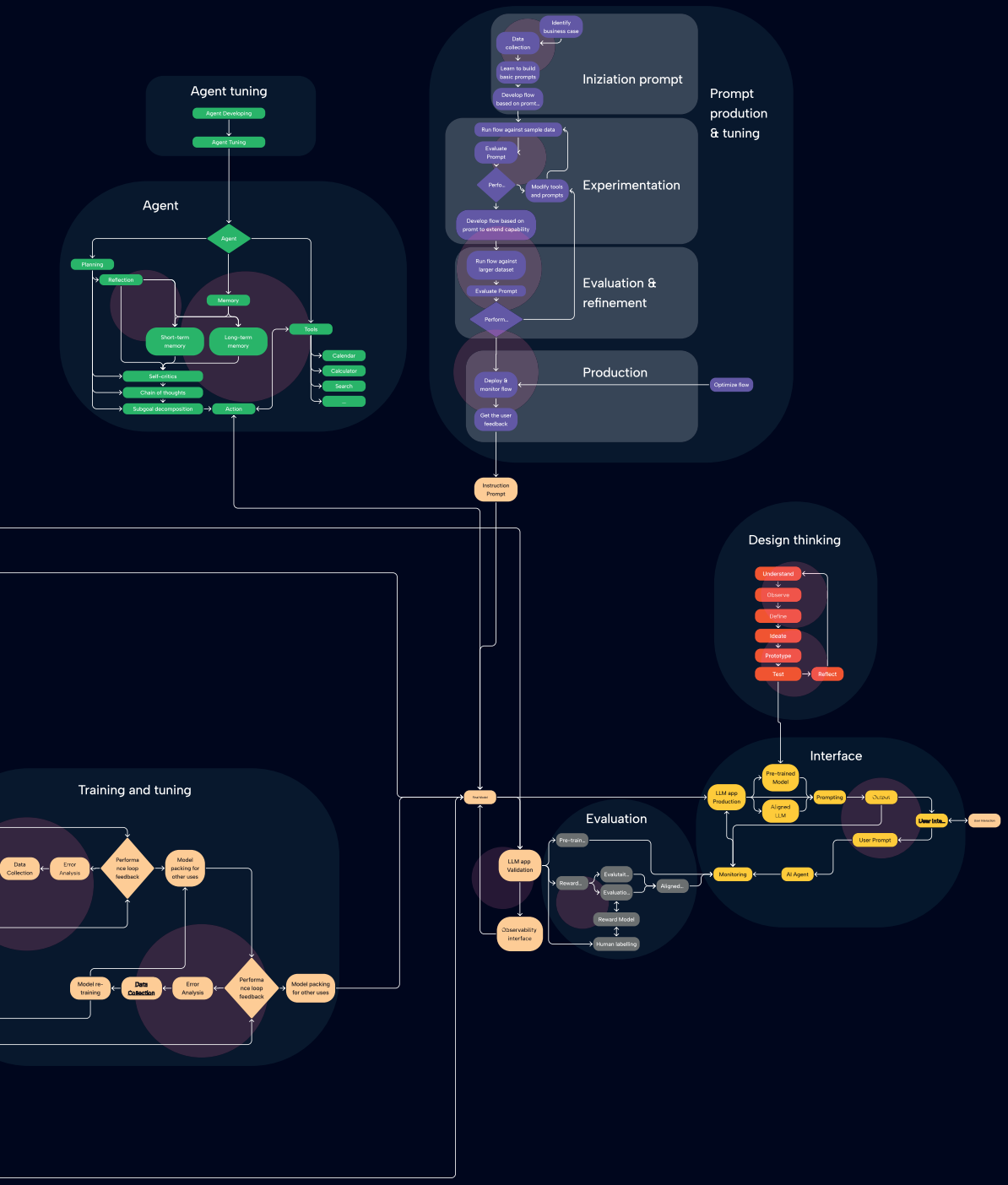
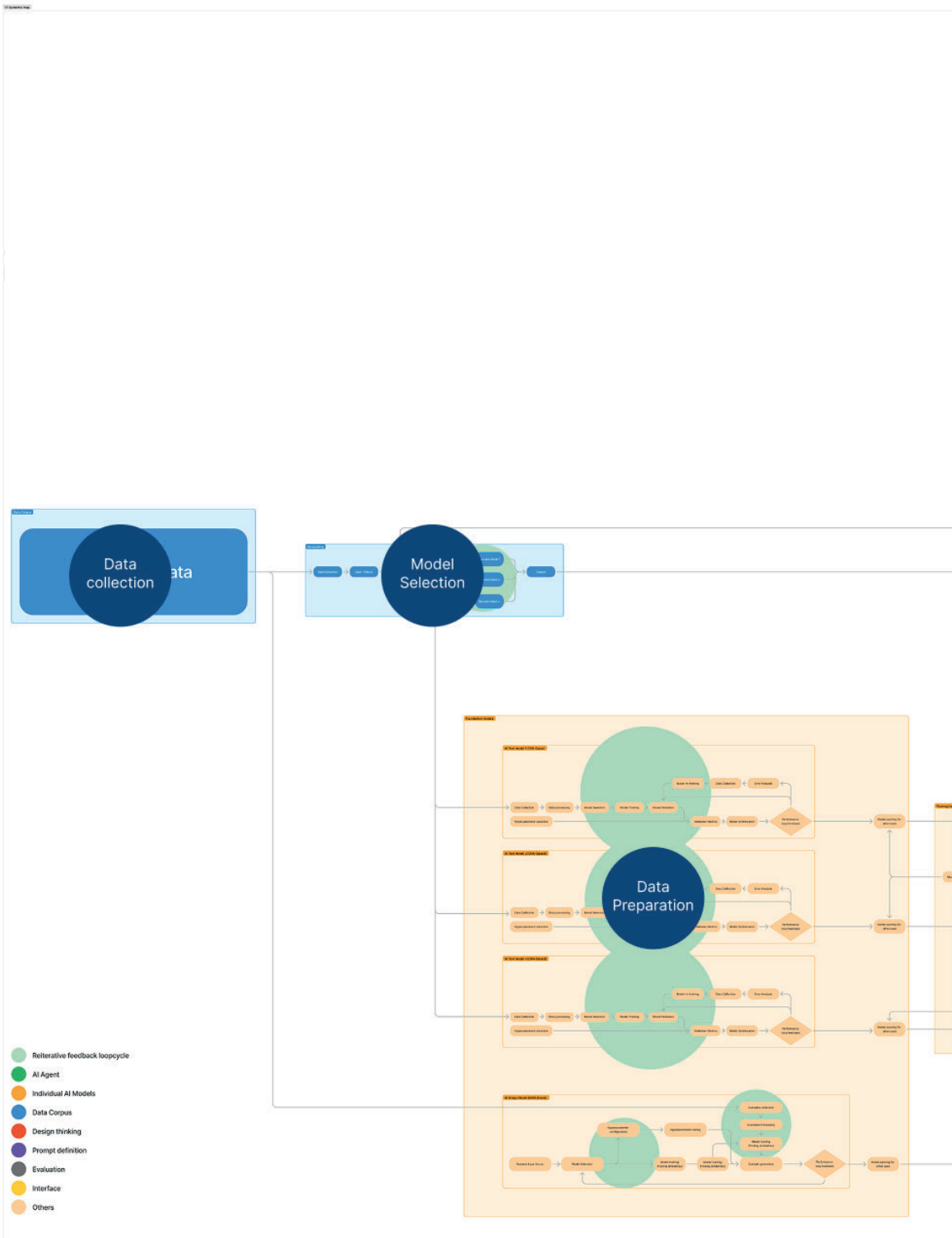


Fig 3.18 Mappa sintetica delle principali fasi di un'architettura di sistema di modelli AI di tipo LLM riprendendo il modello Poduska.


Data collection
Model Selection
Data Preparation
Reiterative feedback loopcycle
AI Agent
Individual AI Models
Data Corpus
Design thinking
Prompt definition
Evaluation
Interface
Others

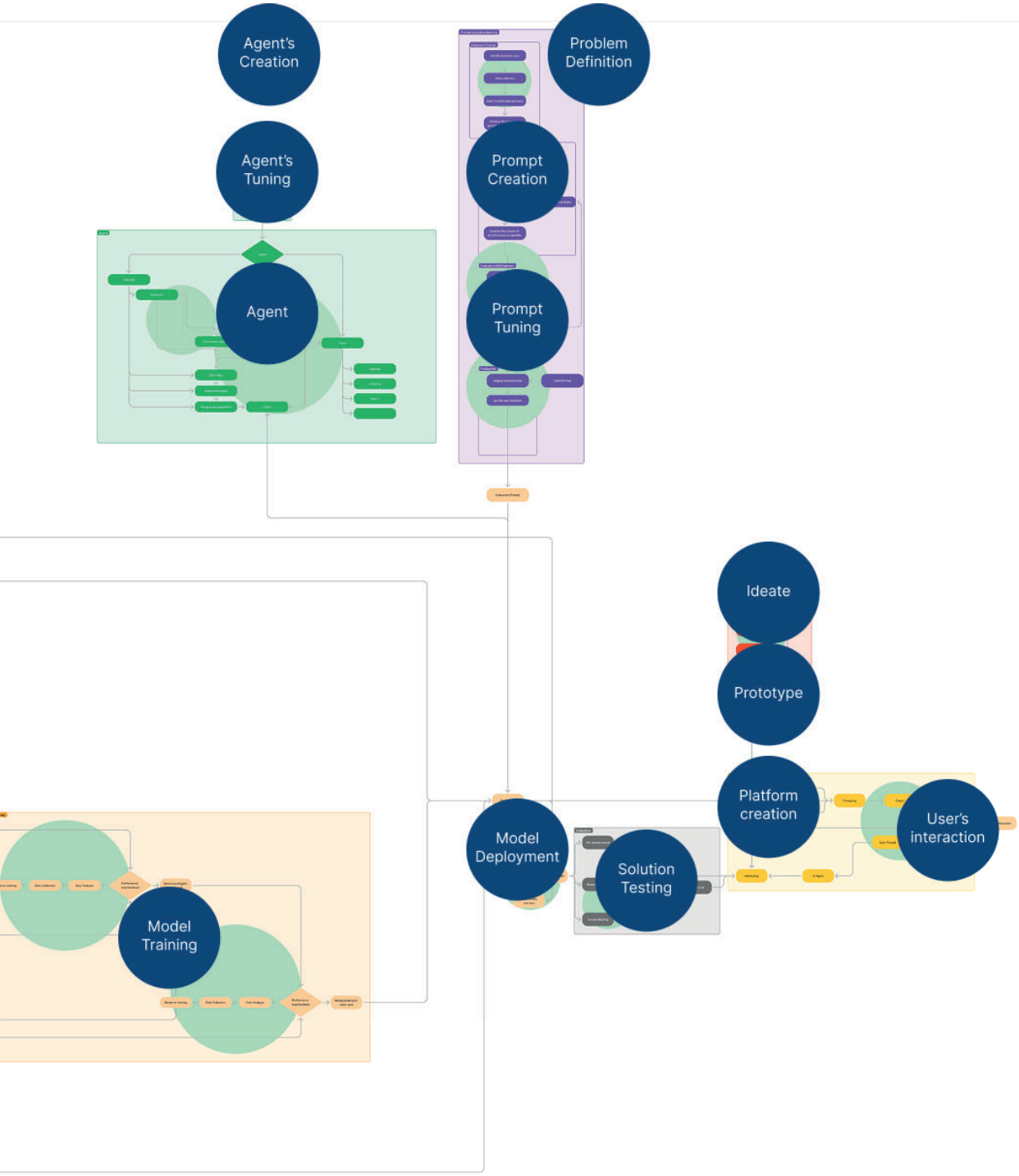
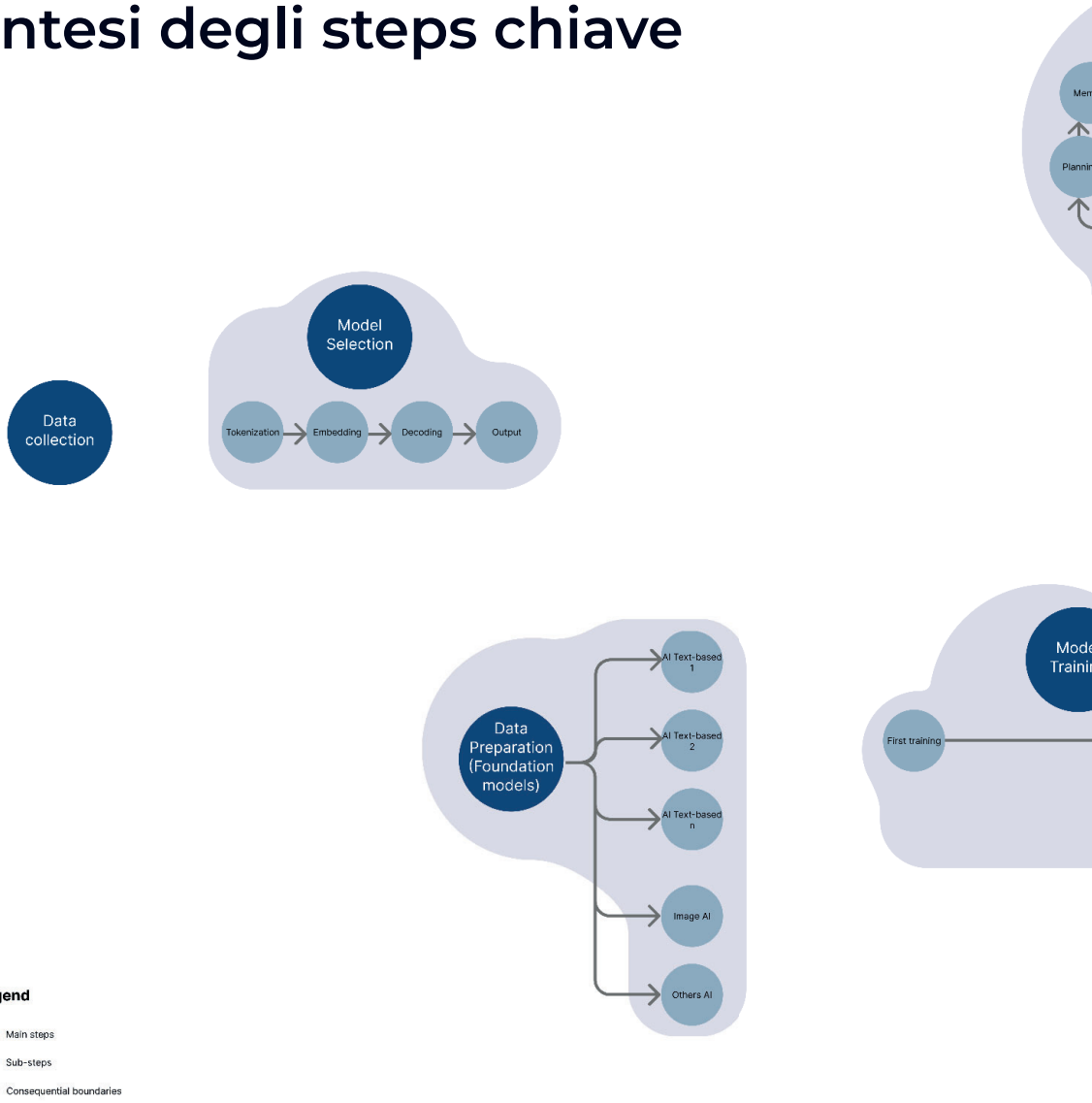


Fig 3.19 Step 1 - sintesi dei ruoli chiave per sintetizzare la mappa sistemica dei processi di progettazione Ai.

Sintesi degli steps chiave



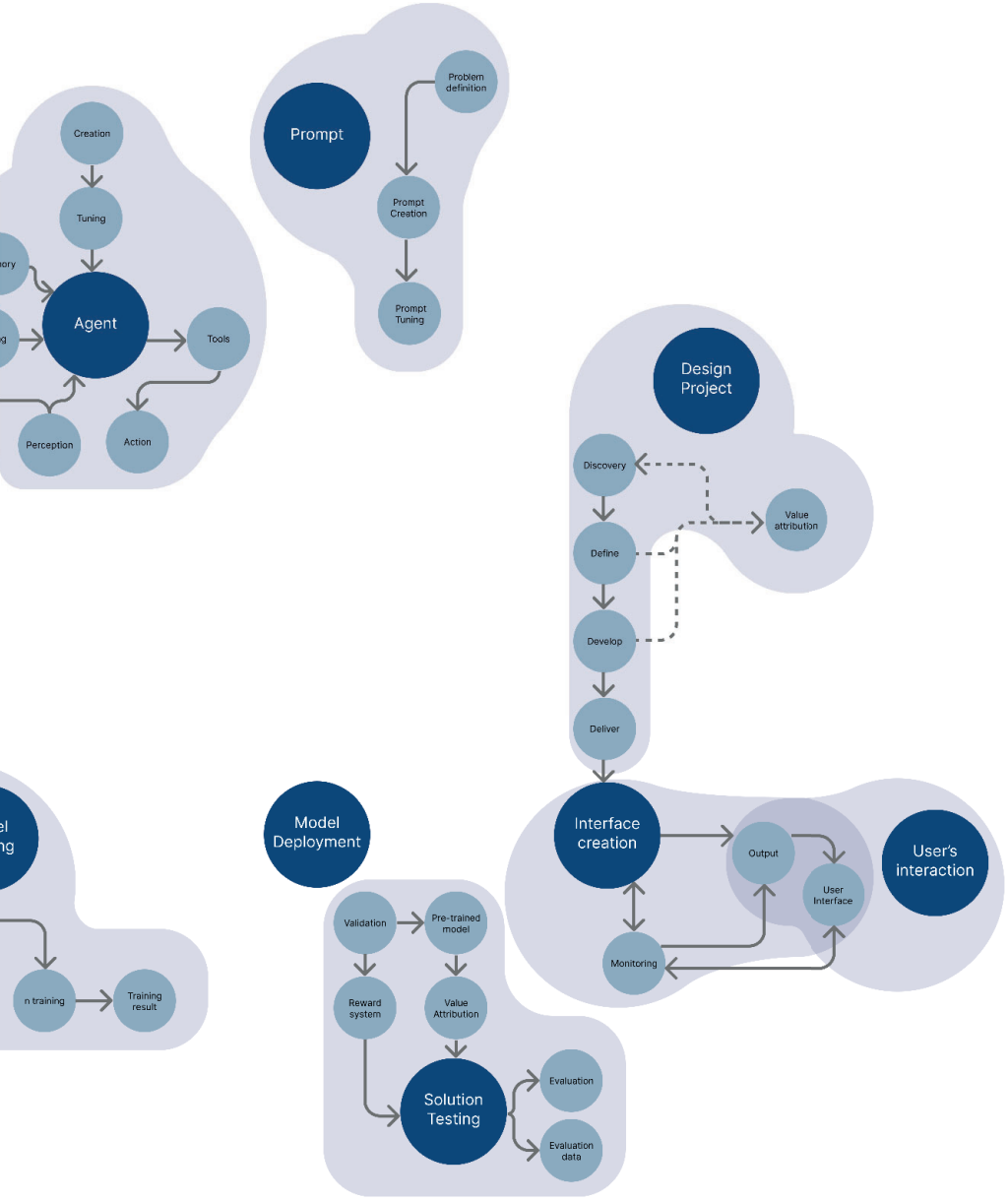
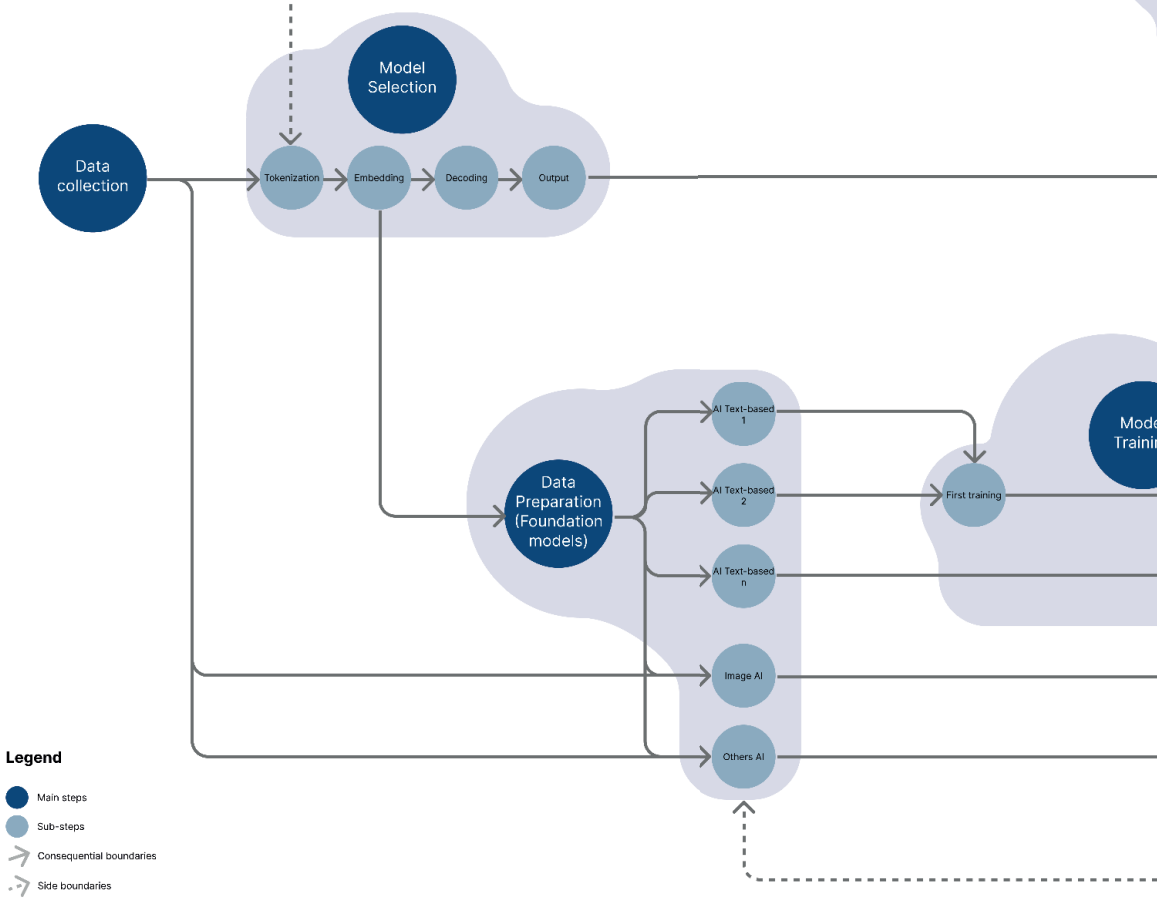


Fig 3.20 Step 2 - approfondimento dei sub steps chiave del processo di progettazione e della sequenza parallela, alternata o in successione con cui questi avvengono.

Connessione degli steps chiave



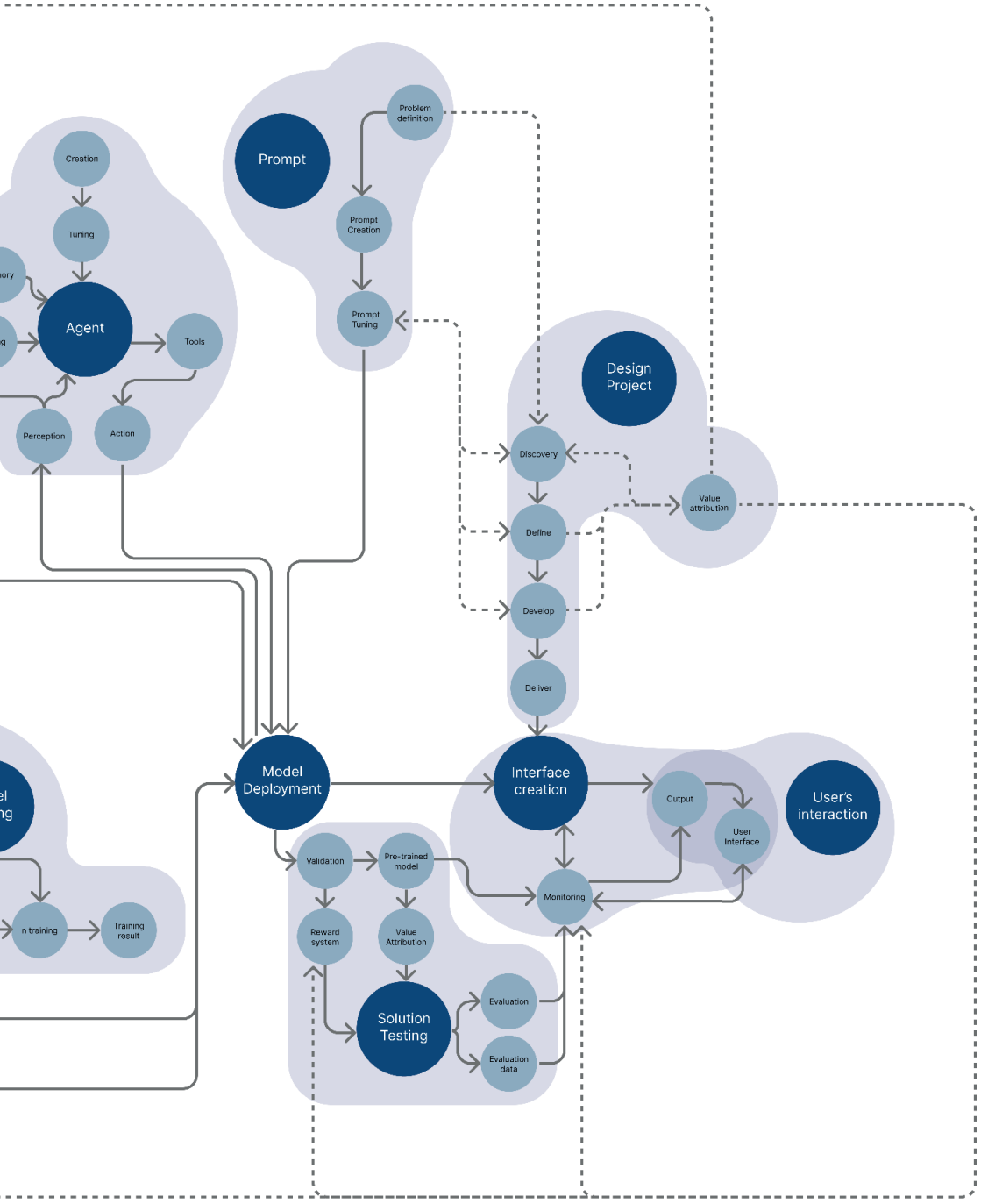
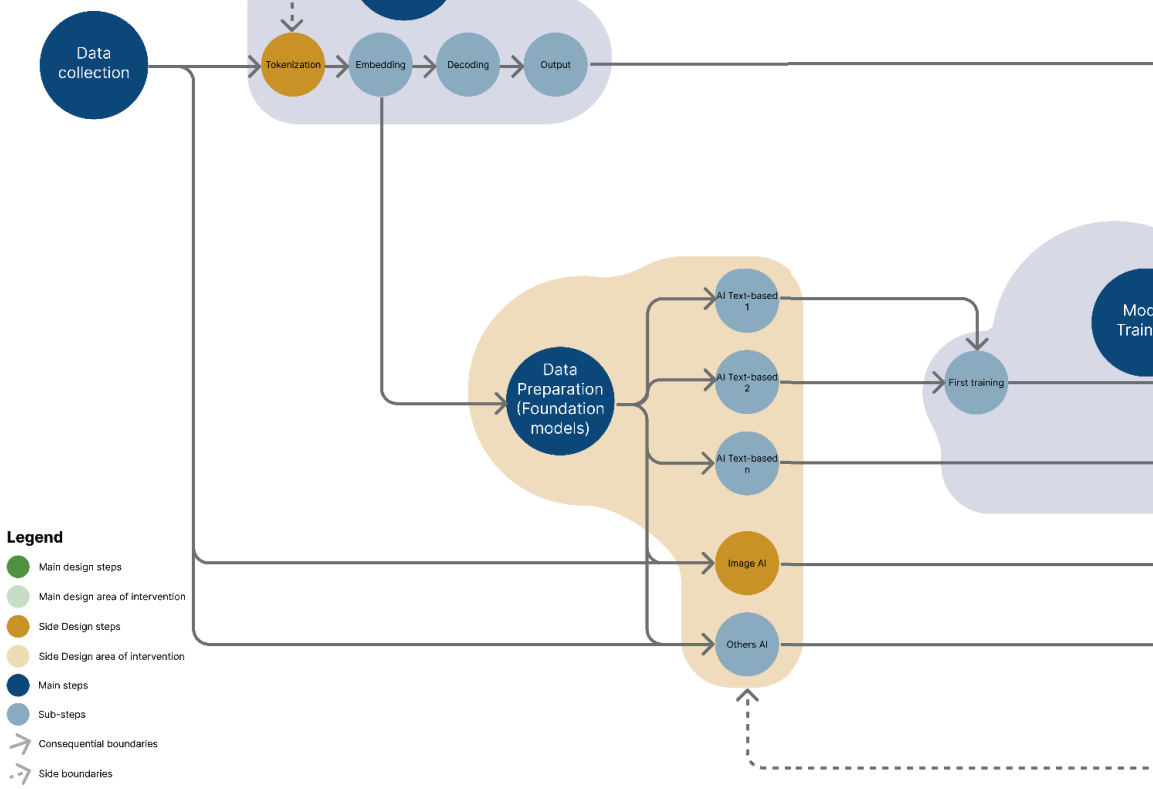


Fig 3.21 Step 3 - ricreazione dei collegamenti tra un cluster consequenziali o di minore importanza.

Gerarchizzazione degli steps chiave



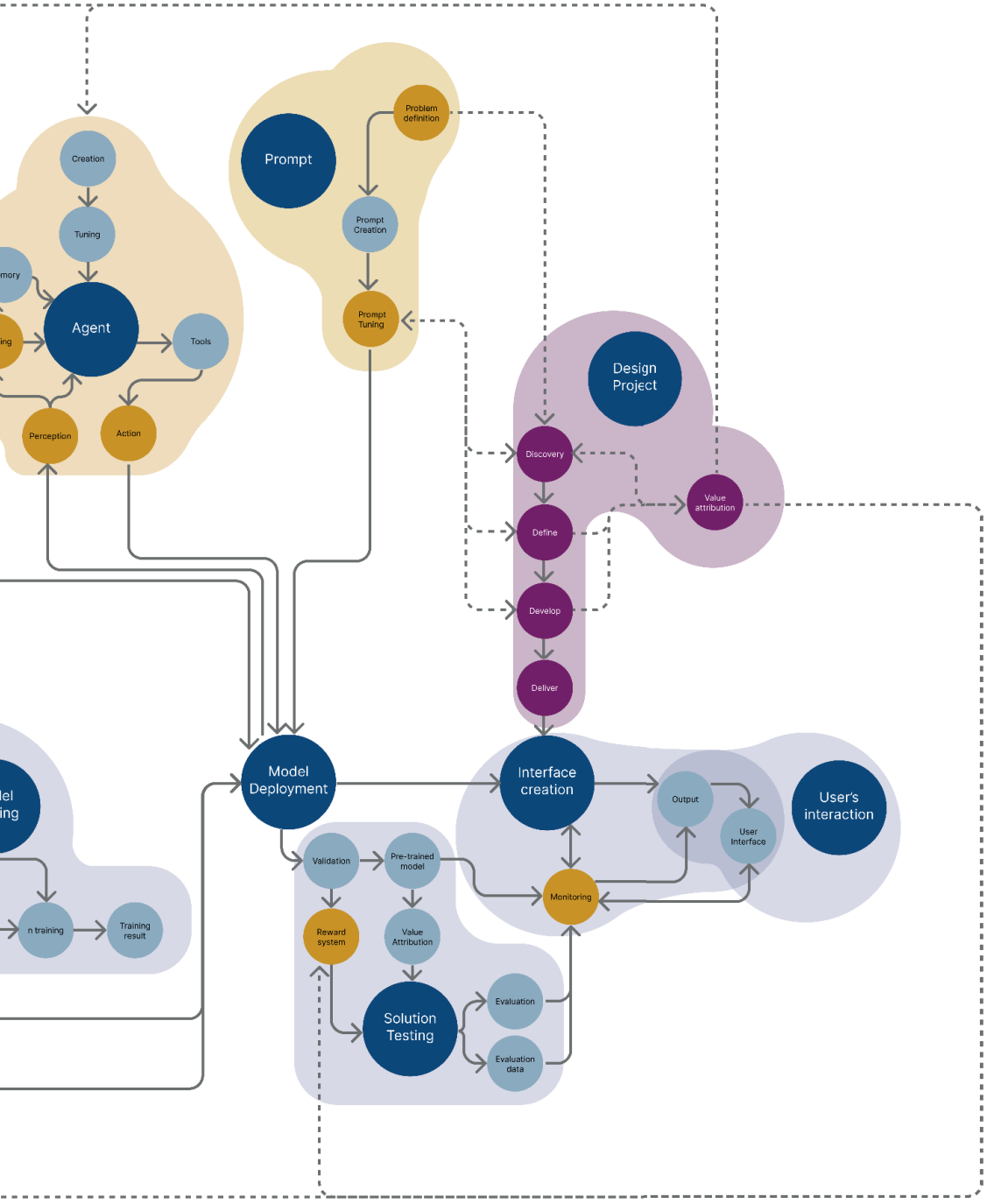


Fig 3.22 Step 4 - gerarchizzazione degli steps progettuali del settore di progettazione dell'AI per comprendere in quali ci potrebbe essere maggiore necessità delle figure del design.

3.1.3.3 Criteri di selezione delle domande

PRIMA LISTA

Compreso quindi quante persone è necessario intervistare sia dal lato cliente che dal lato esperto, si è quindi stesa una lista complessiva di entrambe.

Lato cliente:

- **Copywriter**: ha il ruolo di rendere i contenuti testuali presentati dal team di design come accattivanti (copywriting) e in accordo con la UX che si ha l'obiettivo di presentare (UX Copy),
- **UX Designer**: è il ruolo di chicura l'esperienza utente e in che modo chi usufruisce del progetto si prevede debba porre l'attenzione,
- **Graphic Designer/illustratore**: rappresenta la componente estetica, i art direction, graphic editing e skills correlate,
- **Project manager**: rappresenta le funzioni di coordinamento dei progetti design-driven.

Lato esperto:

- **UX Designer**: orienta dove si dovrà focalizzare l'attenzione dell'AI con l'interazione utente e nelle fasi di machine learning.
- **Conversational designer**: raffina a fasi e steps successivi i contenuti dell'AI decidendo i criteri logici, semantici e metodologici con cui stabilire la terminologia corretta.
- **Prompt engineer:** definisce gli algoritmi più approriati per arrivare all'obiettivo e come usarli.

La selezione degli attori, è stata basata su vari fattori: collegamento con i pain points rilevati dall'analisi dei casi

studio, ricerche bibliografiche già fatte nel settore (Chong et al., 2022; Yin et al., 2023; Dorst et al., 2019; Figoli et al., 2022; Zhang et al., 2021) e i dati che è parso essere meno affrontati e/o emergenti dai cambiamenti emersi negli ultimi anni.

Queste tematiche quindi sono state innanzitutto suddivise tra i vari tipi di attori alla quale aveva maggior senso fossero rivolte.

PAIN POINTS & INTERVISTATI

Pain Points: questi sono stati scelti in base a quanto emerso dall'evaluation map e l'obiettivo in tal senso è, considerando la complessità caratterizzante il settore dell'IA, offrire una prima gerarchizzazione di quelle che potrebbero essere le caratteristiche principali emerse.

ELABORAZIONE LOGICA DOMANDE

Domande conseguenti e relativa assegnazione del target utente: questo punto è nato dal cercare di comprendere quali potrebbero essere i principali ambiti di domande da svolgere agli utenti. In generale, se la chiarezza dell'IA è assegnata al Project Manager in quanto gli serve uno sguardo sintetico ma critico sul lavoro svolto dai suoi collaboratori, la chiarezza nella sintesi è essenziale.
Per contro invece, un illustratore ha una funzionalità estremamente specifica in alcuni casi svolgibile anche senza l'uso di strumenti digitali (es. uso di pennarelli pantone o acquarelli per poi scannerizzare il risultato prodotto), pertanto, comprendere le dinamiche e il tipo di risultato che essa/o ritiene necessario permetterebbe di fare chiarezza sul livello di specificità necessario a confronto con visioni più top-down come quella del

Project Manager. Un'analisi pro e contro invece, si è pensato potesse essere più adatta allo UX designer, in quanto professionista che ha l'obiettivo primario di focalizzare l'attenzione delle persone in maniera critica.

SISTEMATIZZAZIONE

Da un altro punto di vista invece, la non possibilità di categorizzare l'IA rimane un problema difficile da esaminare, pertanto l'obiettivo di questo pain point è comprendere quali sono le esperienze pregresse dei potenziali utenti di modo da focalizzare l'attenzione del sistema sui loro interessi.

Successivamente sono state sviluppate in domande più ampie e dettagliate focalizzate su 4 aspetti principali:

- Conoscenze pregresse,
- Consapevolezza e accettazione dell'IA,
- Preoccupazioni,
- Supporto all'adozione.

Pain Points	**Domane conseguenti**	**Target principale**
Funzionalità non chiare	Ritieni soddisfacente la chiarezza dell'IA?	Project manager
Troppi tools	Sono preferibili IA mirate (loghi, immagine, colori, etc) o una unica come ChatGPT?	Illustratore
AI non categorizzabili	Categorizzazione per interessi dell'utente	Tutti
Standard d'uso inefficiente	Cosa ti piace e cosa no delle interfacce IA?	UX designer.

3.1.3.4 Protocolli d'intervista

DEFINIZIONE DOMANDE NEL DETTAGLIO

Una volta definiti i criteri di selezione delle persone e delle domande si è poi proceduto a pensare nel dettaglio le domande. Sono quindi presentati di seguito 7 protocolli d'intervista, uno per ogni ruolo che si è scelto di intervistare.

DALLA TEORIA ALLA PRATICA

La definizione dei protocolli cliente/esperto tuttavia non è avvenuta in simultanea. Cercando di adottare al meglio delle possibilità offerte un approccio genuinamente non giudicante e volto al comprendere quali fossero le preoccupazioni dei professionisti, la gran parte delle domande ha avuto quasi sempre l'obiettivo di comprendere quali fossero le pratiche o i pensieri già acquisiti che l'analisi desk non poteva o non ha avuto modo di mettere in luce.

TOTALE INTERVISTATI

Per quanto riguarda le interviste clienti, ovvero i designers che non le userebbero l'AI per perseguire obiettivi progettuali di altra natura ma che di per sé non hanno specializzazioni nel settore, sono stati in totale 115 persone contattate tramite linkedin di cui 26 (ed una social media manager entusiasmata per essere intervistata anche lei) intervistati con una percentuale di accettazione dell'intervista del 20% circa.

LOCALIZZAZIONE DEI CLUSTERS.

Rispetto alle interviste esperte, si è in genere osservato che la larga maggioranza dei cluster tecnologici e degli articoli accademici più rilevanti non sono quasi mai in Italia e/o Europa, da un altro punto di vista invece, ci potrebbero essere specializzazioni molto differenti a seconda del contesto culturale di riferimento. Si è quindi deciso che

avesse più senso cercare di apprendere da ognuno di essi, nel settore delle interfacce AI-based, per comprendere come questi contesti approcciano le sfide dell'intelligenza artificiale e quali sono anche le differenze tra di essi da cui prendere ispirazione.

Si è quindi provato a contattare un totale di 109 esperti del settore design per l'AI per poi intervistare un totale di 14 esperti accettanti l'intervista.

DAL CLIENTE ALL'ESPERTO

Si precisa tuttavia che sia in un caso che nell'altro le interviste sono state rigorosamente solo online e semi-strutturate in modo tale che tutti fossero nelle stesse condizioni. Se le condizioni fossero state meno stringenti anche il numero delle persone intervistabili sarebbe salito di conseguenza.

3.1.3.4.1 Protocolli di Cliente

Project Manager

Introduzione

- Presentazione
- Scopo dell'intervista
- Scopo della tesi
- Dubbi?

Ice-breaker

- (Priorità)(Presentations) - Partiamo dalla base: qual è la sua occupazione nello specifico?.
- Quali sono i progetti di cui seri responsabile?

Continuazione

- Interests
  - (Priorità) Come gestisce di solito la comunicazione e la collaborazione tra i membri del team durante un progetto?
  - Quali sono le strategie che ritiene più efficaci per mantenere i progetti in carreggiata e garantire che il feedback dei clienti sia integrato?
- Awareness & openess to AI integration
  - Qual è la sua attuale comprensione dell'IA e delle sue applicazioni nel settore del design?
  - Ha incontrato discussioni o conosce esempi di utilizzo dell'IA nel design che hanno attirato la sua attenzione?
  - (Priorità) Come giudica il potenziale dell'IA nell'assistenza alla gestione dei progetti o ai processi di progettazione?
- Concerns and considerations
  - (Priorità) Quali sono i suoi dubbi sull'integrazione dell'IA nel suo flusso di lavoro o nel processo di progettazione?
- Expectations
  - (Priorità) Quali risultati spera di ottenere da un maggiore supporto agli illustratori che utilizzano le tecnologie AI?
  - (Priorità) Quali sono i compiti preferiti e quelli meno desiderati che si richiede di svolgere a un'intelligenza artificiale?
- Support & community
  - Se dovesse prendere in considerazione l'utilizzo dell'IA, quali caratteristiche o capacità sarebbero essenziali per adottare tali strumenti?
  - Quali competenze pensa che i project manager debbano sviluppare per sfruttare efficacemente l'IA nel loro lavoro?

Numero di interviste cliente/ esperto eseguite con successo.

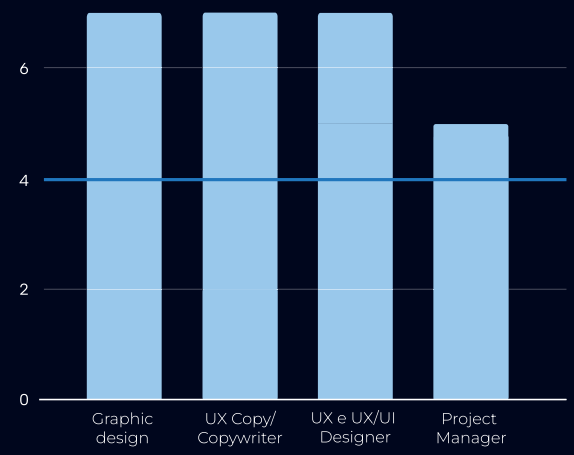


Fig 3.23 Grafico rappresentativo del totale delle interviste-cliente per tipologia.

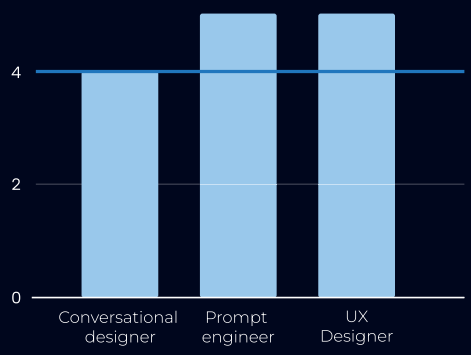


Fig 3.24 Grafico rappresentativo del totale delle interviste-esperto per tipologia.

- Quanto è importante la collaborazione con i progettisti quando si considerano nuovi strumenti come l'intelligenza artificiale per la gestione dei progetti?

Conclusione

- L'intervista e chiusa, grazie mille per la partecipazione.
- Potremmo tenerci in contatto?
- Dubbi?
- Grazie ancora per la sua disponibilità e arrivederci!

Graphic designer

Introduzione

- Presentazione
- Scopo dell'intervista
- Scopo della tesi
- Dubbi?

Ice-breaker

- (Priorità)(Presentations) - Partiamo dalla base: qual è la sua occupazione nello specifico?
- Quali strumenti o software utilizza attualmente nel suo lavoro di progettazione e come questo supporta la sue creatività?

Continuazione

- Interests
  - Può condividere alcuni dei suoi progetti passati che ritiene rappresentino al meglio il suo stile e il suo approccio alla grafica?

- (Priorità) Cosa ispira il suo processo creativo e come incorpora questa ispirazione nel suo lavoro?

- Awareness & openess to AI integration
  - (Priorità) Qual è la sua comprensione dell'IA e delle relative applicazioni nel design e nella grafica?
  - (Priorità) Ha visto esempi di utilizzo dell'IA in ambito creativo che la hanno incuriosito? Quali sono stati?
  - Cosa ne pensa del potenziale degli strumenti di IA per assistere il processo creativo?
- Concerns and considerations
  - (Priorità) Quali preoccupazioni nutre riguardo all'utilizzo dell'IA nel suo lavoro, come ad esempio l'impatto sulla creatività o sulla sicurezza del lavoro?
  - Ci sono aree specifiche in cui ritiene che l'IA non sia adatta alla grafica?
- Expectations
  - (Priorità) Quali risultati spera di ottenere da un maggiore supporto ai graphic designers che utilizzano le tecnologie di IA?
  - Quali aspettative dovrebbero avere i graphic designers quando iniziano a integrare l'IA nei loro processi creativi?
  - In quali aree del vostro lavoro pensate che l'IA possa aggiungere valore, anche se non l'ha ancora utilizzata?
- Support & community
  - (Priorità) Che tipo di informazioni o risorse la aiuterebbero a capire come incorporare l'IA nel vostro flusso di lavoro?
  - Quanto è importante il feedback o la collaborazione della comunità quando si considerano nuovi strumenti come l'IA per il proprio lavoro?

Conclusione

- L'intervista e chiusa, grazie mille per la partecipazione.
- Potremmo tenerci in contatto?
- Dubbi?
- Grazie ancora per la sua disponibilità e arrivederci!

UX Designer

Introduzione

- Presentazione
- Scopo dell'intervista
- Scopo della tesi
- Dubbi?

Ice-breaker

- (Priorità)(Presentations) - Partiamo dalla base: qual è la sua occupazione nello specifico?.
- Quali strumenti e metodologie utilizzate attualmente nel vostro processo di progettazione UX e quanto sono efficaci nel soddisfare le esigenze dei clienti?

Continuazione

- Interests
    - Può descrivere il suo approccio alla progettazione incentrata sull'utente e come influenza il suo processo decisionale nel corso di un progetto?
    - (Priorità) Quali tendenze del design dell'esperienza utente la entusiasmano attualmente e come pensa che influiscano sui

progetti futuri?

- Awareness & openess to AI integration
  - (Priorità) Qual è la sua comprensione dell'IA e delle sue potenziali applicazioni nell'UX design?
  - Ha conosciuto esempi di utilizzo dell'IA nella progettazione UX che ha trovato interessanti o rilevanti?
  - Cosa ne pensa dell'idea di integrare gli strumenti di IA nel suo flusso di lavoro di UX design?
- Concerns and considerations
  - (Priorità) Quali preoccupazioni nutre riguardo all'uso dell'IA nella progettazione UX, come ad esempio l'impatto sulla creatività o sull'esperienza dell'utente?
  - Ci sono compiti o aspetti specifici della progettazione UX per i quali ritiene che l'IA non sia adatta o vantaggiosa?
- Expectations
  - (Priorità) Quali risultati desidererebbe di ottenere da un maggiore supporto ai progettisti che utilizzano le tecnologie di IA?
  - In quali aree del vostro lavoro pensate che l'IA possa aggiungere valore, anche se non l'avete ancora utilizzata?
- Support & community
  - Se doveste prendere in considerazione l'utilizzo di strumenti di IA, quali caratteristiche o funzionalità sarebbero più importanti per il vostro lavoro?
  - Quanto è importante la collaborazione con altri membri del team (come project manager o sviluppatori) quando si considerano nuovi strumenti come l'IA per il design UX?
  - (Priorità) C'è qualcos'altro che vorreste condividere sull'intersezione tra IA e design che non abbiamo trattato?

Conclusione

- L'intervista e chiusa, grazie mille per la partecipazione.
- Potremmo tenerci in contatto?
- Dubbi?
- Grazie ancora per la sua disponibilità e arrivederci!

Copywriter /UX Copy

Introduzione

- Presentazione
- Scopo dell'intervista
- Scopo della tesi
- Dubbi?

Ice-breaker

- (Priorità)(Presentations) - Partiamo dalla base: qual è la sua occupazione nello specifico?.
- Quali strumenti e metodologie utilizzate attualmente nel vostro processo di progettazione scrittura e quanto sono efficaci nel soddisfare le esigenze dei clienti?

Continuazione

- Interests
    - Può descrivere il suo approccio alla progettazione incentrata sull'utente e come influenza il suo processo decisionale nel corso di un progetto?
    - (Priorità) Scrivere con l'attenzione all'esperienza utente oggi è un requisito di base, ci sono tendenze in particolare che la entusiasmano attualmente e come pensa che

influiscano sui progetti futuri?

- Awareness & openess to AI integration
  - (Priorità) Qual è la sua comprensione dell'IA e delle sue potenziali applicazioni nel copywriting?
  - Ha conosciuto esempi di utilizzo dell'IA nella progettazione dei copy che ha trovato interessanti o rilevanti?
  - Cosa ne pensa dell'idea di integrare gli strumenti di IA nel suo flusso di lavoro?
- Concer\ns and considerations
  - (Priorità) Quali preoccupazioni nutre riguardo all'uso dell'IA nella scrittura?
  - Ci sono compiti o aspetti specifici del copywriting e dello UX copy per i quali ritiene che l'IA non sia adatta o vantaggiosa?
- Expectations
  - (Priorità) Quali risultati desidererebbe ottenere da un maggiore supporto ai progettisti che utilizzano le tecnologie di IA?
  - In quali aree del vostro lavoro pensa che l'IA possa aggiungere valore, anche se non l'avete ancora utilizzata?
- Support & community
  - Se doveste prendere in considerazione l'utilizzo di strumenti di IA, quali caratteristiche o funzionalità sarebbero più importanti per il vostro lavoro?
  - (Priorità) C'è qualcos'altro che vorreste condividere sull'intersezione tra IA e il copywriting che non abbiamo trattato?

Conclusione

- L'intervista e chiusa, grazie mille per la partecipazione.
- Potremmo tenerci in contatto?
- Dubbi?
- Grazie ancora per la sua disponibilità e arrivederci!

3.2 Persone intervistate

TOTALE INTERVISTATI

Le interviste cliente, come accennato nel capitolo precedente sono state in totale 27, di cui una social media manager al di fuori della classifica comunque considerata siccome ha dati rilevanti anche se non inclusa nelle tabelle ai fini della ricerca. La fase delle interviste, ha previsto un primo momento preliminare del mese di Ottobre e una prima parte del mese di Novembre per definire il contesto delle interviste, quali informazioni chiedere e quale postura adottare. Le interviste sono poi state realizzate **dall'inizio di Novembre alla metà di Dicembre**, al termine di questo periodo, si è iniziato in contemporanea a intervistare gli esperti e analizzare i risultati emersi.

SVOLGIMENTO DELLE INTERVISTE

La decisione di intervistare prima i clienti e poi gli esperti ha avuto una **duplice funzionalità**. Da un lato seguire la metodologia del service design, che basato sulla user experience ha necessità di osservare prima il problema nei suoi dati di fatto senza pregiudizi 'esperti'. Da un 'altro punto di vista, invece, ha anche permesso nel momento in cui ci si è interfacciati con gli esperti internazionali di arrivare con un bagaglio di competenze ben maggiore, avere più credibilità ed ottenere in conseguenza più informazioni in meno interviste come suggerito anche da Maria Rosala in un articolo nella piattaforma ufficiale del Nielsen Norman Group (Rosala, 2024).

IL 'PRESENTE STORICO' IN CUI SONO AVVENUTE LE INTERVISTE

E' quindi implicito far notare che tutte le considerazioni fatte dai professionisti sono in linea di massima da contestualizzare in quel periodo storico in cui, per esempio, Adobe AI che per un anno è stato disponibile solo tramite piattaforma Firefly o tramite plug-in di beta

testing, a partire da 1-3 mesi prima delle interviste che è stato reso disponibile anche per il largo commercio. ChatGPT 4.0 all'epoca era ancora il modello più innovativo, Gemini 1.5 Pro era il concorrente più performante in capacità di calcolo di OpenAI, Deepseek non era ancora stato presentato sul mercato, etc...

DATI FUORI DAGLI SCHEMI

Oltre alle informazioni di contesto, va considerata anche un'altra nota. A seguito dei risultati emersi per comprendere quali fossero gli insights e ed il livello di saturazione, **è emerso un altro dato 'soft'** non decifrabile da questa categorizzazione pensata per essere standardizzabile. Durante le interviste infatti, si è notato che la risposta emotiva alla domanda 'come ti sentiresti se l'AI sostituisse il tuo lavoro?', le risposte sono state estremamente differenti: alcune sono state completamente disinteressate pensando anzi che questa potesse essere per loro un'occasione, altre invece sono state impaurite e l'idea di uno strumento che rende inutile decenni e decenni di esperienza che permette di distinguersi dalle masse, non sono riusciti neanche a contemplare riflessioni a riguardo.

I LIMITI DEL TESISTA NEL PROPRIO SETTORE

Considerando quindi che tutte o quasi le risposte fornire sono considerabili autorevoli siccome motivate da esempi pratici o di logica incontestabile (La stessa che motiva il design anonimo a essere comunque estremamente diffuso anche se non si sa chi l'abbia pensato perché non si riesce a pensare nulla di 'meglio' (Munari, 2024)), io, tesista senza esperienza lavorativa per lo stesso settore mi sono sentito a disagio nel selezionare quali esperienze decennali aveva più o meno senso selezionare. In ragione di questo

fatto quindi ho preferito quindi attribuire la prima persona alla narrazione dei singoli individui intervistati. Una metà tra di loro poi, per ragioni personali ha anche chiesto di non essere citata per nome e cognome. Di modo quindi da non creare differenze, tutte le interviste cliente saranno solo citate per nome della persona che è stata contattata e in caso di omonimi per una lettera puntata che gli permette di distinguersi dagli altri.

Alessandro b.

Ruolo	Copywriter.
Esperienza lavorativa	+23 anni.
Background	Management, marketing, sociale.

Mansione svolta e background

La mia carriera è partita dalle basi: inizialmente sono partito come commesso di vendita dopodiché ho scalato posizioni in azienda sino a diventare responsabile delle vendite. Dopo un po di tempo ho dovuto però smettere per via di una malattia, dopo questo evento però non mi sono arreso, anzi, quando ho ripreso a lavorare sono diventato responsabile per un'azienda per la sicurezza coordinando oltre 160 persone. Dopo anni di stress e mancanza di sonno ho però deciso di cambiare nuovamente lavoro.

Nel periodo successivo quindi ho iniziato a lavorare per una cooperativa in cui aiutavo le persone svantaggiate come ex-carcerati o persone con problemi di salute mentale. Questo è stato come un nuovo inizio per me come lo era stato il precedente. Da poco invece, dagli ultimi 6 mesi, ho iniziato a intraprendere un nuovo viaggio nel copywriting e mi ritengo soddisfatto di quanto ottenuto sino ad ora. Mi ritengo così tanto soddisfatto che ho deciso di metterermi in gioco per questo nuovo lavoro e lasciare il precedente.

Interessi

Il mio lavoro di manager purtroppo mi impegna molto e per questo non riesco a dedicare le energie che vorrei al copywriting, tra qualche mese però mi trasferisco fuori dall'Italia e questo cambiamento nella mia vita dovrebbe permettermi di concentrarmi di più sul copywriting. Per me però è importante sottolineare che questa è una disciplina che richiede una preparazione e un'analisi approfondita. Spesso sento e ho sentito giovani/aspiranti che dicono che vogliono fare questo lavoro perché amano scrivere, secondo me però non capiscono che la scrittura è solo il 10%, il restante 90 spazia dall'analisi del target alle parole chiave di mercato e molto altro.

Nello specifico poi, al momento mi sto specializzando nella brand identity come freelance. Non uso però strumenti molto particolari. Per la ricerca di parole chiave uso Ubersuggest mentre per la redazione e condivisione dei contenuti con i miei clienti uso Google Docs.

Awareness & openess to AI integration

L'intelligenza artificiale ha rivoluzionato il modo in cui lavoro, ma è fondamentale ricordare che non deve sostituire le competenze umane. L'AI è uno strumento che può ottimizzare i tempi e migliorare l'efficienza, ma il copywriting è principalmente un atto di persuasione e richiede un approccio umano. Spesso utilizzo ChatGPT per l'analisi del target e per creare avatar dei clienti, il che mi permette di risparmiare tempo e migliorare la qualità del mio lavoro.

Preoccupazioni

Tuttavia, la mia preoccupazione principale è che l'uso eccessivo dell'AI possa portare a una perdita di motivazione e di creatività. È importante non farsi controllare dall'intelligenza artificiale, ma piuttosto utilizzarla come un supporto amico. Non voglio perdere il contatto con la scrittura e la creatività, poiché sono elementi fondamentali del mio lavoro.

Supporto e community

In futuro, spero di ottenere maggiore precisione e qualità dall'AI. Vorrei anche sviluppare la mia agenzia di marketing, utilizzando le competenze acquisite nel copywriting e nella gestione. Il mio obiettivo è creare un team, perché credo che il lavoro di squadra possa portare a risultati migliori.

Per me quindi l'intelligenza artificiale rappresenta un'opportunità straordinaria per migliorare la mia produttività e creatività, ma è essenziale mantenere un equilibrio e valorizzare sempre la componente umana nel processo di scrittura e comunicazione.

Carlo

Ruolo Graphic Designer.
Esperienza lavorativa +7 anni.
Background Graphic design, docenza scolastica.

Mansione Svolta

All'inizio ho lavorato per svariato tempo come graphic designer, con il tempo però poco a poco ho messo da parte quella disciplina. Questo per svariati motivi, tra i principali il fatto che il graphic design mi sembra un lavoro troppo meccanico e guidato dalle esigenze di mercato, oltre a questo poi c'è anche l'aspetto economico insoddisfacente: lo sforzo economico non è minimamente proporzionabile alla retribuzione. Dopo 3-4 anni come graphic designer quindi ho deciso di mettermi in gioco e ora lavoro principlamente come docente di sostegno.

Detto ciò, non ho però abbandonato completamente la disciplina. Collaboro anche con un professore di Genova e creo delle illustrazioni digitali per l'ambito editoriale. Per quanto riguarda strettamente la parte grafica, mi sto specializzando nella grafica per social networks e per farlo uso la suite Adobe, in particolare Photoshop. Per il resto ho sperimentato anche Cinema 4D e strumenti per la scultura 3D anche se a questi ultimi non mi sono mai appassionato completamente.

Interessi

Da quando sono diventato docente sto provando a unire le mie conoscenze di grafica con il lavoro che svolgo adesso di docente. Di rencente in particolare sto provando a condividere la mia conoscenza sulla realizzazione di libri illustrati con i miei studenti. Questo approccio da un lato permette un'espressione personale e dall'altro incentiva la comunicazione sia per me che per gli studenti.

Awareness & openess to AI integration

Io uso l'intelligenza artificiale solo in maniera occasionale come base di progetto o per cercare riferimenti su cui lavorare. Sicuramente penso sia molto utile accellerare il lavoro se necessario, preferisco però partire da zero e mantenere intatto il mio senso creativo.

Il lavoro che svolgo come docente mi impone un'apprendimento e uno sviluppo fondamente costante e ho il serio dubbio che sfruttare troppo l'Ai mi porterebbe a una percezione di perdita di controllo che potrebbe intaccare negativamente il mio spirito creativo.

Preoccupazioni

Ritengo che l'intelligenza artificiale debba essere vista come un supporto, una sorta di esoscheletro che potenzia le capacità umane senza sostituirle completamente. È importante che le tecnologie vengano utilizzate in modo costruttivo e regolato a livello morale, per evitare che vadano a sostituire aspetti umani come la creatività e l'espressione personale.

Supporto e community

Per quello che riguarda il networking e la formazione, di solito uso Domestika e Gmail siccome mi permettono di gestire meglio il mio tempo. Pertanto, cui se dovessi formarmi sull'Ai preferirei un qualche canale simile. Per quello che riguarda però strettamente l'Ai, invece, penso che sicuramente possa dare un contributo positivo al design, bisogna però fare attenzione a usarla come strumento di supporto e far attenzione che questa non rischi di sostituire la creatività umana.

Enzo

Ruolo Creative director (project manager).
Esperienza lavorativa +18 anni.
Background Web design, musica.

Mansione svolta

Mi occupo della parte creativa nel nostro lavoro, in particolare nel web design. Quando arriva un nuovo progetto, mi concentro sull'immagine, creando una mood board che definisce l'estetica visiva. Utilizziamo molti strumenti di Adobe, che sono essenziali nel nostro lavoro, anche se non ci affidiamo a piattaforme come Figma perché il nostro programmatore preferisce altri programmi.

Interessi, awareness & openess to AI integration

Per quanto riguarda l'intelligenza artificiale, trovo che sia un nuovo strumento importante. Anche se non sostituisce completamente la creatività umana, ha il potenziale per liberare tempo prezioso dalle mansioni più ripetitive. Tuttavia, l'AI non sa sbagliare come un essere umano. L'errore umano può portare a soluzioni inaspettate e creative, un aspetto che l'intelligenza artificiale non può replicare. Inoltre, ho notato che, nonostante l'AI possa aiutare a correggere errori formali, appiattisce spesso la

personalità del testo, utilizzando formule e termini ripetuti anche in settori diversi.

Preoccupazioni

Recentemente, abbiamo ampliato il nostro utilizzo di motori grafici per l'elaborazione video sulla piattaforma Freepeak. Insieme al mio collega Davide, che si occupa della produzione video, stiamo sperimentando effetti speciali complessi. C'è sempre una certa attenzione nel non cadere nella trappola di affidarsi troppo all'AI per l'elaborazione delle immagini, poiché a volte può richiedere più tempo rispetto alla lavorazione manuale.

Supporto e community

Riguardo la community, il networking e il supporto attraverso di essa, io e la mia agency ci teniamo un sacco aggiornati, proprio di recente grazie a queste ho trovato alcune piattaforme che offrono molta espressività con pochi parametri. Secondo me però bisogna fare attenzione che l'uomo rimanga al centro del dialogo. In questo modo può guidare, verificare e controllare i risultati prodotti.

Detto ciò però, io abbraccio l'evoluzione tecnologica nel nostro settore e ritengo che il contributo che questa ha da offrire sia sicuramente molto grande. Per me quindi non è necessario vedere l'intelligenza artificiale come una minaccia, purché possa essere utile a migliorare la nostra comunicazione e creatività.

Francesca

Ruolo Copywriter e content strategist.
Esperienza lavorativa +23 anni.
Background Copywriting, branding, web content.

Mansione Svolta

Mi presento, sono una freelance specializzata in content strategy e copywriting. Mi occupo di progetti di branding, progettazione digitale e copywriting, collaborando spesso con team più ampi che includono UX designer e art director. Ho lavorato su progetti complessi come la Intranet di S****a, dedicandomi alla ricerca, progettazione e scrittura dei contenuti. Mi chiamano soprattutto per la scrittura di siti internet complessi e aree specifiche di siti aziendali come I****a. Negli ultimi anni, ho notato un'evoluzione del mio lavoro verso una maggiore enfasi sulla strategia dei contenuti e la ricerca attraverso interviste e workshop, mentre la richiesta di scrittura pura è in calo, forse anche a causa dell'intelligenza artificiale.

Interessi

Non amo definire il mio lavoro come UX copywriting, perché per me è sempre copywriting, che significa trovare il modo migliore per comunicare gli obiettivi di un brand al suo pubblico. Il mio approccio si basa sulla creazione di una strategia contenutistica insieme al cliente, comprendendo i suoi contenuti e il pubblico di

riferimento. Questo processo si allinea naturalmente con lo user-centered design, un concetto che ho abbracciato fin dai miei inizi nel 2005 all'I*** *** *b, dove ho imparato l'importanza di mettermi nei panni del pubblico per comunicare in modo efficace.

Awareness & openess to AI integration

L'intelligenza artificiale è diventata sicuramente un elemento importante per il mio lavoro, basta pensare che fino a non molto tempo fa si usavano carta e penna o word durante i workshops online, ora non è raro vedere persone che usano la suite di Adobe o Mirò.

Preoccupazioni

Nonostante l'intelligenza artificiale sia uno strumento potente, ho le mie riserve. Non mi affido mai completamente a contenuti generici generati dall'AI, perché il mio lavoro è strettamente legato alle particolarità dell'azienda con cui collaboro. Credo che l'inizio di un progetto debba essere umano, raccogliendo informazioni uniche che possiamo eventualmente passare all'intelligenza artificiale.

In futuro, mi aspetto che l'intelligenza artificiale diventi un partner di dialogo, ma non desidero delegare completamente il mio lavoro a essa. Mi piace quello che faccio e voglio continuare a essere coinvolta nel mio processo creativo. Tuttavia, sono consapevole del cambiamento del mercato e della possibilità che l'AI sostituisca parte del mio ruolo. Nonostante ciò, finché avrò progetti, sono entusiasta di utilizzare nuovi strumenti per migliorare il mio lavoro.

Supporto e community

Per quanto riguarda la formazione, credo che sia fondamentale avere una base solida in comunicazione tradizionale, che aiuta a supervisionare il lavoro generato dall'AI. Gli strumenti cambiano rapidamente, quindi è importante avere un metodo di apprendimento continuo. Inoltre, attività extra-lavorative come corsi di improvvisazione teatrale o scrittura creativa mi hanno aiutato a formare la mia identità professionale e personale. Per quanto concerne la SEO, di solito collaboro con esperti del settore, mentre mi concentro sulla strategia dei contenuti e sulla comunicazione aziendale.

Francesco

Ruolo Copywriter & creative.
Esperienza lavorativa +10 anni.
Background Project management, teatro, storytelling, copywriting, docenza scolastica.

Mansione svolta

Sono un creativo freelance, un titolo che racchiude tutto ciò che faccio, perché il mio lavoro si muove su più campi: performance, comunicazione e tecnologia. Ho iniziato con una formazione teatrale a Roma, studiando teatro e arti dello spettacolo, ma poi la mia strada ha preso una svolta inaspettata. Mi sono trasferito a Torino per frequentare la Scuola Holden, convinto di approfondire la drammaturgia. Invece, ho scoperto il mondo della programmazione di videogiochi, un lavoro che non sapevo nemmeno esistesse. Questo percorso mi ha permesso di esplorare i linguaggi e le espressioni in modi nuovi e di unire la mia passione per la tecnologia con la creatività.

Adesso il mio lavoro spazia in diversi ambiti. Posso essere project manager, occuparmi di brochure, siti web, scrivere discorsi, creare slide o aiutare con il public speaking. Sto anche cercando di avviare una startup con un sistema software innovativo per la videoconferenza. Insegno perché mi piace condividere conoscenze e competenze, specialmente su public speaking e altre

materie un po' particolari. Quando lavoro, il mio approccio è sempre centrato sull'utente: cerco di rendere le esperienze piacevoli, risolvendo problemi di linguaggio e migliorando la fruizione dei contenuti. Non mi limito a usare strumenti perché sono alla moda, ma scelgo sempre il tool giusto per rispondere a una necessità concreta.

Interessi

In genere penso che i miei interessi si può dire che ruotino attorno al concetto di interattività. Se svolgo delle lezioni devo premurarmi che queste abbiano flussi visivi dinamici così da mantere alta l'attenzione degli studenti, se però si pensa a dei softwares, questi possono consentire di cambiare simultaneamente le inquadrature perciò cambiare anche tipo e modo di interazioni. Per me quindi l'interazione e tutto e credo che un linguaggio digitale debba essere coinvolgente per mantenere alta l'attenzione. Un'altro mio interesse poi è anche lo sviluppo orizzontale ovvero combinare competenze da diversi ambiti per creare qualcosa di nuovo. Come ti ho accennato, nel mio percorso ho affrontato tematiche di musica, tecnologia e design e saperte intrecciare tra di loro penso sia qualcosa di essenziale se si vuole un metodo che facilità l'innovazione. Questo perlomeno mi ha portato durante la pandemia a lavorare su un minigioco in cui ho dovuto imparare a usare Unity per poter raccontare una storia in modo interattivo.

Awareness & openess to AI integration

L'intelligenza artificiale è uno strumento che sto esplorando sempre di più. Ho seguito un corso su C****a per approfondire i fondamenti dell'AI e apprezzo come

possa aiutare a velocizzare processi di ricerca e strategia. Ad esempio, l'ho usata per creare una struttura di video per un cliente, risparmiando settimane di lavoro manuale. Tuttavia, credo che l'AI abbia ancora dei limiti significativi, soprattutto nella capacità di creare narrazioni complesse. Ho provato a usarla per scrivere testi, ma manca quella "narrazione della narrazione", una stratificazione che solo la creatività umana può offrire. Finché non raggiungerà quel livello, non vedo l'AI come una minaccia ma più come uno strumento complementare al mio lavoro.

Preoccupazioni

Personalmente non nutro grandi preoccupazioni verso l'intelligenza artificiale siccome l'interesse per lo sviluppo orizzontale che ti raccontavo prima mi ha sempre consentito di rinnovarmi. Se un campo si esaurisce ne trovo semplicemente un'altro. Se dovessi fare delle previsioni, comunque, penso che l'intelligenza artificiale possa diventare più efficacie nello sviluppo di creazione di immagini o ambienti virtuali perché in questi settori al momento ci vuole troppo tempo per ottenere risultati davvero utili.

Supporto e community

Quando penso al mio ruolo e alla mia metodologia, mi vedo come uno storyteller. Non mi limito a creare contenuti, ma costruisco flussi di esperienza che includono tutto ciò che circonda il contenuto: come si presenta, come si percepisce, che tipo di emozione trasmette. È come in teatro: il testo è solo una parte dello spettacolo, servono gli attori, le luci, i costumi, la regia. Lo stesso vale per ogni progetto che realizzo.

In conclusione, il mio lavoro è guidato dalla curiosità e dalla voglia di sperimentare. Non mi limito a un'area specifica, ma cerco sempre di combinare elementi diversi per creare qualcosa di unico. Questo approccio mi permette di affrontare ogni nuova sfida con flessibilità, imparando rapidamente ciò che serve per raggiungere l'obiettivo. Se c'è una cosa che ho imparato, è che la creatività funziona meglio con dei paletti: sono le limitazioni che ti spingono a trovare soluzioni innovative. Questo vale per il mio lavoro, per il rapporto con l'AI e per ogni progetto che affronto.

Gabriele

Ruolo Project manager,
Esperienza lavorativa +2 anni.
Background Ricercatore, retail, interior design.

Mansione svolta

Mi chiamo gabriele e fino a non molto tempo fa ero parte di un'agency, di recente però ho cambiato lavoro e ora gestisco l'inventario per la parte organizzativa del retail di un grande brand estero. Prima di questo ruolo però, è effettivamente vero, ho lavorato come Project manager e questo mi ha dato le competenze necessarie per svolgere il lavoro di cui mi occupo ora. Compe project manager ad esempio ho potuto imparare la gestione dei progetti, la comunicazione e il dialogo con i clienti. Nel precedente lavoro poi ho lavorato anche con grandi clienti come P**a, M**n e G**i in ambienti in cui la qualità veniva prima di tutto, a volte anche a scapito della produttività.

Il lavoro attuale ad ogni modo richiedere tutt'altre competenze: utilizzo principalmente Excel mentre il pacchetto Office mi permette di raccogliere e gestire le informazioni che raccolgo. Oltre a questi strumenti poi, in passato ho usato anche Rhino, AutoCAD e la SUite Adobe, di recente tuttavia questa necessità è venuta meno siccome sono più orientato alla gestione e al coordinamento.

Interessi

La nicchia in cui mi sono specializzato lavorando come project manager è la comunicazione interna ed esterna. Quando lavoravo per ***, spesso arrivavano clienti prestigiosi ed in questi casi era essenziale gestire sia la componente artistica che contrattuale. Questa mia nicchia di competenze, e quindi anche interessi, mi ha quindi insegnato a bilanciare le esigenze dei clienti con quelle dei fornitori così da mantenere una comunicazione chiara ed efficacie.

Awareness & openess to AI integration

Personalmente, di solito uso ChatGPT e/o Gemini, sono però consapevole delle problematiche etiche e legate al copyright, specialmente nell'uso di questi strumenti e nei dirriti sulla proprietà intellettuale derivante da essi.

Per il resto però, secondo me l'intelligenza artificiale ha un grande potenziale nel migliorare la progettazione e la gestione. Ad oggi ad esempio esistono già soluzioni emergenti che trasformano disegni 2D in render 3D, penso però ci sia molto spazio per ulteriori sviluppi in questo campo.

Preoccupazioni, supporto e community

Onestamente non vedo l'intelligenza artificiale come una minaccia al mio lavoro quanto piuttosto uno strumento per alleggerirne in parte il carico e concentrarmi su altre aree. Penso sicuramente però che la sensibilizzazione nel poter usare in maniera efficacie ed etica questi concetti sia un qualcosa che deve partire dall'educazione e la

sensibilizzazzione nelle scuole. Questo approccio, da un lato potrebbe aiutare a sviluppare la comprensione critica dei contenuti trattati, mentre da un altro lato potrebbe garantire un uso più responsabile.

Giovanna

Ruolo Art director, graphic designer.
Esperienza lavorativa +25 anni.
Background Project manager, art direction, exhibit design.

Mansione svolta

Sono un libero professionista e il director di un'agenzia di comunicazione chiamata S*** **i specializzata nel destination design. Ci occupiamo di brand territoriali, sviluppando strategie di immagine e campagne di comunicazione per diverse località come Modena, Jesolo, Asti e Lecco. Il mio lavoro principale è la sintesi e lo studio del brand, che è un processo intenso e creativo. Lavoro molto sul lettering e sul design per creare identità visive che possano durare nel tempo e non invecchiare, con l'obiettivo di arrivare a una sintesi essenziale delle idee.

Interessi

Utilizziamo diversi metodi di lavoro, spesso collaborando con altre agenzie per sfruttare competenze specifiche. Il nostro approccio è molto brand-centered, e mi occupo di creare immagini che possano adattarsi a vari supporti e campagne, interagendo con il Social Media Manager per la gestione dei contenuti sui social media, inclusi Instagram e TikTok, che sono sempre più richiesti.

Per quanto riguarda gli strumenti, utilizzo principalmente la suite Adobe per la creatività, ma ultimamente abbiamo iniziato a usare Canva per permettere ai clienti di lavorare in autonomia. Nonostante alcune difficoltà nel lasciare che altri modifichino i progetti, cerco di impostare le cose in modo definito per mantenere la qualità.

Awareness & openess to AI integration

Personalmente, vedo l'intelligenza artificiale come uno strumento molto utile per accellerare processi meccanici e noiosi ma onestamente non penso proprio possa sostituire il pensiero creativo umano. Sicuramente uso l'AI per operazioni tecniche ma per me il cervello umano è insostituibile per la progettazione. Questo perché in ogni progetto ci deve essere una componente umana che sia calibrata per convincere il cliente. Se penso al progetto che ho realizzato *****, per quell'occasione ho realizzato un naming e un logo semplici ma con un significato profondo. In quel caso due puntini simboleggiavano il dialogo e l'osmosi tra passato e presente.. Queste però sono che l'Ai più di tanto non riesce a pensare.

Preoccupazioni, supporto e community

Nonostante la paura iniziale che la tecnologia potesse soppiantare il nostro ruolo, sono sempre più convinta che gli strumenti tecnologici debbano migliorare la qualità della nostra vita senza ostacolare la creatività. La mia formazione sull'intelligenza artificiale è stata principalmente teorica, e ritengo che sia uno strumento che aiuta solo se si sa già dove si vuole andare.

Infine, il ruolo che mi definisce è quello di art director,

dove devo essere in grado di progettare con la mia impronta personale. La flessibilità è essenziale nel nostro lavoro, e anche se il grafico deve saper fare miracoli, è importante mantenere la qualità e il pensiero dietro ogni progetto. La creatività richiede sacrificio e costanza, e nel nostro settore, la capacità di lavorare in team è fondamentale.

Irene

Ruolo	Graphic designer.
Esperienza lavorativa	+15 anni.
Background	Graphic design, docenza, marketing, UX/UI design.

Mansione svolta

Io parto come graphic designer a cui mi sono laureata Prima nella triennale al politecnico di Torino e poi a Milano qualche anno fa. Per un po di tempo poi ho collaborato a progetti di ricerca e con professionisti esterni all'ambito accademico. Da un pò però sto provando a cambiare ancora settore. Attualmente sono 2-3 anni circa che lavoro per il design tradizionale verso il marketing online. Ora mi sto occupando di mail marketing e di realizzazione di flussi automatizzati per processi creaitivi e tecnici per il design.

Interessi

Come accennato, il mio lavoro si divide in due compiti principali: design tradizionali e marketing online. Per il primo lavoro ancora con vecchi clienti, in particolare per quanto riguarda alcuni progetti editoriali come ad esempio degli orologi di lusso per un cliente molto specializzato che poi sono venduti ad alcune delle più grandi case d'asta del mondo.

Per la parte di marketing invece utilizzo strumenti più

diversi e anche moderni a seconda delle circostanze. Figma e Canva li uso ad esempio per la parte grafica mentre ChatGPT in versione plus mi permette di ottimizzare il mio flusso di lavoro ed essere più focalizzata.

Awareness & openess to AI integration

L'intelligenza artificiale è ormai parte integrante del mio lavoro quotidiano. Mi aiuta non solo a elaborare idee e organizzare contenuti, ma anche a revisionare e migliorare i miei progetti. Per esempio, quando creo una newsletter, raccolgo esempi e fonti, li analizzo con l'AI, e ottengo suggerimenti utili per la struttura, la gerarchia visiva e l'inclusività del design. Dopo aver completato il mio lavoro, utilizzo un prompt che ho sviluppato io stessa per ricevere feedback su leggibilità, contrasto e coerenza visiva. È un metodo che mi consente di affinare ogni progetto e di vedere dettagli che magari avevo trascurato.

Nonostante l'AI sia un supporto fondamentale, la parte creativa resta sempre mia. L'intelligenza artificiale non può sostituirmi, ma funge da sparring partner: mi supporta nel benchmarking, mi aiuta a evidenziare punti critici e mi fornisce feedback utili. Ad esempio, se realizzo un template, l'AI può suggerirmi come migliorarlo, ma sono sempre io a implementare visivamente le modifiche. Trovo questo approccio estremamente utile, soprattutto perché dopo molte ore di lavoro su un progetto è facile perdere l'oggettività.

Preoccupazioni

Non ho timore che l'intelligenza artificiale possa sostituirmi. La vedo come uno strumento, simile a come

Canva ha democratizzato il design offrendo a tutti la possibilità di creare grafiche decenti. La differenza la fanno le competenze, e sono convinta che ci sarà sempre spazio per chi sa sfruttare questi strumenti in modo strategico e consapevole. Piuttosto, vedo ancora margini di miglioramento per l'AI, soprattutto nella generazione di immagini, dove spesso si riconosce chiaramente che il prodotto non è stato creato da una persona, soprattutto per le immagini fotografiche.

Supporto e community

Secondo me una formazione nell'uso dell'Ai più consapevole sarebbe molto utile. Ad oggi molto spesso si possono trovare liste di prompt già pronti però non vi sono spiegate anche le logiche che li rendono efficaci e per questo sono anche difficilmente applicabili alle necessità personali. Uno degli aspetti che trovo potrebbe essere più utile dell'evoluzione dell'Ai, ad ogni modo, è la proposta di soluzioni tecniche che riducano il lavoro manuale. Una cosa che mi piacerebbe molto, ad esempio, potrebbe essere avere delle proposte di design già pronte per le mie esigenze senza dover tutte le volte caricare screenshots per far capire quello che intendo.

Luca

Ruolo Project manager, CX Designer.
Esperienza lavorativa +16 anni.
Background Segreteria, customer experiece, management, service design.

Mansione svolta

Sono responsabile del Customer Experience Design in C***A, un gruppo con 52 sedi nel mondo. Ci occupiamo di Customer Experience e Customer Service, un ambito molto più complesso del tradizionale “servizio clienti”. Il mio ruolo specifico è il design, che precede la delivery. Questo significa raccogliere i requisiti del cliente, studiare la soluzione migliore e individuare eventuali punti critici nei loro processi. In pratica, funziona così: un cliente, ad esempio I** **O, ci contatta per una soluzione, come un assistente virtuale. Spesso i requisiti iniziali sono vaghi, quindi è fondamentale analizzare il loro processo e capire dove una soluzione del genere possa apportare reali benefici, in funzione degli obiettivi specifici del cliente. Una volta individuata la soluzione, sviluppiamo un piano dettagliato con tutti i requisiti e le specifiche, che poi il team di delivery si occupa di implementare. Fortunatamente, essendo una tech company, sviluppiamo internamente i nostri software; quindi, conosco a fondo i prodotti che offro.

Interessi

Al momento, l'intelligenza artificiale è centrale nel nostro lavoro, perché un uso responsabile ci permette di migliorare l'efficienza senza compromettere la customer experience. Molte aziende puntano sull'automazione spinta per risparmiare, implementando bot o IVR (interactive voice response) con percorsi a scelta multipla, ma questo spesso si traduce in clienti insoddisfatti e un aumento dei costi a lungo termine. Il nostro approccio è diverso: anche quando l'interazione viene gestita da un bot, l'operatore umano mantiene la supervisione e può intervenire in qualsiasi momento per riprendere il controllo della conversazione. Questa supervisione umana, che abbiamo brevettato, garantisce un'ottima customer experience, perché il cliente sa di poter contare su un supporto umano se necessario.

Awareness & openess to AI integration

L'integrazione tra uomo e intelligenza artificiale non deve essere vista come una sostituzione, ma come una collaborazione. Sviluppiamo anche soluzioni di "copilot" per gli agenti, che forniscono suggerimenti in tempo reale durante le conversazioni con i clienti, analizzando il sentiment e i processi. Per quanto riguarda gli LLM, non sviluppiamo i nostri modelli da zero, perché sarebbe un investimento enorme e non avrebbe senso competere con i big player come OpenAI. Integriamo diverse soluzioni di mercato nei nostri software, scegliendo di volta in volta il modello più adatto all'obiettivo specifico.

Preoccupazioni

Non credo che l'80% delle attività umane saranno sostituite dall'intelligenza artificiale, come prevedono

alcune analisi di mercato. Prevedo piuttosto una sinergia tra uomo e macchina, dove entrambi collaborano per gestire il 100% delle interazioni. Ci saranno sempre attività che richiedono il contatto umano, soprattutto quando si tratta di questioni complesse o delicate, come la gestione degli investimenti. Per noi è fondamentale l'approccio human-centered: il cliente deve sempre poter parlare con un operatore umano se lo desidera, e anche quando interagisce con un bot, deve sapere che c'è una persona che supervisiona la conversazione.

Supporto e community

Per trasmettere questo messaggio ai clienti, puntiamo sulla consulenza e sul design. Non vendiamo semplicemente un software, ma studiamo attentamente i processi del cliente e proponiamo soluzioni personalizzate, che integrano l'intelligenza artificiale in modo responsabile. L'obiettivo è trasformare il fornitore in un partner, che non sia solo una fonte di costo, ma un generatore di valore. Crediamo che il contatto umano sia fondamentale, soprattutto nel primo contatto con il cliente. L'operatore può poi trasferire l'interazione a un assistente virtuale, ma il cliente deve sempre sentirsi accompagnato e sapere di poter tornare a parlare con una persona in qualsiasi momento.

Lucia

Ruolo UX/UI Designer, interaction designer.
Esperienza lavorativa +2 anni.
Background UX/UI design, social media management, web development, conversational design.

Mansione svolta

Sono una UX designer con un background in lettere e filologia moderna, e una specializzazione in glottodidattica. Al momento sto svolgendo uno stage presso una società di consulenza dove mi occupo di diversi aspetti del design, tra cui ricerca utente, test di usabilità, wireframing, UI e UX, e anche copy e microcopy. Ho iniziato questo percorso da meno di un anno, dopo aver frequentato un Master in Talent Garden a Roma.

Interessi

Purtroppo non ho ancora dei veri e propri interessi per una cifra stilistica personale siccome sono all'inizio della mia carriera professionale. Cerco molto però di aggiornarmi sui trend del settore attraverso benchmark e utilizzando siti come Mobbin oppure intelligenze artificiali come ChatGPT.

Awareness & openess to AI integration

Per quanto riguarda la formazione sull'intelligenza artificiale, credo che un corso di prompt design sarebbe

molto utile, soprattutto se strutturato in modo da insegnare come formulare prompt specifici per le diverse figure professionali coinvolte nel design. Preferirei una formazione online, per praticità ed economicità.

Utilizzo diverse IA nel mio lavoro, come ChatGPT, Cloud AI e Perplexity. Quest'ultima la trovo particolarmente utile per la ricerca, in quanto fornisce le fonti per ogni informazione. Trovo l'IA utile anche per generare bozze iniziali di idee o wireframe, anche se rudimentali. Ho anche esplorato strumenti come DALL-E, Firefly e Midjourney per la generazione di immagini, ma al momento non li utilizzo attivamente.

Preoccupazioni

Le mie principali preoccupazioni riguardo il regresso cognitivo dovuto alla dipendenza eccessiva da questi strumenti, però ci posso essere anche altre tematiche che stavamo discutendo qualche giorno fa con l'agency per cui lavoro. Alcuni esempi sono la sicurezza nel distinguere il voice cloning e il deepfake per esempio. U'altra red flag che mi preoccupa invece è considerare l'intelligena artificiale come uno strumento infallibile,nonostante i suoi bias e la propensione a commettere errori.

Supporto e Community

Credo molto nel valore della formazione in presenza, nonostante la comodità dell'online. Da ex insegnante, ho potuto constatare l'importanza dell'interazione diretta e dell'intensità dell'esperienza in presenza, sia nei corsi di italiano per stranieri che ho tenuto, sia nel Master che ho

frequentato.

Il mio background umanistico, in particolare la filologia, mi aiuta molto nel mio lavoro di UX designer, soprattutto nella comunicazione e nella progettazione di interfacce conversazionali. La filologia, con la sua attenzione alla struttura e al metodo, mi fornisce una solida base per affrontare le sfide del design e per non farmi prendere dalle paranoie di fronte a nuovi argomenti.

Al momento mi definisco una UX designer e non ho altre occupazioni lavorative. Sono disponibile a partecipare a test e progetti futuri relativi all'IA.

Martina

Ruolo	Social media manager.
Esperienza lavorativa	+4 anni.
Background	Social media management, marketing.

Mansione svolta e interessi

Mi occupo di social media managing e il mio ruolo principale è mettere in pratica la strategia già definita, che è una conseguenza diretta di una brand identity ben realizzata. La creatività è fondamentale nel mio lavoro, e per questo motivo tendo ad evitare l'uso dell'intelligenza artificiale per attività creative, poiché la trovo limitante. Mi occupo del piano editoriale, che include la predisposizione dei contenuti, decidere cosa pubblicare, quando e come farlo, in linea con la strategia definita. Questo processo si estende dalla preparazione alla pubblicazione dei contenuti sui social.

Awareness & openess to AI integration VS preoccupazioni

Parlando di Ai, io mi ritengo abbastanza consapevole sull'argomento. Di solito la uso per generare copy per i social e scripts per i reel però voglio sempre essere io l'ultima a mettere mano al progetto per fare le debite modifiche. L'intelligenza artificiale è uno strumento molto utile e sono consapevole delle sue potenzialità ma ha

una carenza di pensiero laterale e tende a proporre idee abbastanza banali. Spesso infatti propone copy abbastanza standard e già visti. Io poi non uso solo l'Ai per i testi, se per caso devo fruire anche di immagini o altri conteuti visivi, sfrutto anche Canva che ha un servizio per ampliare le immagini che funziona abbastanza, ho solo il problema di dover stare attenta siccome ogni tanto potrebbe rischiare di deformare i risultati.

Supporto e community

Per quanto riguarda le piattaforme di dialogo e collaborazione, in passato abbiamo utilizzato strumenti come Trello, ma alla fine ci siamo resi conto che un semplice gruppo Whatsapp era molto efficace per la nostra comunicazione interna. In generale, siamo sempre alla ricerca di nuove tecnologie e strumenti per migliorare il nostro lavoro, e l'intelligenza artificiale rappresenta una parte interessante e in evoluzione di questo panorama.

Rossana

Ruolo Project manager, graphic designer.
Esperienza lavorativa +2 anni.
Background Account e operation management, project management, marketing.

Mansione Svolta

Mi presento come freelance con partita IVA e lavoro con diversi clienti. Ho iniziato il mio percorso formativo con una triennale in design del prodotto, ma ho capito ben presto che la mia vera passione era per i servizi. Così, ho proseguito con una magistrale in design dei servizi all'Università di Bologna.

Ho un'attività molto varia, a seconda dei clienti con cui collaboro. Gestisco progetti per un'associazione culturale, in particolare quelli finanziati dalla Camera di commercio di Torino. In questo contesto, mi occupo di project management, cioè di gestire e progettare i progetti. Ad esempio, ho lavorato a "Ask to Design", una piattaforma digitale che facilita l'incontro tra designer e piccole e medie imprese. Qui, ho raccolto bisogni a livello territoriale, sviluppato un concept e strutturato il servizio nel tempo. La mia competenza di design si è rivelata cruciale in questo processo, poiché ho dovuto affrontare sia aspetti operativi che di progettazione.

Interessi

I miei interessi dipendono fortemente dal ruolo che svolgo. Il mio ruolo è di mediare tra design e industrie del territorio, per cui a seconda dei casi potrei trovarmi ad avere interessi anche molto differenti per entrare in contatto con esigenze differenti. Questo perche ogni azienda ha esigenze specifiche ed è il mio compito aiutarle per trovare il giusto progetto per loro.

Awareness & openess to AI integration

L'intelligenza artificiale è sicuramente tra gli 'hot topics' del momento, la sua recente popolarità ha sollevato domande sul come questa possa dialogare con le professioni creative e sull'eventualità che queste possano essere sostituite, io però penso che tutto ciò sia abbastanza difficile. Secondo me è più probabile che l'Ai possa diventare un'ausilio per la quotidianità dell'essere umano come ad oggi lo sono Figma e Mirò.

Preoccupazioni

Da un'altro punto di vista però riconosco assolutamente che ci sono anche importanti red flags nell'utilizzo dell'Ai, un esempio lampante può essere come ChatGPT e altre intelligenze artificiali simili possano sostituire i criteri nei processi decisionali di assunzione portando anche a importanti bias. Proprio per queste ragioni infatti, secondo me, è fondamentale che si mantenga un approccio umano e contestuale nelle decisioni. Questo sia nell'assunzione del personale che di potenziali clienti.

Supporto e community

A livello di community, per il mio settore sicuramente queste intelligenze artificiali potrebbero comportare

anche cambiamenti radicali nelle modalità di lavoro. E' importante però anche saper rispondere a questa ondata di cambiamento e continuare a sviluppare competenze per comprendere queste tecnologie penso sia la strada più efficacie. Se poi mi chiedi dei canali con cui questa formazione può essere proposta, secondo me dei corsi pratici e dei workshop sono degli ottimi modi per apprendere nella pratica questi sviluppi.

Stefano

Ruolo Copywriter.
Esperienza lavorativa +6 anni.
Background Copywriting, web content, social media management.

Mansione svolta

Mi occupo principalmente di brand identity e copywriting. Immagino di costruire un brand come se dovessi creare il personaggio di un romanzo, conoscendone amicizie e formazione. Un brand deve comportarsi in modo coerente su varie piattaforme di comunicazione, dal sito web ai social media, fino agli eventi offline e partnership. Il copywriting è una conseguenza naturale della struttura del brand, dove unisco aspetti culturali e tecnici come l'assets, per dare personalità al prodotto e differenziarlo dai competitor.

Interessi

Un'altra parte importante del mio lavoro è l'unione di elementi analitici e culturali per creare una unique selling proposition. Lavoro in sinergia con il brand manager, focalizzandomi sull'aspetto concettuale e la costruzione della narrativa di un brand attraverso testi e storytelling. Questo processo include anche la gestione dell'architettura del sito e dell'esperienza utente, con l'obiettivo di catturare l'attenzione dell'utente e farlo identificare con la storia raccontata.

Awareness & openess to AI integration

Io di solito uso l'intelligenza artificiale per sistematizzare testi e gestire questioni SEO come ad esempio metatesti o i termini più adatti. Penso al tempo stesso però che l'Ai sia uno strumento che appiattisce la personalità nei testi e che manchi di creatività.

Preoccupazioni, supporto e community

Più che preoccupazioni, io nutro personalmente curiosità. Sono entusiasta di esplorare le potenzialità dell'intelligenza artificiale e sono in continua esplorazione del settore. Mi rendo conto che questo tipo di evoluzione tecnologica possa destare preoccupazioni penso però che sia importante sfruttare le opportunità quando si presentano. Questo ovviamente purché sia io a controllare la macchina e quello che genera, non viceversa.

Stella

Ruolo	Copywriter pubblicitaria.
Esperienza lavorativa	+17 anni.
Background	Copywriting.

Mansione svolta

Mi chiamo Stella e sono una copywriter pubblicitaria da tredici anni. Fino a cinque anni fa, in realtà facevo parte i un'agency, questo però a un cert punto non mi ha soddisfatto molto poiché limitava la mia creatività così ho deciso di diventare Freelance. Come freelancer del copywriting pubblicitario ho molte più possibilità di esprimere quello che penso, anche se dopo essermene andata dall'Agency ho scoperto che ci sono comunque limitazioni date dai clienti. Per quanto riguarda la collaborazione in team, io in genere mi reputo molto collaborativa e di solito mi interfaccio con gli art directors. La mia specializzazione poi conta che non è il copywriting tradizionale quanto piuttosto la produzione di concetti creativi per progetti di comunicazione più ampi. Alcuni esempi che ho svolto di recente, per dare un'idea, possono essere la produzione di copy per spot pubblicitari per la televisione oppure per eventi creativi. In un progetto pensa che ho dovuto contribuire producendo un testo per contribuire all'attivazione e per far si che i concetti associati potessero diventare creativi

e virali.

Interessi

Per quanto riguarda la user experience, non mi occupo direttamente dello sviluppo di siti o app, ma ho un interesse su come la comunicazione venga percepita dal pubblico. Sono consapevole che l'ingaggio del target è fondamentale e cerco di considerare il contesto in cui i messaggi vengono ricevuti. A volte mi capita di leggere di regole su come attirare l'attenzione in pochi secondi, ma trovo che il mio lavoro richieda una comprensione più profonda del pubblico e dei canali attraverso cui comunicano.

Awareness & openess to AI integration VS preoccupazioni

Faccio molto sovente uso dell'intelligenza artificiale. Uso in particolare ChatGPT come strumento per migliorare la mia produttività come quando scrivo le presntazioni. ChatGPT però, trovo che non sia in grado di generare idee creative come un'essere umano, non ha il pensiero laterale umano, quindi quando sto cercando idee per il naming chiedo a ChatGPT di proporre qualcosa. Se il risultato che propone coincide o è simile con il mio allora significa che anche il mio potrebbe rischiare di non essere abbastanza originale, per cui lo scarto siccome ci tengo all'unicità del mio lavoro.

Per il resto poi mi sento sicuramente preoccupata per il futuro del mio lavoro e che questo venga inglobato dall'IA.

Giusto per dare un'esempio, chi ad oggi fa solo scrittura SEO e copywriting di tipo meccanico potrebbe trovarsi in difficoltà. Per queste ragioni quindi, la mia speranza è che l'Ai continui ad essere considerata uno strumento e non rischi di diventare il sostituto della creatività umana.

Supporto e community

Sebbene non mi interessi particolarmente la formazione sull'IA, credo sia importante capire come utilizzare questi strumenti in modo efficace. Ho avuto esperienze in cui ho dovuto verificare le informazioni fornite da ChatGPT, poiché spesso l'IA può generare dati inesatti o inventare informazioni. La mia esperienza mi ha insegnato a essere cauta e a non fidarmi ciecamente di ciò che l'IA produce.

In conclusione, sono consapevole che il lavoro creativo è in continua evoluzione e che le intelligenze artificiali stanno cambiando il panorama. Tuttavia, sono convinta che la creatività umana e la capacità di pensare in modo originale rimarranno sempre al centro del mio lavoro.

Alessandro G.

Ruolo	Project manager, interior designer.
Esperienza lavorativa	+3 anni.
Background	Interior design.

Mansione svolta

Io ho studiato graphic design dopodiché sono stato incuriosito da Interior Design, mi sono specializzato in quello e poi ho iniziato al lavorare per uno studio di progettazione collaborando con aziende che collaboravano con l'ambito contract ovvero arredi su misura per abitazioni private. Io nello specifico mi occupavo della progettazione di questi arredi e queste commesse.

Quali progetti supervisioni di solito?

Ovviamente supervisiono più che altro progetti d'interni che possono andare dal progetto per il ristorante alle ville di persone molto facoltose. Oltre a questo, poi ci possono essere anche cose più piccole come mobili singoli e mobili particolarmente complicati come mobili in Mongolia. In quel caso ho progettato l'intero ambiente dai mobili della cucina al bagno e così via.

I progetti in genere possono essere vari, dal più semplice al più complesso.

Interessi

Sei specializzato in qualcosa nel dettaglio? Ti senti forte in qualcosa in particolare?

Collaboro molto con la parte di falegnameria in quanto parte operativa nella produzione di mobili. Da qui la mia specialità è risolvere tutta quella serie di problemi tecnici che man mano si sono presentati e in particolare nel dialogo tra professionisti. Un esempio può essere il dialogo tra verniciatori, vetrai e professionisti di varia natura ammessi e connessi a un progetto.

Poi quanti e quali professionisti vengono coinvolti dipende dal budget, un lavoro da €100.000 avrà un grado di coinvolgimento diverso da uno da €1.000.

Oltre a questo, ci possono essere anche dei limiti tecnici per la quale quando realizzi un qual cosa che deve stare al centro della stanza devi rispettare le normative architettoniche, collaborare con gli architetti, ingegneri strutturalisti e così via. Ci sono un sacco di normative, un sacco di vincoli strutturali e i limiti di misure per la quale quello che funziona sulla carta non è detto che funzioni anche nel concreto. Per esempio, il muro che non è in bolla piuttosto che le fasi di cantiere approssimative le prese di corrente, eccetera. Da qui quindi il concetto è più uno fa un lavoro preciso in fase preliminare, maggiori saranno i risultati dopo.

Quali sono le strategie più efficaci per mantenere un progetto in carreggiata?

In genere il metodo è essere flessibili poiché molto spesso in fase teorica si pensano le cose in un modo ma la gente

che poi le deve realizzare ha dei limiti più concreti come i macchinari che possono realizzare i componenti solo in un determinato modo piuttosto che dei vincoli rispetto all'attrezzatura. Ad esempio un po' di tempo fa mi è capitato di fare la Boiserie di un determinato tipo ma, una volta non si trova il pantografo che può realizzarla, un'altra la tavola è troppo lunga per le misure possibili. In genere l'idea è quello di trovare un compromesso tra il cliente e l'artigiano. Tra l'altro il cliente molto spesso non è neanche quello finale ma lo studio di progettazione che magari può collaborare anche lui stesso con l'artigiano.

Segui un metodo esatto per creare questo dialogo tra cliente e artigiano?

Ma il metodo è sempre più o meno lo stesso, fai un progetto, chiedi il feedback all'artigiano, dopodiché si affina il progetto per evitare ulteriori disguidi. Finito questo passaggio poi si va in produzione in cui come ti accennavo prima possono saltare fuori altri imprevisti ma il metodo è sempre questo. Dopodiché si va a fare un sopralluogo, si prendono le misure e si fa tutto il progetto su misura.

Una volta che è stato prodotto il tutto c'è la fase di montaggio che di solito presenta sempre delle incognite perché il montatore non monta come dovrebbe, alcune misure potrebbero non essere state date correttamente e così via.

Quali softwares usi?

Il pacchetto office ad esempio per fare le presentazioni e Vray assieme a Maya per i render o Sketchup per fare i modelli 3D. Oltre a questo Catia e Solid works per fare le

simulazioni 3D.

Sketchup in particolare mi piace poiché è più intuitivo per far vedere i modelli al cliente e da già un'idea di textures e colori. Ho anche usato Rinocerhos quando ero nello studio e all'università ma non più qui.

Oltre a questo, ora come ora comunque utilizzo Autocad, Sketchup e dei softwares specifici per i macchinari a seconda delle lavorazioni che devono essere fatte.

Awareness & openess to AI integration

Io in genere non ho conoscenze dell'AI, conosco amici che lavorano nel settore della grafica e usano ChatGPT per la parte di Copy-wrighting o per creare grafiche più velocemente... in genere io nel mondo dell'Interior non l'ho mai usato ne, ne ho mai sentito parlare.

Per il management del team esistono alcune soluzioni AI, ne fai per caso uso?

Non ne faccio uso, so che esistono softwares per l'ottimizzazione dei rendering con l'AI ma io personalmente no. Oltre a questo so che ne esistono altri per prendere le misure più velocemente e da un inizio di progettazione e/o incrementa l'efficienza di produzione dei render.

Alcune applicazioni dell'AI sono il generative design e l'ottimizzazione topologica, li conosci e nne sentiresti la necessità?

Possono essere molto utili però solo su certi campi, sul campo dell'arredamento non tanto, dipende dal materiale. Finché su materiali plastici e metalli puoi ottenere quello che vuoi ma su legno e pietra è più difficile, questi sono materiali più vivi. Per quello che ne so, sarebbe

necessario avere degli stampi ad hoc che sicuramente permetterebbero di avere risultati molto più avanzati ma per assemblare una scrivania tutto ciò è fine a se stesso. Non coglierebbe in genere le difficoltà che affronto di solito.

Ma quindi cosa sai esattamente delle AI per il team management?

Io personalmente non le uso però devo ammettere che ne sarei interessato. Personalmente il lavoro prendere molto tempo e avere un'AI che ti permette di salvarne un po' per dedicarsi alla vita privata non sarebbe male. Un'altra cosa che mi viene in mente è che già da un po sto pensando di mettermi in proprio. Quando inizi un'attività però molto spesso non hai molti fondi e avere uno strumento che ti semplifica la vita darebbe un grande aiuto. Questo in particolare se sei da solo o hai un team piccolo e ti trovi a gestire molti aspetti tra cui la contabilità per la quale molto spesso ti devi appoggiare al commercialista.

Mentre invece la comunicazione e la gestione del tempo?

La comunicazione con i clienti, secondo me, è una cosa molto personale e l'AI in questo caso mi sembra un pò una forzatura. Per quanto riguarda l'organizzazione invece, quello sicuramente può aiutare: ad esempio se devi sistemarti degli appuntamenti o hai un'agenda molto fitta sicurante l'AI può aiutare. Un altro ambito in cui potrebbe essere molto utile, ad esempio, è nei vuoti di magazzino in questo caso va a togliere costi e perdite all'azienda riducendo i rischi correlati; in ogni caso tu l'inventario di cosa hai a magazzino lo devi fare e se sbagli hai ritardi perché devi riordiare il pezzo, costi per riacquistarlo...

in genere questo è tutto un cane che si morde la coda perché se questo è gestito nel modo corretto vai a sveltire il tutto.

Preoccupazioni

Per me si e no, non sono molto preoccupato. Fossi solo un renderista che fa solo quello ti direi che sono preoccupato ma essendo il mio, comunque, un ambito tanto creativo mi sento tranquillo. La relazione con il cliente come ti dicevo prima, secondo me, non la può svolgere l'AI. Certo, se l'AI fosse in grado in poco tempo di dialogare con il cliente, realizzare un modello e in poco tempo inviarlo alla produzione sarei tagliato fuori ma ad oggi, su quello che è l'aspetto creativo, secondo me, ci va sempre la componente umana.

Dato che Alessandro era abbastanza tranquillo e interessato, propongo un qualcosa che potenzialmente potrebbe sostituire il suo lavoro per comprendere come reagisce e all'atto pratico quali criticità ci potrebbero essere.

Ma io tutta questa paura dell'intelligenza artificiale non la vedo, anzi, se la sai sfruttare nel modo giusto sei più avvantaggiato: in uno studio in cui magari lavorano in due persone che può ottenere quanto uno in cui magari sono in venti che non conosce quello strumento AI, sei comunque avvantaggiato. Può dare lavoro anzi quando non hai i mezzi per avere tutto il personale. In ogni caso per avere 20 dipendenti devi avere una struttura in cui farli lavorare, pagare gli stipendi e avere comunque un introito costante per far funzionare il tutto.

L'idea per me comunque è che l'AI da un modello di base

ma poi sei tu che lo devi personalizzare in ogni caso per andare in contro alle necessità del cliente e se l'AI può aiutare nelle fasi iniziali di creazione, ben venga.

Anzi, ora che me ne hai parlato voglio e spero di poter comprendere di più di queste cose.

Ma quindi, anche se normalmente lavori su CAD e queste cose le progetti quotidianamente, non hai paura di perdere il lavoro?

No anzi, mettendoci di meno, posso osservare prima il risultato e notare delle cose che ad occhio nudo non sarebbe possibile notare. Per farti capire, a livello di impiantistica io non sono molto specializzato ma se anche solo inserendo pochi parametri, il risultato ne tiene comunque conto anche solo per una bozza preliminare facendo le cose in modo che il progetto nel complessivo sia consistente, è meglio.

Supporto e community

Ma, secondo me, ci potrebbe stare Linkedin o Instagram per tutta quella che è la parte grafica. Per me in genere i social network e sul web in generale nello specifico per comprendere come interagirvi.

Chiara

Ruolo	Senjor UX Designer.
Esperienza lavorativa	+16 anni.
Background	UX Design, Web content.

Mansione svolta

Principalmente l'agency per cui lavoro, si occupa della progettazione per la pubblica amministrazione. Come azienda abbiamo proposto e proponiamo servizi di varia natura, in questo periodo in particolare però stiamo facendo dei configuratori.

Potrei chiedere esattamente quali mansioni svolgi?

Fondamentalmente mi occupo di tutto tranne che della ricerca utenti, per quello ci sono già gli strategist.

Interessi

Ho una metodologia piuttosto lineare, parto dai requisiti dei prodotti già esistenti o da quelli che si desidererebbero dopodiché ne progetto di nuovi sulla base del dialogo con lo strategist, Dopodiché attraverso il benchmark si trovano le best practices.

Quali sono i trend della UX che ti aspetti si diffondano di più in futuro? Quali tra questi ti entusiasmano di più?

Ma se devo essere sincera, secondo me, sono un po' le stesse cose che ho appreso 8 anni fa, non penso

che il settore possa cambiare di molto. Il senso è che inclusive design e accessibilità devono essere al centro. Fondamentalmente questo si traduce in proporre una user-experience che deve essere sempre accessibile.

Ad ogni modo, se si dovesse essere più specifici, io spererei che l'inclusive design fosse quella cosa sulla quale la gente tenda a focalizzarsi ancora di più. Sia chiaro, non intendo solo le disabilità a cui tendo a fare riferimento di solito (fisiche o di età) ma anche altre come per esempio l'autismo che possono comportare anche aspetti come ansia. Il design però purtroppo non contempla questo aspetto.

Awareness & openess to AI integration

Io ho iniziato a sperimentare con gli algoritmi alla base dell'AI qualche anno fa, nel lavoro precedente che svolgevo. Allora per il mio lavoro avevo sviluppato un'intelligenza artificiale contro il bullismo. Quello che penso tuttavia è che l'intelligenza artificiale attuale è che non sia una vera e propria AI quanto ancora un tool. Se si dovesse rapportare il settore all'hype cycle secondo me infatti stiamo scendendo ora nella disillusione: ora in genere si sa già come fare a mano a mano ci si sta rendendo conto che l'AI per alcune cose è negata.

Per altre cose invece, se sono negata per programmare il sito, chatGPT lo può fare per me.

Per altre cose invece l'AI se non le so o vorrei una verifica, le può controllare per me.

In genere ora, se cerco delle informazioni, non devo

più andare su Google e consultare le fonti una ad una, chiedo le stesse cose a chatGPT e dopodiché vado e verifico. Sarebbe ancora più interessante però se fosse un'assistente con dell'etica. Uno dei grossi problemi, secondo me, e l'etica di come vengono utilizzati i dati proposti dall'AI.

Come integreresti l'AI nel tuo processo di lavoro? A parte ChatGPT e strumenti copilot per la programmazione, prevederesti altri utilizzi?

Diciamo che il mio processo tipo potrebbe coinvolgere la sitemap. Un esempio potrebbe essere che io gli dica il sito, quali contenuti voglio e da li poi potrei scostarmi leggermente ma l'AI mi avrebbe tolto varie ore di lavoro.

Una delle best practices ad esempio potrebbe essere che l'AI mi dà un menù e io decido se mantenere il precedente o integrare quello generato.

A proposito dell'ideare invece? Avresti piacere di un supporto in tal senso?

Mi fa piacere generare nuovi contenuti però oltre un certo punto, dopo un certo numero di progetti ti rendi conto, ad esempio, per la sezione news che i contenuti sono sempre gli stessi quindi chiederei a ChatGPT di generarli per me. Se guardi su Behance o Awwards, per esempio, ti puoi rendere conto che si sta andando verso un'uniformazione di stili e per la quale molte volte i componenti di una piattaforma web sono gli stessi.

In tal senso quindi lascerei tutta la parte più creativa alla UI e per quello che riguarda la parte pratica e cognitiva mi concentrerei solo agli elementi focus del sito.

Preoccupazioni

Quindi sulla base di queste informazioni quali sono le AI con la quale ti sentiresti più a tuo agio? Quali sono invece quelle che se subentrassero ti metterebbero a disagio?

Le AI al giorno d'oggi è assolutamente impossibile che possano sostituire un progettista. Qualcuno che non abbia minimamente idea di cosa sia la UX potrebbe pensarlo, ma poi si ritroverebbe con le immagini generate dall'AI di qualcun altro. In ogni caso ci deve essere sempre una parte umana che deve andare a filtrare quello che pensa l'AI.

Se proprio dovessi avere una paura riguardo che l'AI mi sostituisca è che io come tipo di ruolo tengo a valere molto di meno. Nello specifico partendo dal presupposto che a me piace molto disegnare, la mia paura è che adesso dovrei reinventarmi molto di più intellettualmente pensando alla UX come una parte che può essere fatta dall'algoritmo.

L'idea in genere comunque è sempre quella di avere l'AI come se fosse un segretario. Io per esempio sono una persona particolarmente pessima nell'utilizzo di outlook e avere un supporto dell'AI in tal senso mi sarebbe molto utile.

Il mio problema però è di chi si vorrebbe approfittare dal punto di vista etico di come viene usata l'AI.

Dimitrji

Ruolo Junior UX Designer.
Esperienza lavorativa +1 anno.
Background Graphic design, UX design, assistenza tecnica.

Mansione svolta

Sono un Junior UX Designer con un percorso di tipo misto tra l'essere artista e designer. Dal loro dialogo infatti, ho sviluppato un metodo ibrido in cui anche quando uso softwares di Adobe come Illustrator, applico sempre la componente creativa tipica dell'artista che mi ha interessato.

Non molto tempo fa poi, sono entrato in contatto con il significato della User Experience e mi sono iscritto ad un corso universitario nel settore a Milano. Il focus dell'attenzione in questo corso si è quindi spostato tra le nuove tecnologie e il design.

Interessi

Sin da quando ero piccolo la mia formazione e stata per metà nel settore IT per metà nel settore delle belle arti, cosa che ancora adesso mi interessa.

In particolare, nelle belle arti, gli aspetti che mi hanno interessato sono ad esempio scultura e pittura. Questi nel tempo hanno influenzato profondamente il mio metodo

ed anche quando ho imparato a usare e lavorare con il computer, hanno fatto si che la funzionalità passasse un po' in secondo piano.

Quali trend dell user-experience segui? Su cosa ti interessa concentrarti maggiormente?

Principalmente mi interessa la user-interface poiché mi piace progettare, non dimentico però il lavoro in background poiché senza una buona ricerca un progetto è solo fine a se stesso.

Awareness & openess to AI integration

La mia conoscenza dell'AI è piuttosto limitata, di solito uso vari softwares da Midjourney a ChatGPT (in genere quelli più consolidati) per creare una base progettuale con delle buone references su cui lavorare. L'AI però è in genere un tema delicato, personalmente non sono ne pro ne contro: ha una buona potenzialità ma bisogna comprendere come sfruttarla al meglio senza farsi soggiogare.

In sintesi, quindi, se dovessi usare l'intelligenza artificiale, per cosa ti interesserebbe?

Il punto è la congruenza: come utilizzarla? C'è chi vuole avere una buona base su cui lavorare, chi vuole sacrificare anche le mansioni più pratiche e ci può comunque stare. Secondo me il discorso è quanto si è disposti a sfruttarla per arrivare all'obiettivo.

Potrei chiederti in tal senso, se te la senti, quanto ti tocca il piano etico per quanto riguarda l'intelligenza artificiale?

Su una scala da uno a dieci almeno otto. Molte intelligenze artificiali al giorno d'oggi nascono per semplificare il

lavoro progettuale e se le compagnie cercassero questi tools anziché richiedere il lavoro dei progettisti potrebbe sorgere qualche problema: quanto gli interessa alle aziende della qualità del prodotto offerto a discapito del costo?

Se fossi un cliente interessato ad avere un servizio di AI a supporto del tuo lavoro, cosa ti aspetteresti di vedere nella trasparenza dei dati, quello che ti viene detto? Cosa ti servirebbe per poterti fidare?

Per me basterebbe una sola cosa: maggiore trasparenza a livello analitico durante la fase di esposizione dei dati richiesti.

Avere dei dati esposti senza troppe complicazioni e con fonti citate in maniera chiara. Questo da un altro punto di vista potrebbe far piacere a tutti:

lato utente – sa quanta affidabilità dare alle informazioni,

lato fornitore – viene dimostrato che le informazioni proposte hanno maggiore congruenza,

lato utente che fornisce le informazioni – ha anch'esso maggiore visibilità.

In genere comunque l'idea è di avere/fornire dei dati che si sa siano utili al prossimo e questo fa piacere.

Rispetto al copyright alcune persone potrebbero venire oscurate rispetto ad altre, come tratteresti questo problema?

Il tool elabora tutte le informazioni in rete e le 'mixa', è a seconda della scelta di parole effettuata dall'utente, come quello che capita su Google.

Preoccupazioni

In genere la mia preoccupazione principale è il copyright, già in passato ho avuto problemi simili, ed ero arrabbiato per questo. Avere invece un tools che giustifica le informazioni date con delle fonti mi sembra più rassicurante.

Dal punto di vista dell'immagine il discorso è più o meno lo stesso: se designer devo inserire delle immagini generate con l'AI, avere la sicurezza che non rischiano problemi di copyright fa piacere.

In tal senso sarebbe bello avere un qualcosa come il codice della blockchain per gli NFT che tutela le creazioni.

Quali aspettative hai dell'AI? Dove ne percepiresti maggiormente la necessità? Dove invece non vorresti impiegarla?

In genere avrei più piacere di usarla per documenti/report e tutta la parte amministrativa ma sicuramente non per la parte creativa

Supporto e community

Siamo verso la fine dell'intervista, arrivati a questo punto pensi ci siano argomenti che non abbiamo trattato?

Nessuno in particolare, c'è da tenere conto però che il settore dell'AI è in costante evoluzione per cui fornire anche la formazione è qualcosa di imprescindibile.

Quali canali di formazione pensi siano più adatti a te come progettista?

Ad esempio, i social, avere dei content creator che con un approccio pratico e in poco tempo mostrano come

usarli potrebbe essere una soluzione efficacie; c'è da fare attenzione però che questi video non siano troppo lunghi. Se ad esempio vengono creativi dei video di un'ora la fruizione e la comprensione sono più difficili.

In alternativa, se non sono direttamente tutorial, potrebbe essere interessante avere anche dei video interattivi o proposti come forma di coinvolgimento.

Giorgia

Ruolo Graphic designer.
Esperienza lavorativa +2 anni.
Background Graphic design.

Mansione svolta

Io sono una grafica pubblicitaria principalmente, per cui lavoro principalmente per le grafiche di sponsorizzazione sui social, grafiche stampate (flier, volantini, banner, etc...) e/ grafiche stampate di varia natura come per i libri.

Tra le mie competenze eventualmente ci può essere anche la realizzazione di piccoli video/short con copy annessi.

In alcuni casi mi potrebbe essere anche chiesto di fare foto ad hoc in base alle necessità.

In genere però le mie mansioni sono sempre racchiuse nel contatto con i clienti per cui è importante anche la relazione B2B.

Per quanto riguarda la collaborazione in team invece?

Io al momento non ho un team, sono di solito io e chi mi da istruzioni. L'unico team con la quale ho collaborato di recente è uno per la reazione di siti web diviso tra copy wrighter, UI/UX designers e sviluppatori.

Il lavoro in team quindi, in genere, è più sporadico. E' un lavoro complicato poiché il modo di ragionare di un illustratore non è quello di uno sviluppatore. La comunicazione in tal senso è sicuramente importante ma è più difficile da gestire: lo sviluppatore fa sempre lo sviluppatore, io come freelance mi occupo di molte altre mansioni trasversali.

In particolare, lavorare con gli sviluppatori è complicato poiché se io ragiono ad esempio per icone, loghi e colori, lo sviluppatore ragiona per box, codici e misure.

Potrei chiederti quali strumenti usi di solito?

Da parte Adobe, conosco Photoshop, Indesign, MediaEncode e tutti gli altri. E' anche vero però che quando conosci un programma della gamma di adobe, questi sono molto simili per cui poco a poco li conosci tutti. Per siti web utilizzo figma mentre invece c'è tutta una gamma di strumenti che in genere cerco di non utilizzare mai siccome li uso per produrre video 'stupidi'.

Interessi

Come incorpori l'iter creativo nel processo di progettazione quando cerchi delle ispirazioni?

Tutto dipende dalla base di partenza che ho. Alcune volte l'utente arriva con le idee già chiare in mente sapendo quello che vuole avendo già scritto le informazioni chiedendo dove e come presentarle; in questo caso il processo creativo non esiste perché sai già cosa fare. In altri casi invece, ad esempio un progetto che ho fatto di recente contro la violenza sulle donne, ho cercato di usare dei colori tarati su quello che la gente conosce.

In sintesi quindi se ho un idea a livello teorico cerco di andarla a sviluppare, se non le ho faccio la 'ricerchina' online e vedo quello che viene fuori. In alternativa chiedo a chatGPT e osservo quello che viene fuori.

Quindi hai innanzitutto la necessità di chiarirti le idee tu, comprendere quello che ti serve e solo in un secondo momento chiedere all'intelligenza artificiale?

Si ci sono dei casi in cui l'intelligenza artificiale non sa quello che vuole, ad esempio di recente mi è stato chiesto di fare una locandina per la serata del clarinetto. Io faccio la locandina ma poi quando lo do al cliente viene fuori che l'immagine che ho inserito non era effettivamente un clarinetto ma un altro strumento che mi sembrava simile. In genere quindi si, prima metto il mio e poi quando non sono sicura chiedo all'intelligenza artificiale.

Awareness & openess to AI integration

Esattamente per cosa utilizzi l'intelligenza artificiale?

In genere mi affido a DALL-E nella generazione immagini per due ragioni differenti: o quando i clienti fanno richieste molto complesse ma anche molto personalizzate di modo da ridurre i tempi oppure quando voglio cercare di capire io quali immagini mi serve inserire nel progetto.

Dopo che ho una prima idea quindi chiedo all'AI un processo di rifinitura e con quello da informazioni anche molto precise come i codici colori.

Una delle funzionalità più convenienti però è che mi possono essere fatte richieste anche molto specifiche come il cantante sulla botte di vino con lo sfondo di un

certo tipo, etc.... cercare queste immagini su internet e ritoccarle per le proprie necessità costerebbe troppo tempo, chiedere all'AI di farlo invece abbatte i tempi rendendo sostenibile il costo.

Ci sono però ancora dei limiti importanti nella generazione delle immagini, molto spesso ci sono degli errori che rendono efficacie l'utilizzo solo dei dettagli in cui l'errore stesso è minimo. E' comunque richiesto di fare dei post-editing ma è conveniente poiché ci si mette di meno, non si deve pagare il copyright e il risultato è comunque presentabile.

Se si prendono poi in considerazione anche le correzioni richieste dal cliente o i costi non poco rilevanti dei softwares, figuriamoci.

Quindi nel concreto qual è la tua conoscenza del settore AI?

Io vivo assieme ad uno sviluppatore ed è qualcosa che ho capito, ho partecipato anche a degli eventi a riguardo. Il problema e in che dose usarla, a seconda del tipo di lavoro che c'è da fare può essere richiesto l'uno o l'altro tipo di risultati.

Potenzialmente può essere usata in qualsiasi misura, se per esempio si fa brainstorming da delle ispirazioni, non ti sta facendo il lavoro.

Preoccupazioni

In genere non sono preoccupata dell'AI, la grafica non è come scrivere un testo: la grafica è un insieme di tante cose che vanno valutate con la testa. Se l'AI viene allenata per una serie di mansioni è dura che faccia il volantino

esattamente come gli dico io.

Se proprio ci dovesse essere una preoccupazione, quindi, è proprio questo: fare tutto quello che fa ad oggi un grafico.

In che cosa ne avresti invece necessità?

Ad oggi le immagini generate con AI hanno sovente errori, è palese che siano fatte con l'AI e altri errori di questo tipo, avercele però come ho detto prima potrebbe essere utile.

E delle intelligenze come la generazione audio ad oggi molto usate ad esempio sui social?

Io personalmente la vedo come una cosa molto positiva, ad oggi sono poche le persone che hanno voglia di mettersi si e fare le cose come si deve. Su questo ci sono anche delle realtà che fanno dei veri e propri avatar con voci e immagini inesistenti ma che sembrano reali, questo evita tutta la fatica nel dialogo con gli esperti.

Questo avatar con gli stessi movimenti e voce una volta diceva le cose in cinese, una volta in tedesco, è una cosa lontana ma possibile.

Quali risultati speri di ottenere nel support dell'AI nei confronti dell'illustratore/graphic design in futuro?

Sicuramente il fatto di reperire informazioni inerenti a quello che mi serve che mi permette maggiore velocità nel lavoro, oltre a questo anche la possibilità di avere grafiche in più formati e eventualmente anche grafiche di mockup. Molto spesso le aziende chiedono una serie di servizi aggiuntivi che so come fare ma sono lavoro in più

e avere un tool che fa queste cose renderebbe il servizio offerto molto più facile. Questo permetterebbe di fare più cose e meglio, avendo qualcosa (l'A) che si occupa di fare quello che faresti tu mentre tu ti occupi di altro permette di ampliare l'offerta.

E la generazione di vettoriali? In questo ambito ci sono già dei servizi dedicati.

Si ma non sono in grado di fare tutto il lavoro di organizzazione alla base. Il colore in una determinata cartella, le immagini in un'altra... in genere avere già il lavoro organizzato come quello che ti servirebbe comunque fare con illustrator o Indesign non è possibile realizzarlo con l'AI e questo costa tempo.

Ad oggi l'AI ti può dare il file grafico ma tutto il lavoro che c'è sotto quello al giorno d'oggi no.

Per quanto riguarda le AI gestionali invece? Cosa ne pensi? Sarebbe utile per te?

Io sono sincera, non l'ho ancora implementata semplicemente perché non ho una mole di cose così grande da dire che mi serve un assistente. Non è una cosa di cui ho bisogno per cui mi segno semplicemente le cose sul calendario, conosco una struttura in cui l'AI è molto più implementata e queste cose succedono ma ti parlo di una struttura con 50 persone ed è in questo caso che può essere utile.

In sintesi, anche supponendo che avessi una mole di lavoro di 15 ore al giorno, dubito comunque che sarebbe necessario nel mio contesto.

Supporto e community

Cosa potrebbe essere necessario, secondo te, nell'ambito nella grafica per poter accettare il concetto di AI come qualcosa che serve?

Secondo me non ha senso svilupparla dal punto di vista gestionale siccome sarebbe troppo dispendioso, si può fare accettare invece se si vede che ci si mette meno tempo a stessa o superiore qualità: tu mostri i risultati prima e dopo e dal confronto le persone comprendono.

In che modo proporresti la formazione per il settore dell'AI?

Secondo me sarà a partire dall'università e da Linkedin, questo perché tutte le persone che seguo ormai masticano solo più intelligenza artificiale. In modo meno serio invece anche social come facebook, instragram, etc.

Non c'è da dimenticare però siti dedicati che rilasciano certificazioni presso la loro sede.

In genere secondo me non c'è un solo canale, c'è ne sono molti e per questa ragione sta al cliente scegliere quello che preferisce.

Sul come fare progettazione invece, dipende, per la programmazione di base alla fine cosa vuoi fare oltre alla programmazione? Quello è e non ha senso fare di più.

Valeria

Ruolo Copy e content writer.
Esperienza lavorativa +35 anni.
Background Writing, copywriting, content writing, digital writing, social writing, communication & strategy, web project management.

Mansione svolta

Nel mio lavoro di content designer e consulente, ogni giornata è diversa e si plasma sulle esigenze dei progetti che seguo. Non ho una routine fissa, perché da libera professionista mi trovo spesso a cambiare processi e modalità operative, sempre alla ricerca di originalità. Il mio metodo parte quasi sempre da un'attenta fase di benchmark: analizzo la concorrenza, studio il linguaggio, le rappresentazioni semantiche, il tono di voce e il posizionamento comunicativo degli altri, sia diretti che "di sponda". Da questa analisi, passo a una sintesi creativa, proponendo ai clienti strategie comunicative distinte e innovative, capaci di differenziarli. La creatività è centrale: mi affido a brainstorming, pensiero laterale e, quando possibile, a un confronto di gruppo, anche se ora molto spesso lavoro da sola. Sono nata professionalmente come un'artigiana digitale negli anni '90, quando la letteratura sul digitale era scarsa e tutto veniva sperimentato e inventato giorno per giorno. Ho avuto la fortuna di guidare team strutturati in agenzia, dove si dava grande importanza alla fase pre-progettuale, e di seguire progetti

pionieristici per grandi aziende come F*****o e B*****a, dove i contenuti digitali venivano creati e declinati per mercati internazionali, curando ogni dettaglio: dalla scrittura dei nomi dei personaggi Kinder alla relazione fra di loro, fino alla traduzione in decine di lingue diverse.

Interessi

Sono una persona curiosa, con un background nelle arti figurative. Questo mi ha portato ad avere un approccio particolarmente sensibile alla materia della parola e della creatività. Mi interessa molto tutto ciò che riguarda il pensiero laterale, la capacità di vedere le cose da prospettive inedite, e il problem solving creativo. Ho sempre amato i percorsi di formazione che aiutano a liberare la mente dal giudizio, a decondizionarsi e a improvvisare, come mi ha insegnato una filosofa durante un percorso in agenzia. La mia passione per l'inclusività si riflette anche nel linguaggio che uso: cerco sempre di essere neutra, senza stereotipi di genere, e di rendere i contenuti accessibili a tutti, dalla casalinga di Voghera all'ingegnere che vuole la macchina elettrica. Sono attivista sui temi del femminismo e mi interessa molto la questione dell'etica nella tecnologia e nella progettazione, convinta che serva più presenza femminile anche nell'intelligenza artificiale per renderla meno schiacciata su una prospettiva maschile.

Awareness & openness to integration

Ho assistito in prima persona all'evoluzione del digitale: dalla sperimentazione pura degli anni '90, dove la creatività era regina, al progressivo arrivo dei dati, della SEO e, in tempi più recenti, dell'intelligenza artificiale.

Ho imparato a integrare le nuove tecnologie nel mio lavoro, adattando le competenze acquisite alle richieste del presente. Per esempio, ho contribuito a istruire chatbot, lavorando a stretto contatto con UX designer per anticipare i bisogni e il linguaggio degli utenti, modellando le risposte su misura e con attenzione ai diversi livelli di istruzione e alle possibili difficoltà di comprensione. Sono convinta che l'intelligenza artificiale abbia un grande potenziale, soprattutto nel facilitare le attività più ripetitive e procedurali come l'editing dei testi, la correzione o la raccolta di benchmark. Non mi spaventa che lo scandaglio delle informazioni venga fatto da una AI: la qualità e il giudizio umano rimangono comunque insostituibili. Anzi, mi piacerebbe che la formazione su questi temi venisse fatta proprio dall'intelligenza artificiale stessa, magari tramite avatar o chatbot avanzati, capaci di spiegare direttamente i propri meccanismi.

Preoccupazioni

La vera paura, se così posso chiamarla, non è tanto essere sostituita dall'intelligenza artificiale, ma piuttosto perdere quel pezzo di umanità che ci rende unici. Non credo che la creatività vera, l'intuizione, il colpo d'occhio che ti fa vedere una cosa da una prospettiva mai esplorata, possano essere replicati da una macchina. L'AI, per ora, è una brava scolaretta: elabora quantità infinite di dati, ma la qualità resta nelle mani dell'essere umano. Mi preoccupa il rischio che l'AI venga usata per automatizzare anche le parti più creative, svuotando di senso il nostro lavoro e rendendolo sterile. Allo stesso tempo, vedo un abuso spropositato delle AI fra i giovani, che rischiano di perdere la capacità

di scrivere, pensare, risolvere problemi in modo autonomo. Spero che l'umanità sappia mantenere il controllo e che l'AI venga usata per alleggerirci dalle fatiche ripetitive, non per spogliarci della nostra intelligenza emotiva e creativa. Ho anche molte riserve sull'attuale bias maschile delle AI e auspico una maggiore presenza femminile nella progettazione per rendere questi strumenti più equi e rappresentativi.

Supporto & community

Ho sempre lavorato sia in gruppo che da sola, e riconosco il valore del confronto, del team, della contaminazione di idee. Mi sento parte di una comunità di professionisti e attivisti che crede nell'importanza dell'etica, della creatività e dell'inclusione. Partecipo a workshop, progetti europei e incontri dove si discute di digital resilience, di come aiutare i gruppi vulnerabili a prendere dimestichezza col digitale, e di come far prevalere l'aspetto umano anche nell'innovazione tecnologica. Mi piace condividere esperienze, riflessioni e strumenti con le nuove generazioni e sono sempre aperta a imparare da chi porta punti di vista diversi dal mio. Alla fine, credo che piccoli passi ma fermi, la lentezza e la cura nei dettagli siano ciò che premia davvero, più di qualsiasi corsa all'ultima tecnologia.

Laura

Ruolo Project manager.
Esperienza lavorativa +2 anni.
Background Product management, product design.

Mansione svolta

Ho studiato disegno industriale nella laurea triennale, design sistemico nella laurea Magistrale con di tanto in tanto piccole esperienze di management e poi però quello che mi sono resa conto mi interessava veramente erano i processi, quindi, ora sono molto concentrata sulla gestione dei progetti e in particolare ho il ruolo di Production Manager.

Il processo è quindi che un cliente arriva da noi con un progetto in mente e noi c'è ne prendiamo cura fino allo sviluppo del prodotto finale. Nello specifico ci concentriamo sulla produzione di imballaggi industriali e per le macchine.

Quindi esattamente dov'è il tuo focus?

Diciamo che ci occupiamo anche di tutta la parte del materiale così ci assicuriamo maggiore sostenibilità e dello sviluppo del prodotto. Per farti capire, come me c'è anche un altro designer sistemico che assiste l'utente, in caso questo non arrivi con un modello 3D già fatto, per eseguire un processo di co-creazione con lui/lei.

Successivamente si sviluppa questo prodotto prendendo a riferimento tutto ciò di cui lui ha bisogno.

In ogni caso, il lavoro che faccio qua ruota attorno al materiale principalmente, i fornitori ci danno delle schede, su quelli facciamo dei testing interni con delle campionature e una volta che i risultati ci soddisfano li avviamo alla produzione. Questo perché molto spesso nel 3D abbiamo in mente una forma ma se poi andiamo a realizzare lo stesso componente nella termoformatrice ci possono essere dei vincoli fisici o di deformazione che lo impediscono.

...

Interessi

Come gestisci di solito la comunicazione?

Come ti ho accennato, io sono la Production Manager per cui ho la responsabilità della produzione dell'azienda. Per questa ragione devo prima capire come lavora ciascuno dei dipendenti, parlare un po con loro per coinvolgerli in base al numero di pezzi da fare e in base a questo faccio una sorta di media giornaliera. Loro con questo vedono quanti pezzi fanno e se qualcuno non lavora sanno chi e perché. C'è poi ogni tanto il problema che la vedono come una gara, per cui assieme si ragiona sul perché uno fa più pezzi di altri e sulla base di questo anche gli altri magari ne possono trarre ispirazione. Per cui il discorso è capire cosa fanno rispettivamente i loro compagni e come possono imparare a vicenda l'uno dall'altro.

Un'altra cosa che si sta sviluppando dal punto di vista

comunicativo è fare unna riunione una volta a settimana di tutti i progetti in cui si fa il conto di quanti prodotti vengono ordinati e poi tutti assieme se ne discute.

Awareness & openess to AI integration

Ma guarda, quando è uscito ero una delle persone che diceva 'no io non userei mai questo tool' poi sono arrivata alla tesi e dopo aver imparato ho compreso che è un qualcosa che impara con te, non la puoi usare se tu per primo non sai cosa vuoi altrimenti non saprai con quali parole ottenere i risultati che ti servono. Prima ero un po' impaurita come ti dicevo perché pensavo che ci rovinerà tutti ma dopo averlo provato devo ammettere comunque che è una cosa pazzesca.

Quali esperienze hai già avuto con l'AI?

Ho dei colleghi che sono musicisti e mi hanno chiesto se conoscevo qualcosa quindi ci siamo messi li è ho trovato Aiva, un software di generazione musicale. Ho provato questo poi anche una che genera le immagini, ChatGPT e quella di Adobe presente su Photoshop che tu gli scrivi cosa vuoi sia fatto e l'AI te lo fa in automatico.

Comunque, se devo essere sincera, una volta che ho provato queste cose sono diventata molto più aperta all'uso dell'AI. Poi una cosa che sarebbe interessante per il mio settore, non so se conosci Grasshopper di Rhinoceros, però sarebbe qualcosa che permette di configurare senza usare dei numeri. Per cui, se Grasshopper ti permette già di personalizzare un oggetto, sarebbe molto bello che un'AI personalizza il componente in base al processo e in qualche click tu, davanti al cliente puoi già vedere la

differenza. Rendendo più veloce questo processo tu puoi comprendere se i processi che hai pensato hanno senso o se ci sono altre cose che non hai visto prima.

Quindi stiamo parlando di Digital twin e automazione di processi industriali di cui sareste interessati?

Si però tieni conto che il nostro processo è comunque più manuale e meccanico. Per farti capire, ci sono delle macchine ma è una persona che configura tutti i robot e li controlla. Per cui sarebbe poco fattibile per le nostre dimensioni.

Preoccupazioni

Come ti ho accennato, quando era appena uscito ChatGPT ero molto titubante perché ho visto interi documenti ti tesi fatti con ChatGPT di persone che si sono anche prese il massimo dei voti li al Design Sistemico del Politecnico di Torino. Poi però tieni conto che nel lavoro che faccio, al di fuori della sola produzione, mi occupo anche di fare grafica e per queste cose, secondo me, è molto utile.

Da come ne parli più che paura sembra euforia...

Be tieni anche conto però che il mio lavoro non è solo grafica e tieni conto che una persona che si occupa solo di quello, l'uso dell'AI può non sembrarle così positivo perché toglie il lavoro.

Quali sono gli ambiti nella quale ne sentiresti tu personalmente l'efficacia?

Come ti dicevo prima quello di co-progettazione per fare dei prodotti configurabili sarebbe una cosa top.

Supporto e community

Quali tipi di caratteristiche e canali pensi siano necessari per apprendere l'AI?

Secondo me sarebbe interessante una sorta di realtà virtuale in cui le persone possono fare corsi anche sull'interazione. Mentre invece sul lavoro d'ufficio non ti saprei dire, tieni conto di una cosa però, io non sono italiana e nella gestione dei clienti è un po' difficile gestire considerando la mia pronuncia differente. Perciò finché si parla in Inglese per me va benissimo ma tante volte ho usato chatGPT per rispondere alle mail perché ha un linguaggio più formale sottinteso che mi ha insegnato come rapportarmi in questa lingua.

Quali competenze i project manager dovrebbero avere per sviluppare un dialogo efficiente con l'AI?

Secondo me la comunicazione è la cosa più importante. Nel nostro team per dare un idea, ognuno parla un linguaggio differente, non c'è solo la sede italiana ma c'è ne sono anche altre dentro e fuori l'Europa tra cui in Irlanda, India e Cina. Un po di tempo fa è venuto però fuori che non tutti hanno una buona conoscenza dell'Inglese e questo ha comportato tanti sott'intesi per la quale poi sono nati dei problemi.

In questo contesto, avere un tool che permette di avere una traduzione simultanea o che supporta all'interpretazione sarebbe interessante.

La cosa più importante per me nel ruolo che svolgo è sempre e comunque la comunicazione con tutti.

Linda

Ruolo Graphic designer,
Esperienza lavorativa +15 anni.
Background Graphic design.

Mansione svolta

Da due anni lavoro per conto mio ma prima ho lavorato in un'agency. In sintesi, al di fuori dell'orario di lavoro ho accumulato clienti per conto mio trovandomi ad essere oberata, quindi a un certo punto ho lasciato l'agency per dedicarmi esclusivamente a loro.

Io di per se sono un grafico a tutto tondo quindi passo dai social alla grafica pubblicitaria, ad esempio di recente mi è capitato di disegnare la grafica per 13 monete rappresentanti le virtù.

Un po' di tempo fa ero specializzata anche sulla grafica 3D ma di recente ho dovuto abbandonarla per via del troppo lavoro.

L'illustrazione in questo ambiente è per me una parte di hobby: mi può capitare di creare delle illustrazioni come nel caso delle monete ma di solito i clienti è molto più probabile che chiedano degli altri servizi. Questi poi nella maggior parte dei casi sono preferiti minimalisti, elemento che riduce ancora di più il lavoro di illustratrice.

Tra le altre cose poi sono anche pratica nella grafica editoriale con la carta di cui ho grandi quantità di campionari a casa, tristemente però nessuno invece per cui lavoro principalmente in digitale.

Quali softwares usi di solito?

Principalmente la gamma adobe, dopodiché una parte importante del lavoro avviene online per cui un e-commerce lo costruisci all'interno di shopify. So che per i siti web ci potrebbe essere anche Adobe XD però preferisco di no poiché non mi interessa disegnare la User Experience. In tal senso sono più della scuola americana: ti specializzi su una cosa e fai quella; non all'italiana che fai tutto di un po' e il risultato è meno apprezzabile.

Interessi

Qual è il tuo metodo a livello progettuale?

Tutto ruota attorno al brand design, sono partita che mi piaceva disegnare però poi ho scoperto che c'era illustrator quindi addio matita, dopodiché addio carta e inchiostro. Questo perché Illustrator da la possibilità di fare di più e meglio.

Se poi supponiamo ci sia un cliente che viene a fare delle richieste specifiche del tipo 'so cosa voglio ma non so come realizzarlo' allora il primo step è l'analisi dei competitor: non si inventa la ruota da zero. Dopo si chiede anche qual è il budget: 300€ lo saluto subito, 50.000€ lo allerto che sono un libero professionista con pochi contatti per cui gli consiglio di andare da agenzie dedicate. Se siamo su un prezzo intermedio, faccio un albero della

struttura del progetto, chiedo conferma e se piace inizio il progetto.

Awareness & openess to AI integration

Sono venuta a conoscenza di ChatGPT di giugno dell'anno scorso, dopodiché due mesi fa o provato a usarlo ed ora lo uso 8 ore al giorno e per qualsiasi cosa. Oltre a quello uso anche ad esempio Firefly per Photoshop, però fortunatamente è ancora scadente.

Preoccupazioni

L'AI di per sé non mi fa paura, è più chi la usa. A tal riguardo, secondo me, è più il cugino del cliente che rischia di rubarmi il lavoro che l'AI a costo zero ma questo è più umano vs umano.

... per il resto l'AI fortunatamente è ancora scadente per cui non ho molta paura che mi rubi il lavoro. Anzi se devo essere sincera il designer che usa i metodi tradizionali è come se fosse un contadino normale con la zappa a confronto con il designer che usa l'AI che è come se lavorasse con il trattore con l'aria condizionata: fa molto di più in molto meno tempo. Poi, attenzione, sono sempre io al controllo del trattore, questo non si guida da solo; ma a confronto di una zappa posso fare di tutto.

Fortunatamente però tutto questo non è ancora perfetto poiché quando lo sarà il cliente mi saluterà, dal punto di vista della convenienza economica non ci sarà più confronto e penserà di poter realizzare il progetto da solo con l'AI. E di questo ne sono sicura perché di recente ho chiesto all'AI di disegnarmi una mano per i santi da

rappresentare nel progetto delle monete, un santo su due però aveva delle mani con 6 dita e il sistema non lo voleva togliere. Pertanto per fortuna che l'AI sbaglia ancora!
Da un lato io posso usarla per il lavoro e dall'altro le mie competenze tecniche servono ancora per aggiustare quello che l'AI propone.

L'AI è quindi stupida, per fare un esempio sempre relativo al progetto delle monete, gli ho anche chiesto di disegnare una clessidra per rappresentare il tempo, l'intelligenza artificiale però ha disegnato la stessa quantità di sabbia sopra e sotto quindi mi sono dovuta mettere li su Photoshop per risolvere il problema.

In sintesi mi sembra di capire che avresti piacere di mantenere il tuo lavoro per tutta la parte tecnica mentre sarebbe utile implementare la gestione o interpretazione dei contatti...

Quello che vorrei in generale è che l'AI NON mi superasse dal punto di vista artistico perché stiamo parlando di progetti eccezionali. Se fossi un fumettista per dire avrei il 'trancio' come si dice da queste parti.

Per dire l'altro giorno gli ho chiesto di generare un'altra immagine che se l'avessi dovuta fare io ci avrei messo giorni.

Se da un lato però mi sembri spaventata, da un altro punto di vista pari anche entusiasta mentre ne parli.

Si sono euforica perché finché posso usarlo io, al cliente non verrà mai in mente il prompt, tantomeno saprà capire se quello che sta guardando è universalmente riconosciuto come bello.

In tal senso quindi spero tanto che il cliente non abbia mai voglia di 'cincionare' in questi progetti con l'AI perché altrimenti è finita per noi. Dopodiché se mi fa 6 dita anziché 5 sono felicissima poiché io so correggere l'errore e il cliente no rendendo la mia mansione ancora utile.

Expectations

La mia speranza è che diventi un qualcosa con cui dialogare. Uno dei problemi del mio lavoro, lavorando come freelance è la solitudine, avere qualcuno con cui discutere che possa dare un'opinione critica e ferrata sull'argomento sarebbe eccezionale. Per farti capire, se hai visto Iron Man, l'idea sarebbe di avere Jarvis.

Forse Gemini con i telefoni sta già proponendo una versione semplificata di questo....

L'ho provato cinque minuti sul telefono ma mi sembra una porcheria totale onestamente però forse sono io che ho sbagliato qualcosa.

In quali aree del vostro lavoro pensa l'AI potrebbe aggiungere valore?

La gestione del cliente, io non posso ricevere 38 messaggi audio ascoltandoli uno ad uno per cui mi farebbe comodo un filtro che seleziona solo alcuni tipi di informazioni.

Un altro potrebbe essere la congruenza, sempre sull'esempio delle monete, ho chiesto a ChatGPT di tradurre i nomi delle 13 Virtù in latino. Uno di questi però al primo tentativo lo ha tradotto con un termine che poteva significare anche 'industria' al secondo tentativo si è corretta da sola con il termine giusto. Questo per dire, l'AI

può essere molto utile però devi saperla utilizzare e sapere cosa vuoi da questa in futuro la cosa potrebbe diventare probabilmente più semplice.

Supporto e community

Secondo te quali caratteristiche e canali dovrebbe avere la formazione dell'AI?

Sicuramente non penso potrebbe essere un corso, prendi Flash di Adobe, dopo poco tempo la compagnia non ci ha investito e quello era già morto, con il tasso di obsolescenza dell'AI, secondo me, capiterebbe qualcosa di simile.

Per capire come funziona comunque devo dire che preferirei comprendere in itinere buttandomi sull'azione e imparando con la pratica, per cui per me l'AI dovrebbe essere innanzitutto istintiva, ma se proprio ci dovesse essere formazione, secondo me, è qui: per assistere ai primi tentativi di approccio al software.

Stiamo quindi parlando di un apprendimento diretto o anche di altre formule?

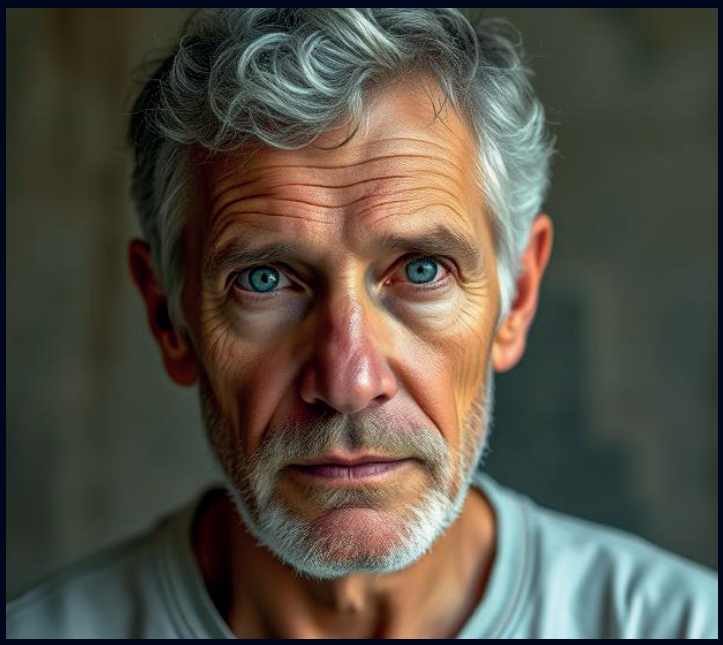
Secondo me sarebbe necessario un assistente nella pratica che ti fa capire dove trovare cosa ma nella pratica, ad esempio come su Firefly per Photoshop su dove trovare il comando per fare il riempimento generativo o ad esempio quali comandi sono preferibili da usare nell'approccio a seconda dei casi.

In tal senso quindi, secondo me, sarebbe più utile un'assistente vocale che affianca il video durante l'uso nel supporto all'interazione.

Come incorporeresti l'AI nel tuo flusso di lavoro?

Secondo me sarebbe utile un codice che hai tu come professionista che tutela durante l'uso proposto dalla compagnia che vende il servizio di AI, se in alcuni casi potrebbe essere più utile il servizio per fare la dieta mentre di un personal trainer, tu come professionista saresti tutelato in quello che proponi.

I copywrighter in tal senso, secondo me, se la stanno facendo sotto poiché l'AI può già far tutto. Secondo me, questo consentirebbe anche un uso più etico, poiché viene normato e si comprende l'uso che se ne fa.



Livio

Ruolo Communication strategist, coordinatore.
Esperienza lavorativa +37 anni.
Background Communication strategy, docenza universitaria, storytelling, project management.

Mansione svolta

Io da una trentina d'anni mi occupo di comunicazione digitale lavorando in tutti i settori al suo interno: dal design alla copy fino ad arrivare dopo una ventina d'anni ad occuparmi della parte del design e comunicazione nelle esperienze di comunicazione. Il mio lavoro quotidiano è quello di incontrare potenziali committenti generalmente per grandi aziende essendo esso di coordinamento della comunicazione per grandi progetti.

Da cinque anni a questa parte però mi sono occupato anche del design della comunicazione nella pubblica amministrazione e di come i mezzi di comunicazione hanno impatti sulla governance. Il loro problema, infatti, è che hanno obiettivi più opachi come ad esempio migliorare l'istruzione dei cittadini che vuol dire tutto e nulla e una quantità di influenze infinite a vario livello: dalla politica agli attori locali.

Il mio lavoro, quindi, è ascoltare le esigenze del cliente e arrivare a incontrare le loro necessità.

Ha degli strumenti principali nel suo lavoro?

Il mio strumento principale è la 'chiacchera' nel senso che il mio lavoro è quello di dialogare con i clienti. Poi utilizzo molto i programmi per le presentazioni come keynote o powerpoint. Qualche volta mi avvalgo di strumenti di scrittura e grafica. Io nasco tantissimi anni fa come grafico, che ritengo egualmente importante, ma mi concentro sulla parola.

All'interno del suo profilo ha anche varie esperienze di docenza ma non ne fa menzione, potrei chiedere come mai?

Io faccio circa tre lavori, quello che ti ho raccontato di gestione delle comunicazioni con il cliente, il docente ad un corso universitario che ho abbandonato di recente ed il coordinatore di un corso in un'altra università. Si, ho insegnato in varie università però per me quello non è un core business, è un posto in cui vado per imparare poiché alla mia età altrimenti starei ancora sulla macchina da scrivere, circondato da giovani invece ho modo di tenermi aggiornato.

Il terzo lavoro che faccio invece è quello di scrivere.

Awareness & openess to AI integration

L'AI, secondo me, non è veramente intelligente è solo una capacità combinatoria portata agli estremi.

Come integra l'AI nel suo flusso di lavoro?

L'intelligenza artificiale la utilizzo in due modi: ci sono clienti e clienti, il settore amministrativo per esempio ha bisogno di documenti poderosi per cui mi faccio aiutare dall'intelligenza artificiale per impostare grandi documenti. Di solito racconto all'omino che sta dietro chatGPT quali

sono i problemi...

Per farti un esempio, un po di tempo fa abbiamo fatto un progetto per il ministero della gioventù che ora non esiste più, in cui venivano raccolte tutte le iniziative per i giovani dai 15 ai 25 anni. E questo ha coinvolto tutto dai corsi alle iniziative civili che si potevano trovare per quella fascia di età. In questo caso, per raccogliere e archiviare tutte le informazioni nel documento mi sono fatto assistere.

L'altra cosa che mi serve dall'AI è avere uno 'sparring partner' per raccogliere le idee come se mi mettessi a chiacchierare con essa. Attenzione però, non la uso mai per realizzare progetti finali, i progetti che seguo sono di solito molto personalizzati a esigenze specifiche.

Ha degli esempi di AI che normalmente usa?

Le AI che utilizzo e utilizziamo nel mio team Midjourney, OpenAI... Però per farti capire, il mio lavoro è di costruzione per cui tutti all'interno del team per una o per l'altra necessità potrebbero trovarsi a usarne una o l'altra da quando abbiamo iniziato un paio di mesi fa.

Anche tra gli altri intervistati sta più o meno venendo fuori che tutti impiegano nel loro ambiente professionale l'intelligenza artificiale ma quasi nessuno segnala queste competenze su linkedin, potrei sapere, secondo lei, come mai?

Se ne fa uso, quello si, però dire che le persone siano preparate a quello che si chiama Prompt design non è così vero. E' un pò come dire che il mio collega designer che sa usare power point e dovesse fare una presentazione la

sa fare ma non te la mette su linkedin perché non è ancora considerato un core. Poi vabbè c'è anche tutto il problema psicologico: in pochi istanti può tirare giù un progetto che effettivamente ha senso.

Ripeto, io nel mio lavoro questo lo sento meno però quando una persona impara a usare i prompt in una maniera un pò più sofisticata, fa impressione.

Preoccupazioni

Di recente abbiamo varato una policy nel nostro posto di lavoro in cui i giovani siano in grado di utilizzare l'AI in maniera funzionale: se ci metti un mese per scrivere un testo ma con un guizzo dell'AI viene fuori una cosa ancora migliore... è problematica come cosa.

Poi tieni conto di una cosa, io mi sono diplomato in grafica senza che esistesse il computer. Ho visto arrivare internet, il mobile, i social... tutte le ultime rivoluzioni. Oramai ne ho viste talmente tante che ad un'altra rivoluzione mi viene da dire pazienza. Mi preoccupa molto però che gli sviluppatori stessi dichiarino di essere preoccupati dai risvolti dell'AI.

La mia preoccupazione più grande comunque è che la mia generazione non si diplomava in design senza saper disegnare, ovvero senza far la fatica di disegnare. Io credo che il problema più grande nel mio lavoro sia la semplificazione del processo. Questo implica che se tu tutte le volte che devi pensare una cosa, vai su chatGPT e gli chiedi di fartela, il prodotto finale alla fine può essere anche degno, però se si smette di fare la fatica di pensare, si smette di pensare: il cervello è come un muscolo, se non

lo alleni si 'ammoscia'.

In sintesi, quindi è come se l'AI fosse una protesi troppo efficiente...

Se hai un muscolo troppo efficiente i muscoli si riducono, c'è un problema di compensazione, come quando non hai la vista e i tuoi altri sensi migliorano: se c'è qualcuno che pensa per me, perché lo devo fare anche io?

Su questo io però ti sto parlando del prodotto finale, uno dei motti del design è che quando un qualcosa funziona, tu non te ne accorgi. E' un po' come le gestures del telefono, tu non te ne accorgi ma per arrivarci dietro c'è molta profondità. Se si semplifica anche il processo alla fine hai delle cose che non hanno quella profondità perché hanno comfort sia nel prodotto che nel processo.

Quali preoccupazioni ha riguardo l'uso dell'AI nel suo lavoro?

Secondo me preoccuparsi dello strumento non ha senso, ogni volta che ne viene proposto uno nuovo quello sembra egemone però poi passa il tempo e rientra nel vivere quotidiano. Dobbiamo evolvere noi di modo che quello strumento non diventi noi stessi.

Aspettative

Onestamente non saprei, faccio fatica a sapere cosa sarà l'AI tra 6 mesi. Se prendi ad esempio l'AI per photoshop... se dai questo strumento in mano a qualcuno che non lo sa usare farà delle cose brutte, se però lo dai in mano a un designer bravo, questo fa delle magie. Questo cosa significa, sostanzialmente sta tutto nella testa di chi lo usa, tutto quindi dipende dalla capacità di pensare ed in base a questa anche dell'evolversi dello strumento.

Da questo poi spero solo che l'umanità sia abbastanza intelligente da comprendere come migliorare il nostro modo di utilizzare questi strumenti. Comunque, se devo essere sincero, dal punto di vista professionale sarà sempre più utile a svolgere i lavori noiosi, ad esempio ho dei colleghi che si occupano di UX che si occupano di stendere il documento funzionale in cui si va a descrivere cosa succede nell'interfaccia agli sviluppatori. In questo caso se vai a descrivere cosa ti serve e l'AI partorisce questo documento sono tutti felici.

Per il resto però, secondo me, abbiamo vissuto una grande ubriacatura tecnologica ed è arrivato il momento di farci alcune domande.

Supporto e community

(continua dalle aspettative) avere una base etica però è essenziale per comprendere come usare l'AI: non è la pistola che uccide le persone ma chi la usa.

Ha una idea delle caratteristiche, funzionalità o canali che ritiene più funzionali per trasmettere come apprendere le informazioni dell'AI?

Su questo si può fare sia un discorso pratico che filosofico. Da un punto di vista pratico, il modo con cui dialogare con l'AI non è estremamente complesso: sono delle stringhe di codice.

Da un punto di vista filosofico, secondo me, è più che altro impararlo con chi ne sa di più, prendi ad esempio il lavoro di bottega, se impari a utilizzarlo con qualcuno che ti aiuta a svilupparlo con le tue capacità, secondo me è più interessante. Io sono anni che insegno ma sono anche

anni che non faccio lezioni da cattedra. Io di solito faccio fare lavori di progetto e poi li coinvolgo: all'inizio mi odiano perché i miei brief sono lunghi una frase, da qui si parte per fare un progetto.

Il mio modo migliore di insegnare quindi, non è trasmettere una serie di strumenti ma dargli modo di interagire con ambienti con esperienze più formate della loro.

Dialogare con l'AI è in fondo come costruire un nuovo linguaggio alla fine.

Ma quindi come si può collegare, secondo te, il design conversazionale con la prospettiva dinamica necessaria nell'interazione con l'AI?

Io spero che queste due cose non si colleghino. Il rapporto che si costruisce con l'AI non è nient'altro che quello che si costruisce con le persone. Da quando è nata la scienza della comunicazione si cerca sempre di dare delle regole, secondo me però non ci sono effettivamente quanto, secondo me, c'è empatia e non ha senso scindere il problema. Il concetto è verbalizzare quello che si ha in testa: da una chiara idea in mente poi il resto è saperla realizzare.

Luca C.

Ruolo	Designer, educator.
Esperienza lavorativa	+15 anni.
Background	Docenza universitaria, developing, creative coding, design.

Mansione svolta

Io sono uno dei senior designer per la comunicazione digitale all'interno dell'agency e a volte anche progetti per l'editoria scolastica. Questo implica supportare i docenti nella formazione o creare i materiali didattici allegati ai libri di testo. Affianco a questo mi occupo anche di formazione tra il Politecnico di Torino e altre università oltre a progetti per il coding creativo.

Buona parte della mia giornata quindi la passo a progettare la mia educazione.

Quali softwares usi?

Io di per se non apro softwares di grafica da vari anni, uso per esempio Mirò per le mappe concettuali o softwares simili. L'idea in genere sono piattaforme in grado di supportare le mie idee. Di per sé però non disegno più.

Per il coding invece che linguaggi/applicazioni usi?

Javascript per le cose più interattive, CMS Drupal per le piattaforme più elaborate.

Interessi

Come interessi, ultimamente sono molto sulla formazione, in particolare il coding creativo con cui si possono fare cose bellissime. Queste da un lato sono sperimentazioni per i miei interessi personali che però poi possono diventare moduli per piccoli workshops se sono sufficientemente accessibili.

In particolare, sviluppare il coding creativo permette di sviluppare strumenti creativi che sblocca tutta una serie di possibilità e rende designers migliori.

Dal punto di vista della programmazione ho letto da varie fonti che è anche sentita questa necessità di integrare il design thinking nella programmazione...

Si, un po di tempo fa, all'interno dello studio abbiamo anche cercato programmatori che potessero combaciare con queste caratteristiche ma alla fine non siamo riusciti a trovare nessuno quindi abbiamo deciso di prendere un designer e formarlo.

Awareness & openess to AI integration

Dell'AI mi sono fatto un'idea e penso di avere una leggera consapevolezza di come funziona perché ho visto tutorial su come si addestra e si usa; io stesso ci ho provato per sperimentazione però non sono un esperto e non lavoro tutti i giorni costruendo intelligenze artificiali. Io, ad esempio, la uso per creare testi. Ad esempio, la uso per formulare dei testi come, ad esempio, una mail o per controllare l'inglese. In aggiunta ne sento anche la necessità per il coding: faccio scrivere delle bozze e poi le uso.

Quali strumenti ai usi esattamente?

Per comodità o pigrizia uso gemini sia per i testi che per il coding, è un po di tempo però che vorrei provare copilot per vedere che effetto fa o avere dei plug-in installati direttamente nell'editor.

Come si potrebbe integrare, secondo te, l'AI nel tuo flusso di lavoro tra design e sviluppo?

Come accennato prima, secondo me il coding creativo è un bellissimo esempio. Oltre a questo, ad esempio nella formazione del mio collega l'approccio è stato molto pratico utilizzando uno strumento come Bootstrap. Successivamente si personalizza quello che è stato creato e così facendo si comprendere in una maniera facile senza reinventare nulla.

Preoccupazioni

Di per se non sento di avere grandi paure dell'intelligenza artificiale, la uso in maniera abbastanza usuale ma non penso ci porterà via il lavoro. Mi sembra piuttosto uno dei bias che abbiamo.

Un problema forse è legato all'aspettativa è che gli chiediamo spesso di fare delle cose creative che però all'AI gli riesce male.

Attualmente le AI le usiamo per fare delle cose creative e divertenti ma secondo me a questo livello devono essere usate per fare il lavoro sporco.

In quali ambiti, secondo te, ci potrebbero essere più red flags?

Ma ad esempio, un pò di tempo fa è arrivato un ragazzo

ad un evento di editoria indipendente con un libro interamente scritto e realizzato con l'intelligenza artificiale, dal testo alle immagini per la quale sia io che il mio collega ci siamo guardati e ci siamo detti che alla fine non importava così tanto. Però su questo credo che piano piano nasceranno dei softwares per riconoscere se un documento è fatto con l'AI.

Supporto e community

Quali caratteristiche, secondo te, sarebbe necessario considerare per la formazione?

Per esempio, la consapevolezza che l'AI è da trattare come un tool, come accennato prima non è adatta alle tasks creative quanto per il 'lavoro sporco' e assistente alla ricerca anche se non so tanto su quell'argomento.

Secondo te quali sono i canali o i modi più idonei a trasmettere la formazione dell'AI?

Probabilmente nelle scuole sarebbe molto interessante, prima di tutto sarebbe necessario fare formazione ai docenti siccome c'è molta paura, tra l'altro riguardo questo argomento c'è proprio l'editoria scolastica che è molto preoccupata.

Il canale più idoneo, secondo me, quindi sarebbe la scuola per poter imparare questi strumenti anche da piccoli.

Come ti immagini il futuro dell'AI, ad esempio tra 5 anni?

Secondo me si darà molta più importanza all'aspetto umano per alcune cose. Su questo, secondo me, anche l'aspetto creativo ne guadagnerà siccome i task più ripetitive saranno svolte dall'AI.

Se si prende in considerazione la fotografia, ad esempio, siamo arrivati ad avere una qualità tale sul cellulare che si può creare addirittura un film no, per cui, secondo me, sarà possibile avere uno strumento più alla portata di tutti.

Maria

Ruolo Senior UX Designer.
Esperienza lavorativa +6 anni.
Background UX Designer, service design.

Mansione svolta

Io faccio La UX Designer in un gruppo che si occupa di creare servizi digitali per grandi e piccole aziende. Lavoro in un team abbastanza ampio, attorno alla ventina di persone, per cui mi sto sempre di più specializzando per la creazione di schermate per prodotti e flussi.

Partecipo magari un po' sulla ricerca utente e di recente mi sto focalizzando sull'aumento delle conversioni per il sito web aziendale. Per me è quindi naturale collaborare con i project managers e gli sviluppatori per seguire la parte di implementazione.

Fino a qualche mese fa lavoravo anche su piattaforme desktop ma ora sono esclusivamente focalizzata sul sito. Come azienda pensiamo sia essenziale seguire il nostro cliente prima ancora che sia tale per comprendere meglio le parti del sito, homeboarding, eccetera.

Quali strumenti usi principalmente?

Sicuramente Figma per creare tutti i prototipi, Mirò come strumento di brainstorming e lavagna digitale,

ovviamente poi tutto il pacchetto office e poi per collaborare con gli sviluppatori c'è anche Jira. Mentre invece tools che uso magari più io, sono un pò borderline tra sito e tool per vedere trarre ispirazione e poi vabbè, OpenAi e gemini per trarre ispirazione.

Da varie ricerche ho visto che lavori anche come speaker e mentor?

Si, quello dell'agency è il mio lavoro principale, il resto l'ho iniziato per arrotondare su una piattaforma americana però sfocia più nel tutoring poiché aiuto studenti e chi sta cercando di cambiare carriera percui li aiuto nel loro lavoro e li seguo in questo.

Ho iniziato questo secondo lavoro da un paio di anni, a poco a poco ho iniziato anche a partecipare ad alcuni eventi come speaker. Questo però è più qualcosa per me, qualcosa che avevo piacere di condividere che ho proposto ed è stato accettato.

Interessi

In che modo incorpori la UX nel tuo lavoro? Ti interessa concentrarti su qualcosa nello specifico?

Si, tieni conto che arrivando da un background in psicologia ho avuto sempre un po' di curiosità di fondo su come ragionano le persone. Questo è qualcosa che ho a poco a poco affinato con il tempo, mi è capitato di farlo già da junior designer in cui quando mi arrivava una richiesta mi buttavo subito a fare i disegni su figma ma poi con il tempo mi sono resa conto che ci sono dei problemi di business dietro con la quale bisogna mediare, per cui cerco di fare più domande possibile sul contesto

sviscerandolo il più possibile e da qui di solito rappresento tutto in un flusso.

Il tuo approccio, quindi, consiste in una ricerca desk molto più sviluppata?

Si, diciamo che comunque per queste interfacce su cui lavoriamo in azienda che sono molto complesse, ho visto che diventa molto più complicato e sembra quasi come scrivere un romanzo su carta bianca senza nessuna guida, però più si sta in questa fase iniziale di discovery e più il resto viene molto più naturale e semplice.

Nel vostro lavoro stavo osservando che non siete solamente un agency, giusto?

No diciamo che la parte finanziaria è tra le più centrali perché abbiamo molti servizi e stai cercando un'azienda e vuoi sapere se è la più affidabile, la cerchi nei nostri sistemi vedendo vita morte e miracoli dei loro sistemi. Oltre a questo abbiamo anche una serie di servizi più specifici per le banche poi diciamo che un altro focus è sulla gestione del rischio per cui quando arrivano potenziali clienti capire se hanno potenziali problemi con la legge e/o di sicurezza. Per cui non c'è solo la parte finanziaria ma è sicuramente quella più centrale.

Awareness & openess to AI integration

Io uso anche solo ChatGPT nella versione gratuita più che altro incuriosita dalla sua fama, Gemini invece perché mi sembra un po' più aggiornata ma non ne so molto.

Da un punto di vista di lavoro, nella fase di discovery, per esempio, un po' di tempo fa stavo lavorando su una serie

di dashboard per un'azienda e non potendo fare in quel momento specifico ricerca ma trattandosi comunque di termini specifici e di business, ho fatto a chatGPT un po di domande specifiche per quello.

Un'altra cosa per cui la uso invece è per le copy delle interfacce. In questo caso uso prompt specifici per chiedergli di darmi un pò di opzioni in base al contesto e poi vabbè anche un pò nel tempo libero per tirarmi fuori la ricetta e cose così.

Ma quindi usi principalmente ChatGPT e Gemini o ne conosci anche altre?

Sì principalmente si, di solito rielaboro un po' le informazioni di modo che non sembri troppo fake però si.

Quali strumenti AI integreresti nel tuo lavoro tipo ChatGPT che ti piacerebbe integrare?

Un pò di tempo fa ne avevo visto uno dove c'era una ragazza che mostrava una cosa tipo Mirò con una mappa ma non era la semplice chat. Era più che altro qualcosa dove tu scrivevi quello di cui avevi bisogno all'interno di un box e questo generava informazioni in conseguenza. Su questo aspetto mi piacerebbe vedere se mi aiuta a velocizzare alcune cose.

Un altro strumento poi che mi spiacerebbe è un tool che simula le heat-map per vedere dove l'utente medio andrebbe a focalizzarsi sulla pagina.

Poi oltre a questo non saprei perché un po di tempo fa avevo fatto un corso di aggiornamento in cui tra le altre cose c'era anche l'AI per la UX in cui hanno consigliato

tanti strumenti e alcuni me li sono anche segnati. Tieni però conto che erano dei corsetti veloci che poi hanno sospeso.

Era poi anche molto interessante la parte di discovery che ti permette di fare anche delle interviste.

Un'altra cosa che però non so quanto potrebbe essere fattibile è correlata al fatto che alcuni dei nostri colleghi hanno creato uno UI system collegato a tutti i prodotti della nostra compagnia, e avere tutta la filosofia dietro dei vari componenti sarebbe utilissimo con l'AI che permettesse di creare pagine standard dai componenti che abbiamo noi e le nostre librerie.

Ma quindi, stiamo per caso parlando di un'AI interna alla tua azienda?

Si, una cosa che ho visto un po' nella mia azienda e su alcuni tavoli è che c'è una corsa sull'aggiungere AI completamente a caso e appunto, da designer su questo ero un po' scettica perché si mette lo strumento davanti al problema. Ovvero, c'è l'idea di inserire lo strumento AI all'interno del sistema perché è figo e fa tutto ma senza criterio. Se invece si facesse un passo indietro, si guarda il contesto del cliente nei loro problemi e bisogni, si può ideare una soluzione che non necessariamente è un chatbot ma può estrapolare più informazioni e/o velocizzare il processo d'uso dell'utente. Il risultato magari può essere ridotto ma sarebbe molto più specifico ed efficacie.

Preoccupazioni

Onestamente non ne ho troppe, è una cosa su cui ho parlato anche con le persone a cui faccio mentoring perché giustamente dicono 'mi ruba il lavoro di designer che sto appena cercando di cambiare'. Su questo devo dirti, se fossi stata solo una designer specializzata sulla UI, magari un po' mi sarei preoccupata però le AI per creare cose un po' mediocri vengono scartate subito.

Per la parte che faccio io invece, più di ragionamento e strategia di dashboard è diverso. Un conto è se disegnassi solamente per i consumatori ma ai livelli delle mappe aziendali che sviluppiamo penso sia molto più difficile che senta la paura di essere rimpiazzata.

Forse una cosa dove potrebbe esserci un po di preoccupazione, è il lavoro di UX nella revisione dei loro siti, perché tra i servizi c'è anche la review dei siti dei clienti esterni. In questo caso c'è un'istituzione chiamata Baymard Institute correlato alla Interaction Design Foundation che fa solo ricerca sull'E-commerce ed hanno generato un sacco di linee guida. Se dai in pasto all'A quelle linee guida, magari questa riuscirebbe a individuare parecchie cose.

Di per se però non i ritengo particolarmente preoccupata perché sono in un ruolo strategico. Magari in futuro sarà più difficile mettere 'le mani in pasta' ma per il resto mi sento tranquilla.

Supporto e community

Quali caratteristiche, funzionalità e canali preferiresti per apprendere l'AI?

Ma forse quello che hai accennato all'inizio sui modelli teorici e le loro differenze, per me che non ne so molto e che quindi ho una sorta di barriera all'ingresso su questo, avere un pò di criterio di giudizio nel sapere come funziona potrebbe essere utile. Per cui sicuramente un pò questa parte di teoria in pillole anche solo per far capire delle informazioni mirate, come è lo strumento e in cosa ti può essere utile.

E poi oltre a questo, di solito per me vedere sui video di Tik Tok come si può fare una cosa è molto utile. Giusto per farti un esempio, ieri sono andata a una lezione in cui il professore ha presentato una slide con il link e il QR code, questo per dire che il formato del video social è molto versatile e si può prestare a varie situazioni.

In questo gli esempi fanno tanto e ti permettono di comprendere se hai capito.

Ma quindi di che tipo di video stiamo parlando?

Tipo tutorial focalizzati a quello che ti interessa apprendere in pillole. In ogni caso che siano brevi di modo che non risulta confusionario consultarli.

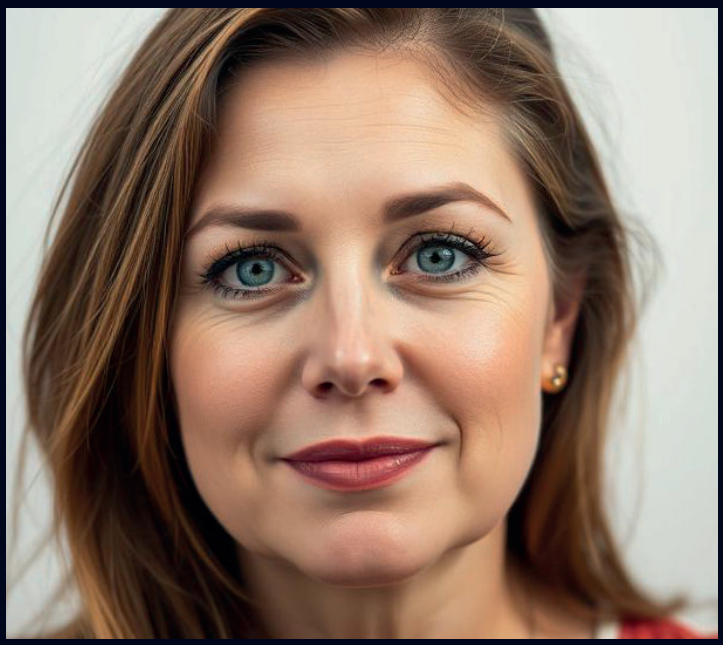
Tra le altre cose ho notato che un pò di tempo fa ha partecipato a una talk sui diritti per le donne correlati all'AI, te la sentiresti di parlarne?

Si un po di tempo fa ho avuto esperienze con l'AI per cui ero sottoposta a molestie e danneggiamenti alla privacy in cui ho sostanzialmente visto che le donne come utenti dell'Ai vengono ignorate perché sono fatte a misura d'uomo. Da un altro punto di vista invece si può parlare

di vero e proprio pericolo tipo nel caso degli AirTag della Apple per non perdere i propri dispositivi ma che in molti casi si mettono nell'auto della vittima per non perderla e sapere sempre dov'è senza neanche aver risolto del tutto la questione siccome non viene fatta una vera e propria progettazione a riguardo. Mentre invece strettamente più per quanto riguarda l'intelligenza artificiale, un po di tempo fa avevo trovato uno studio in cui veniva chiesto all'AI di raccontare una storia e, se non sbaglio, la maggior parte dei vari tools raccontava storie mostrando dei bias di genere.

Di quali discriminazioni stiamo parlando esattamente?

Principalmente attorno al concetto di 'maschile sovraesteso' ovvero al fatto che di default molte app e siti scrivono 'benvenuto' anziché 'benvenuta' o a pregiudizi simili nella generazione di informazioni in cui molto spesso sono presenti bias a misura d'uomo per cui in questo casi è necessario lavorare sul linguaggio.



Paola

Ruolo UX/UI senior designer.
Esperienza lavorativa +19 anni.
Background Lead design, UX mentoring, content creation, product design, visual design.

Mansione svolta

Io lavoro per una multinazionale che lavora nel settore business e siccome non sono più operativa le mie giornate sono molto 'politiche', ho molte riunioni. Mi occupo di parlare con stakeholders, mediare e aspetti simili. Tieni però conto che sono anche molto in una fase di rodaggio e dopo il lavoro frequento anche una scuola di UX per poi solo alla fine tornare a casa.

Quali softwares e strumenti usi?

Non essendo più operativa, figma ormai lo uso più pochissimo. Uso principalmente Miro per presentazioni e workshops, Jira per la realizzazione e ovviamente anche l'intera suit Legacy del pacchetto Office a titolo aziendale condiviso.

Personalmente poi per gestire le mie attività uso Todoist come tools sia su telefono che computer.

So che partecipi anche all'organizzazione di eventi tra cui uno non molto tempo fa...

Si io e degli amici abbiamo un'associazione con cui

creiamo attività, eventi e conferenze.

Interessi

Quali trend della UX segui normalmente?

Sicuramente preferisco concentrarmi molto sulla fase di discovery del design per cui difficilmente mi sentirai parlare di UI e di tutta la parte di cose più estetiche. Di solito ho sempre lavorato sulla parte antecedente alla UI creando design systems molto strutturati. Di solito mi occupo molto di design pattern e accessibilità.

Awareness & openess to AI integration

Io la utilizzo ma in un modo un pò blando secondo me. Io nasco come illustratrice e come ti puoi immaginare nel nostro mondo è 'male' però la apprezzo per altri punti di vista. Per fare un esempio di recente mi sono scritta il discorso per un'intervista in una maniera molto blanda e poi gli ho chiesto di riscriverla in una maniera più efficiente.

Poi prima che entrassi in quest'azienda hanno fatto dei test di merito e li hanno dati all'AI per elaborare i dati ed è venuto però fuori che senza l'apporto umano era un'analisi non proprio al 100% corretta mentre con il supporto umano è venuto fuori qualcosa di interessante.

Personalmente non ne sono estremamente entusiasta. Ad ora la uso molto ma non in una maniera radicale per il lavoro che faccio. Per darti un esempio, non chiedo di crearmi l'intera presentazione con l'AI, anzi molto spesso quando mi rendo conto che qualcuno l'ha fatta con l'AI quasi perdo di interesse, però è una caratteristica mia.

Affianco alle AI che usi normalmente ce ne sono che ti piacerebbe utilizzare?

Personalmente non ho una grande conoscenza di altri tools, sicuramente mi interesserebbe imparare meglio a dialogare con le intelligenze artificiali che già conosco siccome mi rendo conto che magari sono io che do le informazioni con eventuali bias però onestamente non ho tutta quella foga di imparare.

Preoccupazioni

In itinere Paola ha collegato assieme le preoccupazioni e il supporto in maniera imprescindibile ponendo l'attenzione su aspetti non trattati in precedenza.

Quali caratteristiche, secondo te, sarebbe necessario imparare dall'AI e attraverso quali canali?

In tutta onestà non è proprio nel mio radar ma se proprio ti dovessi dare una risposta sul come funziona e in che modo si può migliorare tutta la parte di regolamentazione della privacy e dei dati sono quelle cose che non mi fanno apprezzare molto l'uso. Sicuramente non mi fa impazzire l'idea che ci sia qualcuno dall'altra parte che sta leggendo quei dati e della quale magari non sta facendo un uso corretto. Proprio non riesco a non pensare a questo aspetto, so che ci sono state proposte in passato da parte di grandi guru nel settore di fermare tutto e regolamentale; questa cosa c'è stata in Italia 10 anni fa con Google Translate, però diciamo che già all'epoca si erano resi conto che era un sistema pieno di falle per cui si era detto di fermarsi e migliorare.

Quindi su questa logica penso che anche per l'AI sia

capitato lo stesso, più di tanto non è importato perché non era conveniente e si è andati avanti.

Ad oggi in ogni caso, tutto quello che diamo in pasto all'AI: dalle foto a ciò che scrivi o ciò che dici, è li dentro e se io volessi dedicarci del mio tempo mi piacerebbe capire da dietro le quinte come funziona questo aspetto.

Quali sono quindi le red flag che ti verrebbe da suggerire?

Ma, secondo me, la red flag principale non è lo strumento quanto chi la utilizza. Tra queste ho anche in mente alcuni nomi specifici che si professano grandi guru ma è evidente che usano chatGPT per scrivere ogni cosa che fanno. Per cui può essere interessante chiedere un ritocco al proprio progetto ma non di più.

Un altro esempio sempre su questo filone è che un pò di tempo fa ci sono state delle locandine a persone non capaci di realizzarle e si vedeva che erano fatte con l'AI.

Quindi per me le red flag più grandi, secondo me, non sono tanto nello strumento o all'analisi dei dati, la red flag più grande è che siamo poco educati alla non-legalità e alla carenza di etica correlata cercando di apparire più belli ed esperti davanti agli altri ma in una maniera non sostenibile. Pertanto, secondo me, per queste ragioni, l'uso dell'AI andrebbe insegnato partendo dalla scuola nell'educazione etica.

...

Ma quindi cosa ne pensi per esempio dei sistemi di sintesi vocale? Hai anche un canale youtube e sei un influencer

e queste cose nel tuo settore stanno sempre di più diventando salienti.

Quello che non approvo comunque è quando un mio contenuto viene preso e viene spacciato per quello di qualcun altro. Se per esempio nell'ambito del videomaking prendi un mio video e lo rifai così com'è e non mi fa impazzire come cosa. Se però prendi un'AI che riesce a riprodurre la tua voce e a creare una versione efficiente, per esempio, senza errori di dizione allora ben venga.

Poi intendiamoci, quello che mi crea più fastidio è di qualcuno che copia il mio Tone of Voice quando scrivo qualcosa, avere uno strumento che da un testo può avere una versione di me capace di parlare in più lingue è anche meglio. L'unico vincolo che chiedo è solo che quanto penso rimanga mio e non ci siano persone che cerchino di impadronirsene presentandolo come loro.

Aspettative

Ma io premetto che quello che stiamo vivendo ora con l'AI mi ricorda molto quello che si è vissuto con Facebook 10-15 anni fa, per cui secondo me, non ci importa nulla di quello che comporta, basta che si ottenga il risultato.

Se mi chiedi come sarà in futuro l'AI però purtroppo non sono molto ottimista perché è uno strumento talmente potente che un po' va fuori controllo a un certo punto siccome se sei esperto ci puoi accedere con un URL. Perciò mi aspetto che a un certo punto ne venga compresa l'importanza e la si accetti a vari livelli.

Da cui prima dicevo di dare l'istruzione sin da piccoli. Per

farti capire, già oggi con uno smartphone, un bambino di 8-9 anni può accedere a tutto non essendo più stimolato.

Poi siamo noi, secondo me, come persone a avere il dovere di essere responsabili.

Secondo me siamo in quella fase intermedia dello sviluppo del paradigma che ancora non se ne è compresa l'importanza ma quando questo avverrà si imparerà anche come interagirvi. Sarà necessario quindi porre delle regole su come quando e in che modo usarlo.

Ad esempio, come funziona con l'auto, non puoi fare le strisce pedonali in autostrada...

Esatto, ci sono dei contesti in cui devi riconosce qual è quello giusto da quello sbagliato e qui decidere.

Pietro

Ruolo Art director, graphic designer, illustrator.
Esperienza lavorativa +18 anni.
Background Graphic design, art direction, visual design.

Mansione svolta

Io nasco come grafico per la visual e brand identity, successivamente ho allargato le competenze per esempio fino alla grafica per bambini. Il mio centro però rimane sempre la grafica e l'illustrazione per la brand identity.

Ho visto che su linkedin hai anche esperienze lavorative come Art Director?

Come ruolo ho quasi sempre fatto l'art director quando ho lavorato in varie agenzie. Però come competenze a livello progettuale sono più che altro su brand e illustrazione; so fare anche altro, ma il mio centro e quello che ti ho accennato prima.

Quali softwares usi?

Io uso solamente Illustrator con il mouse. Molti mi chiedono: " ma non sarebbe più facile con la tavoletta grafica?" Io però mi trovo bene così. Non è perché sono fossilizzato su questo quanto il mouse mi aiuta a contraddistinguere il mio stile, è come se fosse la mia mano alla fine.

Non so se hai visto quello che ho fatto ma sono molto geometrico e lineare come stile alla fine.

Poi, sia chiaro, se necessario non mi faccio problemi a usare anche gli altri software però uso principalmente questo.

E gli strumenti fisici?

Guarda sinceramente io non me ne sono mai interessato né li conosco. Anche l'illustrazione che vedi che sembra più classica è sempre o quasi fatta in digitale; poi se necessario so disegnare e produrre risultati a mano ma personalmente non mi interessa e non l'ho coltivato come stile: a me piace il geometrico e il digitale.

Interessi

Come integri i processi creativi nel tuo workflow?

Io innanzitutto faccio lavoro di ricerca cercando di ispirarmi, dopodiché faccio un bozzetto a mano molto veloce e dopodiché vado direttamente su illustrator.

Dopodiché c'è da fare attenzione. Molti clienti vogliono fare i grafici, e pensano di essere già grafici, però si basano molto sulla propria percezione estetica, questo non implica però che quello funzioni.

Oltre questo punto comunque, in genere, finisce la ricerca e mi metto a disegnare. Non avendo mai fatto un corso a tal proposito, il mio metodo è basato sul dialogo con il cliente. Da questo poi puoi tarare le idee di conseguenza. E' importante da questo punto di vista, secondo me, mettersi dietro il cliente, dare voce alle sue idee ma non

fare una cosa soltanto perché sei un artista.

Per me un'illustrazione che funziona non è quella che ti piace ma quella che serve.

Awareness & openess to AI integration

L'altro giorno ho giusto visto un sito in cui inserivi la tua immagine affianco a quello che dicevi e da esso simulava te che leggevi tutto il testo che avevi fatto in maniera perfetta.

Poi io non so a che punto si è arrivati con l'intelligenza artificiale, fino a poco tempo fa c'erano ancora molte sbavature nelle immagini generate.

Conosci esempi di AI?

In qualche modo è vero che l'intelligenza artificiale si sta ancora evolvendo ma anche un computer da solo può essere un'intelligenza artificiale anche se non come quella pensata ad oggi.

Si in questo caso si chiama NPU, Neural Processing Unit...

anche Photoshop, anche questo ora ha un'intelligenza artificiale all'interno.

Quali tools unendo tutti i punti che mi hai citato sino ad ora potrebbero essere più utili?

Per me nessuno. ovvero... potenzialmente tutti gli aiuti sono utili come il dopoing per lo sport, dopodiché quanto è lecito? Poi magari tra un mese posso cambiare idea però non mi sembra etico.

Per esempio, di recente c'è un cliente che mi ha chiesto

di realizzargli un marchio, c'è da fare un lavoro semantico nel capire quali concetti lo rappresentano, trovare le parole chiave, sintetizzarle, inserire il nuovo marchio, fare le prove colori. Anche solo per un marchio piccolo questo ti può portare via anche 7 giorni lavorativi. Con l'AI scrivi il settore a cui si riferisce il marchio, le parole e il senso che esso trasmette e dopodiché hai il risultato, in questo caso un'AI per questo sarebbe utile.

Poi un'altra cosa su cui c'è da fare attenzione sempre per i loghi per esempio è la tipografia, una volta stampato il logo reagisce differentemente a seconda del materiale, ma questo non necessariamente l'AI lo sa.

Preoccupazioni

(continua dal termine di awareness)... Poi certo anche la nonna del cliente può usare l'AI per fare il marchio simile perché va a vedere su internet e poi con l'AI copia...

Per me l'intelligenza artificiale è un'arma a doppio taglio, io penso che in futuro andrà a influire sulle piccole e medie aziende.

Quindi nello specifico quali sono le tue preoccupazioni?

Per me sono i softwares che ti fanno tutto in cinque minuti... La mia preoccupazione e poi che non ci sia più bisogno del grafico se per fare quello di cui attualmente sono richiesti 5 grafici ne basta uno.

Ci sono degli ambiti in cui percepiresti le AI più utili e altre in cui non vorresti un supporto?

Per me un supporto potrebbe essere attorno alle mansioni ripetitive. Però a livello progettuale la mia paura è che ci si

orienti sull'AI.

(continua dal modo in cui avrebbe piacere di essere supportato dall'AI) Ma quindi da quello che dici sembra che sia la mancanza di sentimento quello che per te non funziona...

Si, non so come hai fatto a capire che la penso così però, secondo me, quello che fa l'AI è freddo, non ha sentimento. Poi magari al cliente non gliene frega niente però a me l'AI non darebbe nulla, da parte mia poi tieni conto che sono della vecchia scuola e il cambiamento per me non è facile.

In genere quello che traspare dall'intervista al termine è la mancanza di fiducia non nello strumento di per sé quanto nel come vengono trattati i dati.

Supporto e community

In che modo avresti piacere di essere supportato dall'AI?

Te lo dico sincerante, non lo so. Perché, secondo me, per rispondere a questa domanda bisognerebbe conoscere tutti i meccanismi e potenziali campi.

Ipotizza che siano infiniti purché siano strumenti...

Io l'AI non so fino a che livello riesca a rielaborare le informazioni o rimanga sul basic.

Quali caratteristiche e canali preferiresti per apprendere l'AI?

Io mi aggiorno molto su internet, ad esempio instagram in cui per la grafica gira di tutto, per il resto può sembrare strano però mi aggiorno ancora sui libri. Oltre a questo

eventualmente anche dei corsi o dei workshops dedicati.

*"La tecnologia sta avanzando **più velocemente della capacità** umana di comprenderla e utilizzarla in modo efficace."*

Riccardo Farinasso

Ruolo	Creative senior manager.
Esperienza lavorativa	15 anni.
Background	Art direction, graphic design, product design.
Paese	Italia. Piemonte.

Mansione svolta

Io sono il direttore creativo del dipartimento loyalty di Jacala, un'azienda che opera nel settore del marketing e dei servizi digitali per il consumatore. Il mio focus principale è sulla creatività, sullo sviluppo e sul design dei prodotti. Mi occupo di campagne di loyalty per il mondo del food retail, che è il nostro core business: parliamo delle famose raccolte a bollini nei supermercati. L'obiettivo è premiare il consumatore per il suo comportamento virtuoso verso l'insegna, offrendo oggetti ispirazionali come coltelli di marca, prodotti per la casa o per bambini. Un esempio recente è stata la campagna per Esselunga con i coltelli Berkel, dove abbiamo curato ogni dettaglio, dal design del prodotto alla comunicazione della campagna. Questo tipo di progetti, anche se meno visibili, sono tra le campagne di marketing più grandi al mondo, coinvolgendo milioni di consumatori in breve tempo. Il mio team lavora in modo eclettico, integrando design, strategia e comunicazione per offrire una visione a 360 gradi su ogni progetto.

Tecniche e strategie

Nel mio lavoro, l'intelligenza artificiale gioca un ruolo chiave, ma la vedo come uno strumento per amplificare le capacità umane, non per sostituirle. Mi sono specializzato nell'uso di modelli di linguaggio (LLM), che trovo particolarmente utili per la fase strategica e creativa. L'intelligenza artificiale ci aiuta in tre macro-aspetti principali: organizzazione, ricerca e creazione. Per la parte organizzativa, utilizziamo strumenti come Microsoft Copilot per ottimizzare i flussi burocratici e operativi, migliorando la gestione delle informazioni e dei dati. In termini di ricerca, sfruttiamo modelli come GPT per brainstorming, analisi dei brief, decodifica delle informazioni e generazione di idee. Inoltre, per la creazione visiva e il design, utilizziamo strumenti come Adobe Sensei, MidJourney e Runway per sperimentare concept visivi e moodboard. La formazione è un pilastro del nostro approccio: insegniamo al team tecniche di prompting, semiotica e addestramento dei modelli. Non abbiamo specialisti unici, ma figure eclettiche capaci di gestire vari aspetti della tecnologia in modo integrato.

Un altro aspetto importante è l'uso del Chain of Thought Prompting e del Set Consistency per costruire prompt complessi e ottenere output precisi dai modelli. Usiamo anche AI per la generazione vocale, ad esempio con Eleven Labs, e per il sound design, rendendo l'intero processo più sperimentale e qualitativo. L'obiettivo non è solo velocizzare il lavoro, ma amplificare la scala e la qualità del risultato, sfruttando il tempo risparmiato per approfondire la progettazione strategica.

Challenges & problem-solving

Le sfide principali che di solito incontro riguardano l'adozione culturale e il dialogo con l'intelligenza artificiale. Uno dei problemi più legati alla prima di queste due 'challenges', per esempio, è la carenza di base culturale e metodologica nei giovani che però è essenziale per sfruttare a pieno strumenti così potenti. Questo punto secondo me è essenziale, la mente è come un muscolo ed è necessario allenarla costantemente per evitare di finire su una sedia a rotelle. Io e il mio team, infatti proprio per questo abbiamo seguito i corsi per comprenderla al meglio ma facciamo molta attenzione a non diventarne dipendenti. Nel pratico poi noi la utilizziamo molto in condizioni per il team difficili. Giusto per fare un'esempio, se è necessario controllare 120 pagine di un sito web durante la consegna notturna, l'Intelligenza artificiale ti può supportare molto in questo. Al tempo stesso però l'Ai può anche commettere allucinazioni per cui, per evitare rischi tendiamo a conoscerla a poco a poco, prima introducendola in microteams dedicati a progetti specifici, per poi gradualmente introdurla in contesti mirati sempre più ampi.

Considerazioni etiche

L'etica è un aspetto centrale del nostro utilizzo dell'intelligenza artificiale. Prima di attivare qualsiasi strumento, riflettiamo attentamente su come viene utilizzato e ci assicuriamo che non violi nessun principio etico. Abbiamo uno statuto con regole precise che guidano il nostro comportamento quotidiano. Non ci limitiamo a evitare contenuti provocatori o inappropriati, ma ci assicuriamo che ogni decisione, dall'inclusività nei

contenuti alla rappresentazione culturale, sia eticamente allineata ai nostri valori. Ad esempio, lavoriamo sia a monte che a valle per garantire che ogni fase, dal brief allo sviluppo, sia controllata e verificata. Il tema della sostituzione umana con l'intelligenza artificiale, per me, non rappresenta una vera minaccia: la tecnologia è uno strumento di supporto, non un sostituto della creatività umana.

Community e dialogo

Uno degli aspetti più importanti del mio lavoro è il dialogo all'interno dei team e con la comunità professionale. Lavoriamo in un sistema agile, creando microteam per ogni progetto, dove la collaborazione tra designer e intelligenza artificiale è essenziale. L'obiettivo è rendere il lavoro più motivante e qualitativo, permettendo ai designer di dedicare più tempo alla fase progettuale. Credo che la vera sfida per i designer e i comunicatori del futuro sarà meno tecnica e più progettuale. Bisogna saper costruire una base culturale solida, comprendere il mercato e adattare le proprie competenze alle necessità delle aziende. Ho sempre creduto che il design sia cultura e scienza, non solo arte. Per questo motivo, sto lavorando per proporre una visione dell'intelligenza artificiale come "intelligenza aumentata", un'opportunità per amplificare il potenziale umano, ma solo se usata con pensiero critico e consapevolezza.

Alla fine, il valore più grande che abbiamo è il tempo: se usiamo l'intelligenza artificiale per liberare tempo e concentrarci su ciò che conta davvero, possiamo raggiungere risultati straordinari. È una sfida continua,

ma sono convinto che con l'approccio giusto si possano integrare tecnologie avanzate in modo etico, efficace e significativo per migliorare il nostro lavoro e la società in cui operiamo.

"A volte, l'intelligenza artificiale può generare risultati che non sono eticamente accettabili, e in quei casi, ***spetta a me*** *esercitare un'adeguata curatela"*

Nina Sabina Caballero

Ruolo	Ai Artist.
Esperienza lavorativa	+30 anni.
Background	Marketing, coordinamento, Product marketing, Ai consulancy, fine art photography, painting, community managemen, brand ambassador.
Paese	Finlandia, Uusimaa.

Mansione svolta

Io nasco come artista dopo aver conseguito una Laurea quadriennale in pittura tradizionale in cui ho potuto apprendere arti pittoriche risalenti fino all'epoca rinascimentale. Questo ha influenato molto la mia carriera successiva, ho anche un background per la generazione di contenuti creativi e nel marketing digitale però l'esperienza acquisita nell'ambito artistico per me è la più importante. Nel corso del tempo ho poi acquisito anche competenze con le nuove tecnologie per creare opere sempre più innovative grazie alla quale ancora ad oggi lavoro pure come cinematografista. Da circa due anni però, ho scoperto l'intelligenza artificiale e questo mi ha influenzato molto. Attualmente quindi lavoro come Ai Artist e cinematografista.

Tecniche e strategie

Nel mio processo creativo, utilizzo la prompt engineering per generare immagini artistiche. Inizio definendo chiaramente il soggetto e l'atmosfera che voglio trasmettere nell'opera. Successivamente, utilizzo termini specifici e tecniche fotografiche per guidare l'intelligenza

artificiale nella creazione delle immagini. La comprensione di concetti come il chiaroscuro, le angolazioni fotografiche e le espressioni artistiche è fondamentale per ottenere risultati che abbiano un significato e un'espressività. Ogni prompt che creo è il risultato di una riflessione profonda su come posso adattare e modificare le mie richieste per ottenere l'effetto desiderato.

Challenges & problem-solving

Le mie challenges, più che riguardare direttamente l'intelligenza artificiale riguardano me stessa e le mie barriere mentali, ci sono momenti in cui non sempre produco risultati soddisfacenti e in queste situazioni, e cambiare approccio e formulazione del pensiero, mi permette di andare oltre. Generare con l'intelligenza artificiale in tal senso è molto simile a scattare una fotografia, se un termine non produce i risultati desiderati allora è necessario innanzitutto cambiare prospettiva e osservare la situazione da nuove prospettive. La continua integrazione di nuove prospettive però è anche parte normale del processo, potrebbe essere necessario ripetere la generazione anche diverse volte e in ognuna di queste potrei comprendere nuove prospettive anche di me stessa.

Considerazioni etiche

La questione etica è essenziale per il lavoro che svolgo come artista. Quello che produco con l'intelligenza artificiale può avere impatti anche importanti tra chi ne fruisce e non sempre i risultati generati. In quanto artista devo però essere consapevole delle storie che racconto e delle conseguenze che queste producono. Sulla base

di questo poi, non sempre l'Intelligenza artificiale genera risultati eticamente responsabili, è però in quei casi che spetta a me esercitare un'adeguata cautela. È importante che io agisca come custode dell'etica, decidendo cosa è giusto o sbagliato da mostrare al pubblico. La responsabilità è mia, poiché l'AI è solo uno strumento e la sua interpretazione dipende dalle mie indicazioni.

Community e dialogo

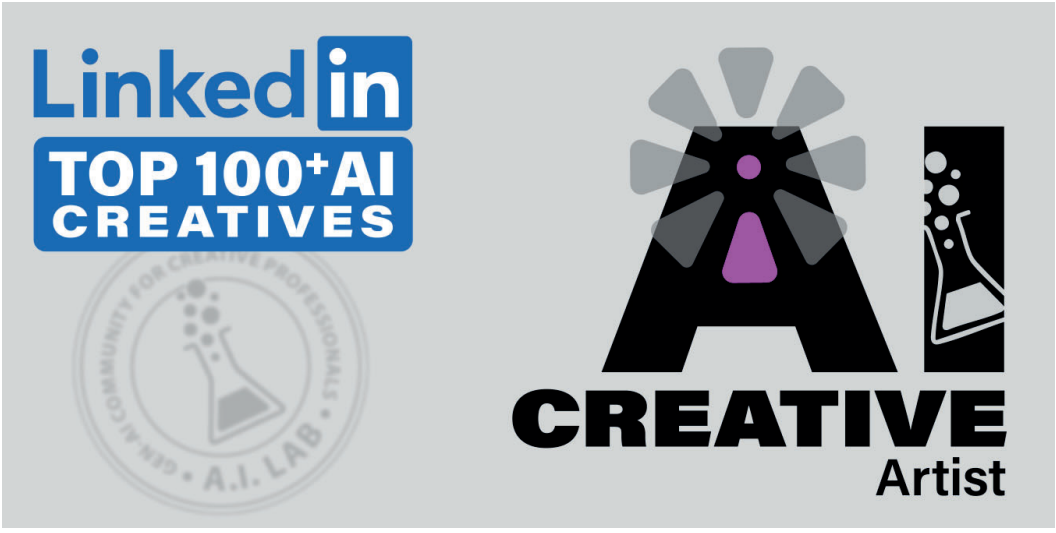
Credo fermamente nell'importanza della comunità e del dialogo per quanto riguarda il mio campo. Come puoi immaginare frequento regolarmente forum e gruppi riguardo l'intelligenza artificiale e penso che questi mi aiutino molto nell'apprendere e condividere. Qui poosso conoscere altri nuovi designers e artisti come me con cui scambiarci pareri, conoscenze e feedbacks. Ritengo questa rete sociale estremamente indispensabile per il mio lavoro siccome mi permette di aggiornarmi costantemente. Grazie a questo poi, sono sempre aperta a nuove collaborazioni e idee siccome sono anche molto convinta che il lavoro collettivo possa portare a scoperte incredibili e nuove idee.

Esempi di esperienze rilevanti

AI/CC

Direttore delle comunicazioni della community AI/CC.

Partner creativo per controllare la consistenza e credibilità dell'Ai di Luma AI: Dream machine.



Riconoscimento come una tra i 100 migliori creatori di generazioni Ai riconosciuti da Linkedin.

*"Spesso noto una **distanza tra i clienti e i progettisti**: chi progetta il modello ha una conoscenza approfondita del suo funzionamento, mentre gli utenti tendono a **"umanizzare" la macchina**, attribuendole caratteristiche che non possiede."*

Matsyendra Rai

Ruolo	Ai Prompt engineer.
Esperienza lavorativa	+ 10 anni.
Background	Ai prompt engineering.
Paese	India, Uttar Pradesh.

Mansione svolta

Mi chiamo Matsyendra e un po di tempo fa mi sono laureato in Ingneria Meccanica in cui ho potuto conoscere softwares come SolidWorks e AutoCAD. La mia professione principale ad ogni modo è il prompt engineering. Il mio lavoro è dato principalmente dal programmare modelli di linguaggio per generare risposte e che possano fornire feedbacks. Per fare ciò di solito utilizzo come metodologia principale il reinforcement learning e la mia mansione principale è proprio quella di valutare la qualità delle risposte del modello, perfezionarle e ripetere il processo per raggiungere dei risultati il più possibile ottimali. Queste perlomeno sono le mie competenze chiave, poi considera che il mio lavoro è focalizzato nell'ambito per l'ingegneria meccanica e della matematica in cui utilizzo linguaggi di programmazione come Python sebbene abbia competenze anche con C e C++.

Tecniche e strategie

Nel mio lavoro utilizzo diverse tecniche di prompting per migliorare la comprensione e le risposte dei modelli di

linguaggio. Tra queste ci sono la “few-shot prompting”, in cui fornisco esempi al modello per guidare la sua comprensione, e la “chain-of-thought prompting”, che consiste nel suddividere problemi complessi in passi più semplici, facilitando così l’elaborazione delle informazioni. Una volta ottenuto un risultato iniziale dal modello, applico metodi iterativi per perfezionarlo, come l’editing del testo e il reinforcement learning, che si basa sull’insegnare al modello se le risposte generate sono adeguate o meno. Dopo ogni iterazione, il modello viene testato su vari parametri, come accuratezza e completezza, e il processo continua finché non si raggiunge il livello desiderato di qualità.

Challenges & problem-solving

Le principali sfide che incontro nel mio lavoro derivano dalla tendenza del modello a “allucinare”, ossia a generare risposte incoerenti o errate. Ad esempio, se gli viene chiesto di spiegare la prima legge della termodinamica, potrebbe confonderla con la seconda legge. Inoltre, i modelli a volte faticano con domande di ragionamento numerico, come differenziare tra numeri interi, e possono fornire risposte sbagliate o non pertinenti. Per affrontare queste difficoltà, cerco di scomporre i problemi complessi in concetti di base che il modello possa comprendere. Un esempio pratico è stato calcolare l’efficienza di una turbina: ho dovuto prima spiegare al modello nozioni fondamentali come il calore fornito e il lavoro svolto, per poi costruire il concetto di efficienza. Questo approccio permette al modello di acquisire una comprensione più solida e di produrre risposte più accurate.

Considerazioni etiche

Riconosco che i modelli di linguaggio non sono ancora perfetti e spesso presentano bias nelle loro risposte. Questi bias possono essere di natura politica, tecnica o di altro genere, e rappresentano una sfida significativa nel mio lavoro. L'obiettivo è ridurre al minimo queste distorsioni e promuovere risposte più eque e inclusive. Anche se i progressi in questa direzione sono ancora limitati, lavoriamo costantemente per migliorare la neutralità e l'affidabilità delle risposte generate. È essenziale considerare l'impatto etico dei modelli di linguaggio, specialmente quando si definiscono i valori e le linee guida che influenzeranno il loro comportamento durante la fase di programmazione.

Community e dialogo

Un aspetto interessante del mio lavoro riguarda il dialogo tra chi sviluppa l'intelligenza artificiale e gli utenti finali. Spesso noto una distanza tra questi due gruppi: chi progetta ha una conoscenza approfondita del funzionamento, mentre gli utenti tendono a "umanizzare" la macchina, attribuendole caratteristiche che non possiede. Per quanto riguarda l'ambiente di lavoro, penso che l'integrazione del design e dell'intelligenza artificiale richiede un approccio interdisciplinare. I designer, in particolare, devono sviluppare competenze tecniche che vadano oltre la creatività tradizionale, per sfruttare al meglio le potenzialità dell'AI. Anche se questo rappresenta una sfida, credo che l'AI possa essere utilizzata in modo efficace per migliorare i processi esistenti e superare i limiti attuali.

*"Una delle **principali sfide** che ho affrontato è la competitività del settore delle start-up, in particolare nel campo dell'AI. Ogni volta che creavamo qualcosa di innovativo, c'era **sempre un grande player** come Zoom o Salesforce **pronto a lanciare un prodotto simile gratuitamente**."*

Martina Sartor

Ruolo	Ai product designer.
Esperienza lavorativa	+14 anni.
Background	UX Design, lead design, product design, strategist, UX/UI design, graphic design, digital design, project management.
Paese	Regno Unito, Londra.

Mansione svolta

Lavoro come product designer in vari ruoli, dato che ogni azienda ha le sue specificità e ogni contratto presenta diverse esigenze. Principalmente, mi occupo di design dell'interfaccia utente (UI) e dell'esperienza utente (UX), spesso ricoprendo anche posizioni di leadership, come quella di principal product designer nelle start-up. Ho una vasta esperienza che spazia da grandi corporation come HSBC a start-up emergenti, come quella a cui ho collaborato negli ultimi due anni, situata ad Austin, Texas. In questa start-up, ho avuto l'opportunità di lavorare in una fase iniziale del progetto, dove avevamo la libertà di esplorare diverse soluzioni, inclusa l'integrazione dell'intelligenza artificiale (AI) nel nostro prodotto.

Tecniche e strategie

Quando è uscita la versione 3 di GPT, abbiamo deciso di concentrarci sull'AI e di sviluppare un prodotto che potesse registrare chiamate, trascrivere riunioni e fornire analisi. Inizialmente, l'idea era piuttosto semplice: creare un riepilogo delle chiamate e identificare le azioni chiave. Ma il progetto è evoluto rapidamente, permettendoci

di analizzare i dati estratti e integrarli nel sistema di gestione delle relazioni con i clienti (CRM). Attualmente, lavoro per Blackbox, dove utilizziamo AI per analizzare le campagne pubblicitarie sui social media. Il nostro obiettivo è fornire ai clienti informazioni utili per migliorare le loro strategie pubblicitarie, aiutandoli a generare annunci più performanti basati sui dati raccolti.

Challenges & problem-solving

Una delle principali sfide che ho affrontato è la competitività del settore delle start-up, in particolare nel campo dell'AI. Ogni volta che creavamo qualcosa di innovativo, c'era sempre un grande player come Zoom o Salesforce pronto a lanciare un prodotto simile gratuitamente. Questo ha portato la nostra start-up a esaurire rapidamente le risorse senza aver creato nulla di veramente innovativo. Ora, con Blackbox, ci troviamo a dover affrontare l'inevitabile difficoltà di bilanciare l'uso dell'AI con la necessità di risultati concreti e affidabili. In questo contesto, la collaborazione con data scientists e altri team è fondamentale per analizzare i risultati e capire cosa funziona e cosa no.

Considerazioni etiche

Lavorare con l'intelligenza artificiale porta con sé una serie di considerazioni etiche. Una delle principali preoccupazioni è la fiducia degli utenti nei sistemi AI. Molti non si fidano dell'intelligenza artificiale, non solo per la questione della sicurezza dei dati, ma anche perché temono che i risultati non siano accurati. Il fenomeno noto come "hallucinazione dell'AI", in cui l'intelligenza artificiale fornisce informazioni errate o inventate, è un

problema reale e deve essere gestito con attenzione. La mia esperienza mi ha insegnato che creare linee guida e regole per l'utilizzo dell'AI è essenziale per ridurre il rischio di errori e per instillare fiducia negli utenti.

Community e dialogo

Negli ultimi tempi, ho notato un crescente interesse nella comunità per la trasparenza riguardo a come i dati vengono trattati e utilizzati. Molti designer e aziende stanno cercando di capire come comunicare in modo più chiaro le modalità di utilizzo dei dati, affinché gli utenti possano sentirsi più sicuri nell'interagire con i prodotti basati su AI. Inoltre, ho constatato che c'è una preferenza crescente per le comunicazioni scritte piuttosto che per le videochiamate, specialmente tra i dipendenti di grandi aziende. Questa tendenza potrebbe derivare dalla volontà di evitare malintesi o di proteggere informazioni sensibili, ma rappresenta anche un cambiamento culturale nella nostra generazione.

"L'etica ha un ruolo importante nel mio lavoro. ***Mi astengo dal creare*** *contenuti che potrebbero essere considerati non etici, come* ***deepfakes o prompt che sfruttano il lavoro di artisti famosi come Picasso.***"

Maribeth Woodford

Ruolo	Ai artist.
Esperienza lavorativa	+20 anni.
Background	Digital management, business management, marketing management, social media marketing.
Paese	USA, New Jersey.

Mansione svolta

Sono un'artista AI e un imprenditore che crea immagini uniche per le piccole imprese. Il mio lavoro consiste spesso nel sostituire l'uso di foto stock generiche con immagini uniche e personalizzate che si allineano e valorizzano l'identità e i valori del marchio di un'azienda. Ad esempio, ho lavorato con truccatori per progettare immagini che incorporassero i colori e i loghi del loro marchio. La mia abilità nell'AI si estende alla gestione dei social media, dove mi occupo di account per aziende, tra cui concessionarie di auto e studi legali. Questo comporta la creazione di post e immagini originali che riflettono lo stile e il marchio del cliente.

Tecniche e strategie

Di solito mi affido a diversi strumenti e piattaforme per creare la mia arte e gestire i progetti. il mio tool preferito è MidJourney, ma uso anche piattaforme come Seelab per le immagini incentrate sui prodotti, Luma AI per i video e Canva per ridimensionare e modificare le immagini. Pur non essendo un artista tradizionale che dipinge o disegna, utilizzo strumenti di AI per dare vita

alle mie idee creative. Il mio processo di progettazione si basa solitamente sulla scrittura di suggerimenti dettagliati per guidare l'IA nella generazione dell'immagine desiderata. A volte i suggerimenti più semplici funzionano meglio, ma in ogni caso essere specifici è essenziale per ottenere risultati unici. Spesso modifico i suggerimenti e miglioro le immagini generate dall'IA utilizzando strumenti come Canvaper regolare i colori.

Challenges & problem-solving

Una delle principali sfide che affronto è quella di allineare la mia visione artistica con le aspettative del cliente. Nel lavoro la percezione varia e mi opero per adeguarmi al cliente. Sono necessarie diverse iterazioni e revisioni per garantire il rispetto degli standard del cliente. Inoltre, la generazione di immagini attraverso l'IA non è così semplice come si pensa. La creazione è spesso caratterizzata da un processo di tentativi ed errori, soprattutto quando i risultati iniziali non soddisfano le aspettative. Un'altra difficoltà risiede nella creazione di suggerimenti che producano rappresentazioni diversificate e inclusive, soprattutto quando i modelli di IA sono intrinsecamente orientati verso certi stereotipi. Per esempio, a volte devo fare uno sforzo supplementare per generare immagini di diversi tipi di corpo, etnie e caratteristiche umane realistiche.

Considerazioni etiche

L'etica ha un ruolo importante nel mio lavoro. Mi astengo dal creare contenuti che potrebbero essere considerati non etici, come deepfakes o prompt che sfruttano il lavoro di artisti famosi come Picasso. Credo nel mantenimento

dell'originalità e nel rispetto della proprietà intellettuale. Inoltre, evito di generare immagini che potrebbero essere considerate esplicite o inappropriate, anche se tali risultati non sono intenzionali. Per esempio, una volta ho creato un'immagine di una modella in cui una parte del suo corpo era inavvertitamente esposta. Sebbene l'immagine fosse oggettivamente bella, ho sfocato le parti sensibili prima di condividerla. Il mio principio guida è quello di mantenere il mio lavoro pulito, reale e rispettoso. In ultima analisi, la responsabilità etica è della persona che sta dietro all'IA, che deve assicurarsi che la tecnologia sia usata in modo appropriato.

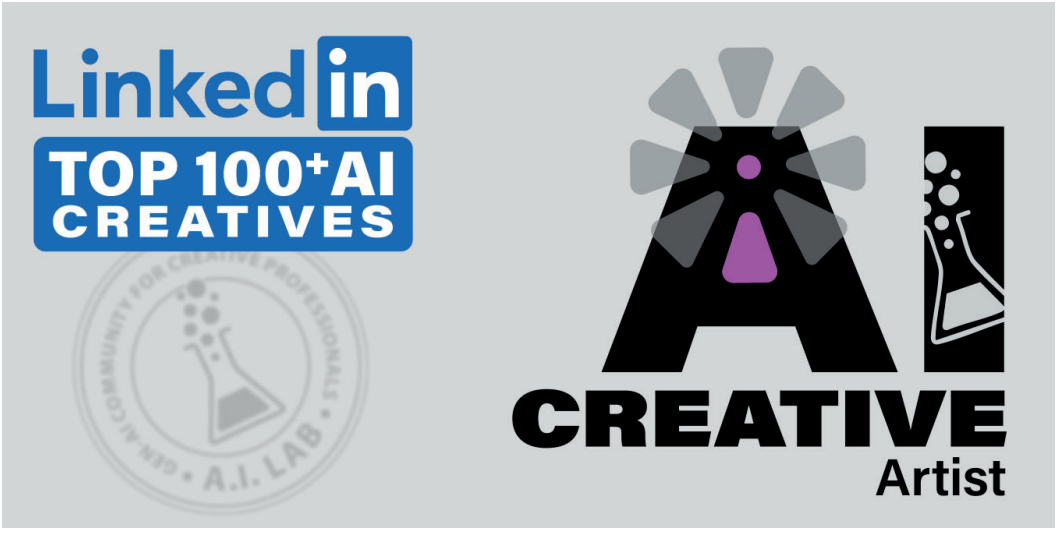
Community and Dialogue

La collaborazione con i clienti è centrale per il mio lavoro. Investo tempo per capire il loro marchio, la loro visione e il loro stile attraverso incontri e ricerche. Questo dialogo mi aiuta a produrre opere d'arte che rispondono ai loro obiettivi. Sebbene lavori principalmente da sola, occasionalmente affido compiti ad altri, come i graphic designer, per progetti di grandi dimensioni. Lavoro in modo indipendente ma do valore alla comunità e alla mentorship. Ho aiutato piccole aziende a capire come utilizzare l'IA in modo efficace, offrendomi anche di insegnare loro, se necessario. Una delle sfide che poi affronto è anche l'inclusività nei risultati dell'IA. Riconosco che i modelli di IA a volte riflettono i pregiudizi della società e mi sforzo di contrastarli promuovendo una rappresentazione diversificata nel mio lavoro. In generale, la mia capacità di collaborare, adattarmi e imparare dagli altri continua a migliorare la mia arte e le mie relazioni professionali.

Esempi di esperienze rilevanti

Miglior AI Content Creator del mese Marzo 2024. (Maribeth Woodford, n.d.)

Menzione d'onore per l'International Art Museum of America. (AIArtists, n.d.)



Riconoscimento come una tra i 100 migliori creatori di generazioni Ai riconosciuti da Linkedin nel 2024.

*"In sintesi, la mia esperienza si basa sull'**equilibrio** tra innovazione, responsabilità, ascolto dell'utente e collaborazione, con la **costante ambizione di rendere la tecnologia più accessibile**, sicura e utile per tutti."*

Jess Mendoza

Ruolo	A / UX Designer.
Esperienza lavorativa	+3 anni.
Background	UX Research, UX Design, research.
Paese	USA, California.

Mansione svolta

Attualmente lavoro come user experience researcher nel settore della finanza e delle tecnologie assicurative, un ambito che combina aspetti finanziari e assicurativi attraverso l'innovazione tecnologica. La mia formazione nasce da un dottorato in psicologia cognitiva sperimentale, dove ho studiato a fondo come gli individui interagiscono con la tecnologia, sia per l'apprendimento che per la memoria o la comunicazione. Questo background mi ha dato un punto di vista particolare: osservo come le persone percepiscono e utilizzano l'intelligenza artificiale, distinguendo diversi gruppi di utenti – dai curiosi ma timorosi, a chi la rifiuta, a chi invece vuole imparare e responsabilizzare gli altri. In questo panorama, mi identifico come chi desidera comprendere e spiegare l'AI, per usarla con consapevolezza e senza timori infondati.

Tecniche e strategie

Il mio approccio si fonda su una continua formazione autonoma: ho scelto, senza imposizioni dall'alto, di approfondire temi come il prompt engineering e la

generative AI, perché ho percepito la loro crescente importanza nel mio settore. Utilizzo strumenti come ChatGPT e Copilot per accelerare il workflow, preparare outline, semplificare comunicazioni tecniche e validare interpretazioni diverse, soprattutto quando collaboro con team di sviluppo. Il mio obiettivo primario rimane sempre l'utente: progetto e verifico che i percorsi siano chiari e centrati sulle reali esigenze, sostenendo metodologie di design thinking, empatia e rapid prototyping. La chiave di tutto è l'adattabilità: so che in ambiti come il fintech le esigenze cambiano velocemente, e serve capacità di bilanciare la prospettiva dell'utente, del business e della tecnologia, mantenendo sempre una mentalità agile.

Challenges & problem-solving

La sfida principale che incontro è la comunicazione inefficace, sia tra i vari team che verso il business. Spesso ci si trova di fronte a richieste non chiare o a problemi mal definiti, e il mio ruolo diventa quello di mediare, riportando l'attenzione sulle priorità emerse dalla ricerca, anche quando queste smentiscono le ipotesi iniziali dell'azienda. Puntare su una comunicazione precisa, sia scritta che verbale, aiuta a mantenere la coerenza tra le parti e a documentare in modo accessibile le decisioni, così che chiunque possa recuperare informazioni anche in caso di assenze o passaggi di consegne. Utilizzo dati qualitativi e quantitativi, e spesso mi affido allo storytelling per mostrare ai decision maker il percorso reale dell'utente, sostenendo le narrazioni con numeri e casi concreti per rafforzare la mia posizione.

Considerazioni etiche

Dal punto di vista etico, sono molto attenta a temi come bias, trasparenza e sicurezza dei dati nell'uso dell'intelligenza artificiale. Credo che la consapevolezza dei limiti e delle possibili distorsioni dei modelli LLM sia fondamentale: bisogna sempre verificare le risposte, proteggere la proprietà intellettuale e i dati sensibili, e suddividere le informazioni su più chat o sessioni per ridurre i rischi, anche ricorrendo a strategie per confondere eventuali sistemi di training. Mi impegno a promuovere l'AI literacy, cioè la cultura critica e responsabile nell'uso delle nuove tecnologie, preoccupandomi soprattutto di come queste possano impattare gruppi diversi, incluse le minoranze o chi ha meno accesso alle risorse. È necessario che l'etica e la formazione vadano di pari passo con lo sviluppo tecnologico, per evitare che la velocità dell'innovazione lasci indietro intere fasce della popolazione.

Community e dialogo

Credo profondamente nel valore della community e della collaborazione interdisciplinare. Ho trovato in alcune community professionali degli spazi sicuri dove poter imparare senza paura di essere giudicati, e mi impegno a favorire l'inclusione di persone curiose, anche se ancora inesperte. Ritengo fondamentale il networking come motore di crescita personale e professionale: condividere conoscenze, offrire supporto reciproco e creare legami autentici permette di accedere a nuove opportunità e di costruire un ambiente di lavoro più sano e stimolante. Soprattutto per chi, come me, sente la responsabilità di

rappresentare prospettive diverse – in particolare come persona di colore – è importante impegnarsi per un dialogo aperto, critico e inclusivo, dove la diversità sia vista come un valore e non come un ostacolo.

In sintesi, la mia esperienza si basa sull'equilibrio tra innovazione, responsabilità, ascolto dell'utente e collaborazione, con la costante ambizione di rendere la tecnologia più accessibile, sicura e utile per tutti.

*"Uno degli **ostacoli principali** è scrivere prompt efficaci per i modelli LLM: devono essere **chiari e precisi**, perché anche una **piccola ambiguità** può generare **comportamenti inattesi** e complessità nella gestione dei flussi conversazionali. "*

Karen Diya

Ruolo	Conversational Ai Designer, prompt designer.
Esperienza lavorativa	+3 anni.
Background	UX/UI design, CUX design, Conversational design.
Paese	India, Karnataka.

Mansione svolta

Lavoro come designer conversazionale presso Skit AI. Il mio percorso professionale è nato nel mondo dell'Intelligenza Artificiale conversazionale, iniziando dalla progettazione e costruzione di chatbot, per poi evolvere fino ai voicebot. Ormai sono circa tre anni che mi dedico a questo settore: la mia giornata lavorativa ruota intorno al design e allo sviluppo di agenti conversazionali, con particolare attenzione all'esperienza utente e all'efficacia delle interazioni tra umani e macchine. Il mio ruolo è molto trasversale: non solo mi occupo degli aspetti tecnici, ma anche di quelli creativi, come la definizione della "personalità" del bot e la scelta del tono di voce più adatto. Ogni progetto inizia con una fase di ricerca sugli utenti, prosegue con la progettazione e lo sviluppo vero e proprio del bot, fino al testing e all'ottimizzazione continua dopo il rilascio.

Tecniche e strategie

Nel mio lavoro considero fondamentali alcune tecniche e strategie. La base è una solida conoscenza di NLP (Natural Language Processing), NLU (Natural Language

Understanding) e NLG (Natural Language Generation), che permettono al bot di comprendere intenzioni, raccogliere entità e generare risposte naturali. Dedico molta attenzione alla distinzione tra dati qualitativi e quantitativi: i primi mi servono per costruire la personalità e il tono del bot, mentre i secondi sono indispensabili per misurare l'efficacia, monitorare i punti di drop-off e migliorare il percorso utente. Utilizzo sia piattaforme low-code—che stanno diventando sempre più popolari perché permettono di costruire rapidamente agenti sofisticati—sia modalità più tradizionali basate sul coding, a seconda delle esigenze. Dopo lo sviluppo, c'è un'intensa fase di testing, sia manuale sia automatizzata (ad esempio con imposter bot, che simulano utenti reali per scovare edge case). Una volta che il bot va live, monitoro metriche come il tasso di completamento delle conversazioni, i fallback e la frequenza con cui viene richiesto l'intervento umano, mentre dalla dashboard monitoro le iterazioni.

Challenges & problem-solving

Le sfide non mancano mai. Uno degli ostacoli principali è scrivere prompt efficaci per i modelli LLM: devono essere chiari e precisi, perché anche una piccola ambiguità può generare comportamenti inattesi e complessità nella gestione dei flussi conversazionali. La latenza è un'altra spina nel fianco: è fondamentale ottimizzare i tempi di risposta, perché gli utenti percepiscono subito ogni rallentamento. Inoltre, la raccolta e l'incorporazione dei feedback post-lancio richiede molta attenzione: ogni piattaforma gestisce i dati in modo diverso, e bisogna saper adattare il processo di retraining per mantenere

la coerenza e la qualità del bot nel tempo. La varietà dei modelli e la quantità di dati necessari per addestrarli comportano anche sfide economiche notevoli: più il modello è grande e sofisticato, maggiori sono i costi di sviluppo e mantenimento.

Considerazioni etiche

Nel mio lavoro, l'etica è sempre in primo piano. Ho imparato che progettare bot significa anche tutelare la privacy e la sicurezza degli utenti: ogni interazione è potenzialmente sensibile, quindi devo garantire che il sistema sia trasparente, sicuro ed equo. Questo riguarda sia la gestione dei dati, sia il modo in cui i bot sono progettati per interagire con le persone. Cerco di mantenere un equilibrio tra efficienza e rispetto per l'utente, evitando che la tecnologia sopraffaccia la componente umana. L'obiettivo è costruire agenti che sappiano essere utili, rispettosi e affidabili.

Community e dialogo

Sono profondamente convinta che la crescita professionale dipenda dallo scambio continuo con la community. Partecipo attivamente a discussioni, condivido post e suggerimenti su strumenti come Retail AI, Voice Flow e Hume AI. Credo molto nell'importanza di esplorare nuove piattaforme e di confrontarmi con altri professionisti: ogni domanda che mi viene posta è uno stimolo a riflettere, a studiare ancora, a migliorarmi. Sono sempre aperta al dialogo e pronta a dare il mio contributo, perché ritengo che solo attraverso la contaminazione di idee e competenze si possa far evolvere davvero il settore dell'intelligenza artificiale conversazionale.

"Prima di tutto, bisogna saper bilanciare i ***bisogni degli utenti*** *con i* ***vincoli tecnici*** *ed economici. Serve sempre un occhio attento sulla fattibilità:* ***quanto tempo*** *ci vorrà?* ***Quanto costerà****? E, soprattutto,* ***cosa serve*** *davvero agli utenti? "*

Yan Visnepolsky

Ruolo	Principal UX researcher.
Esperienza lavorativa	+15 anni.
Background	Business analysis, UX design, lead UX research, principal UX research.
Paese	USA, New York.

Mansione svolta

Mi presento: nella mia carriera mi definisco principalmente come user experience researcher, non user experience designer, e ci tengo a sottolineare la differenza. Il mio lavoro consiste nel parlare con gli utenti, osservare i loro comportamenti, analizzare metriche sia qualitative che quantitative, per capire davvero cosa serve loro e cosa si aspettano dai prodotti che utilizzo. Negli anni ho lavorato soprattutto su prodotti business per aziende di settori regolamentati come finanza, sanità, enti governativi e anche per le Nazioni Unite. Ho avuto esperienze molto diverse: dalla gestione di una mia agenzia di UX, all'insegnamento in diverse scuole, fino al lavoro di ricerca su utenti multilingue negli Stati Uniti. Oggi, da freelancer, mi occupo di progetti brevi e mirati, portando avanti anche una scuola e un podcast interamente dedicati all'incontro tra UX e intelligenza artificiale.

Tecniche e strategie

Nel mio lavoro utilizzo diversi framework – jobs to be done, design thinking e altri ancora – perché ogni team

e ogni cultura aziendale ha i suoi approcci preferiti. La chiave di tutto resta, però, la comprensione profonda dei bisogni dell'utente: solo così si può capire se abbia senso integrare l'intelligenza artificiale in un prodotto. Non bisogna mai aggiungere AI solo perché "fa figo": l'AI è uno strumento, non una bacchetta magica, e va usata solo dove può davvero fare la differenza. È fondamentale anche avere ben chiari i limiti e le potenzialità dell'AI, così come quelli del progetto in termini di budget e tempistiche: spesso, specie per chi lavora su tesi o progetti con risorse ridotte, la soluzione migliore è affidarsi ad API già pronte invece di pensare di costruire un modello da zero.

Challenges & problem-solving

Le sfide non mancano mai. Prima di tutto, bisogna saper bilanciare i bisogni degli utenti con i vincoli tecnici ed economici. Serve sempre un occhio attento sulla fattibilità: quanto tempo ci vorrà? Quanto costerà? E, soprattutto, cosa serve davvero agli utenti? Spesso il mio compito è proprio quello di portare la voce degli utenti sul tavolo, ma la decisione finale spetta al product manager, che deve mediare tra UX, sviluppo, visione di prodotto e limiti di budget. Un'altra sfida importante è adattarsi a contesti e culture molto diversi: quello che funziona negli Stati Uniti può non funzionare in Italia o in India. Bisogna parlare con utenti locali, conoscere le loro abitudini e, quando serve, affidarsi a ricercatori madrelingua per non perdere nessuna sfumatura.

Considerazioni etiche

Il tema etico mi sta molto a cuore: bias, trasparenza e responsabilità sono questioni che non si possono ignorare

quando si lavora con l'intelligenza artificiale. Nel design process, è fondamentale porsi sempre domande su come l'AI prende decisioni, come vengono gestiti i dati degli utenti e come si possono riconoscere – e correggere – i pregiudizi che i modelli possono introdurre. Non c'è mai una risposta semplice, ma quello che posso dire è che bisogna rimanere sempre vigili, informarsi e confrontarsi: su questi temi dedico interi episodi del mio podcast, proprio perché non bastano due minuti per affrontarli davvero.

Community e dialogo

Credo molto nel valore della community e del dialogo continuo. Per questo insegno, tengo un podcast e ho fondato una scuola: voglio offrire uno spazio dove chiunque si occupi di UX e AI possa imparare, confrontarsi, trovare strumenti pratici e ispirazione. Sono convinta che nessuno abbia tutte le risposte e che solo parlando con persone di background diversi, da paesi diversi, si possano costruire prodotti migliori e davvero inclusivi. Consiglio sempre di ascoltare tante voci diverse, di non aver paura di sperimentare e, quando serve, di chiedere aiuto o feedback: non c'è crescita senza confronto diretto e sincero.

*"Un altro aspetto cruciale è **l'integrazione tra Ai e design**. Non è l'intelligenza artificiale in sé a dover essere analizzata, ma **l'uso che se ne fa**".*

Lea Magnano

Ruolo	UX Design &strategy, Ai trasparency consultant.
Esperienza lavorativa	+2 anni.
Background	UX design, Ai consultant, Project management.
Paese	Paesi Bassi, Olanda Settentrionale.

Mansione svolta

Lavoro in un'azienda chiamata Rite, che si occupa principalmente di consulenza legata al tema del Responsible AI. La nostra azienda non offre un prodotto specifico, ma sviluppiamo internamente metodologie e framework che consigliamo ai clienti per integrare l'intelligenza artificiale (IA) nei loro processi in modo responsabile.

Etica

Quando parliamo di "responsabile," adottiamo una visione olistica, analizzando diversi aspetti: da quelli tecnici come safety, cyber security e accessibilità, fino a quelli più umani, come diritti umani, bias, discriminazione e governance dei dati. Non tutti i clienti sono interessati a tutti questi aspetti, ma il nostro approccio si concentra sui rischi, senza dire "questo non lo puoi fare," ma piuttosto indicando come mitigare i rischi per proseguire in sicurezza.

Nel mio ruolo, mi occupo principalmente del lato umano dell'IA, come diritti umani, discriminazione e

accessibilità, argomenti in cui mi sento più competente. Non ho invece una formazione tecnica in settori come la sicurezza, e questo può essere un limite. Inoltre, aiuto a rendere i metodi e gli strumenti più accessibili per le aziende, occupandomi anche di comunicazione e branding per spiegare il nostro lavoro al mondo esterno. Anche se utilizzo strumenti come ChatGPT, non faccio un uso intensivo dell'IA per il mio lavoro, in parte perché molte applicazioni non si adattano al nostro approccio etico.

Challenges & problem-solving

In realtà, il mercato dell'IA sta attraversando una fase di confusione. Alcune aziende si buttano a capofitto per essere tra le prime ad adottare la tecnologia, mentre altre restano scettiche, limitandosi a osservare o delegare la ricerca a tirocinanti. Tuttavia, c'è un problema di fiducia: molti percepiscono l'IA come intrinsecamente inaffidabile. Questo scetticismo è amplificato dalla scarsa trasparenza nei processi aziendali, specialmente quando ci sono più attori coinvolti nello sviluppo e nell'implementazione dell'IA. Ad esempio, alcune aziende utilizzano modelli sviluppati da terzi, come quelli di Microsoft, e non hanno controllo su quali dati vengano utilizzati o come vengano trattati.

Un altro aspetto cruciale è l'integrazione tra IA e design. Non è l'intelligenza artificiale in sé a dover essere analizzata, ma l'uso che se ne fa. Per esempio, l'AI Act europeo si concentra sul purpose, ovvero sull'obiettivo di un'applicazione. I rischi e il modo di affrontarli variano molto in base al contesto d'uso, che sia un ambiente professionale o aperto al pubblico. Questo rende ogni

caso unico, rendendo difficile standardizzare i metodi di lavoro. L'AI è un campo nuovo, e nuovi rischi emergono costantemente. Per questo, la nostra azienda si dedica sia alla ricerca sui nuovi sviluppi tecnologici, sia alla comprensione delle esigenze delle aziende, sviluppando strumenti utili e personalizzati.

Un problema che riscontriamo spesso è la disinformazione. Molte aziende non sanno nemmeno da dove iniziare o quali figure professionali coinvolgere. Spesso si rivolgono a studi legali, ma gli avvocati non hanno le competenze tecniche per comprendere l'IA. Allo stesso modo, gli ingegneri spesso non riescono a immaginare l'impatto sociale dei modelli che sviluppano. Per questo promuoviamo il nostro tool, che permette a figure professionali diverse di collaborare, sfruttando le loro prospettive complementari. I designer, in particolare, potrebbero avere un ruolo importante, ma questa loro potenzialità non è ancora ben capita dal mercato. I designer sono abituati a considerare diversi punti di vista e a tradurli in esperienze concrete, ma spesso il loro contributo non viene valorizzato.

Community & dialogue

Uno dei metodi che proponiamo è un tool open source che aiuta le aziende a valutare i rischi legati all'IA. Si tratta di un mazzo di carte, ognuna delle quali rappresenta un rischio specifico con raccomandazioni su come affrontarlo. Al momento, ci sono 86 carte, ma stiamo lavorando a un aggiornamento. Questo strumento è nato per aiutare le aziende che sviluppano modelli, ma stiamo ora lavorando a una versione più adatta a chi acquista modelli da terzi. Il nostro obiettivo è rendere l'IA accessibile, sicura e

socialmente responsabile, motivo per cui il tool non può essere utilizzato commercialmente, essendo distribuito con licenza open source.

Ritengo che la formazione ideale per chi lavora con l'IA sia multidisciplinare. È fondamentale avere team con competenze tecniche, legali e umane che collaborano tra loro. A livello accademico, consiglio di specializzarsi in un aspetto specifico dell'IA, come leggi o diritti umani, e poi approfondire i collegamenti con l'IA. È troppo complesso per una sola persona padroneggiare tutti gli ambiti.

*"La tradizionale **mentalità "coloniale"** del design, dove il progettista prende ciò che gli serve dalla comunità e impone soluzioni, è qualcosa che **mi impegno a evitare**. **Preferisco facilitare un dialogo equilibrato**, dove tutti i partecipanti, inclusi utenti, tecnici ed esperti etici, abbiano voce in capitolo".*

Kyle Godbey

Ruolo	Senior service designer.
Esperienza lavorativa	+25 anni.
Background	Management, process management, principal service design, customer experience, marketing, account management, admin.
Paese	USA, Virginia.

Mansione svolta

Attualmente, lavoro come designer transcontestuale, il che significa che mi muovo attraverso diversi domini, applicando il design partecipativo e focalizzandomi principalmente sulla strategia. Anche se il mio background è legato al design di processi, ultimamente mi trovo più spesso coinvolto in ruoli di design strategico e di servizio, con una forte enfasi sul design organizzativo. In particolare, sto lavorando all'interno di grandi ecosistemi di dati, come quello di Home Depot, dove mi occupo della strategia per i dati dei clienti. Il mio ruolo consiste nel facilitare il dialogo e nel creare connessioni tra team diversi, affrontando concetti complessi come la "single source of truth" (fonte unica di verità), che spesso manca di una definizione comune all'interno di organizzazioni ampie e frammentate.

Tecniche e strategie

Una delle tecniche che adotto è l'uso del linguaggio naturale e della tecnologia NLP (Natural Language Processing) per superare i limiti delle tassonomie tradizionali. Ad esempio, invece di chiedere agli utenti

di classificare dati come “rischi di prodotto” o “rischi di processo”, invito le persone a descrivere liberamente il loro lavoro con parole semplici. Questo approccio genera blocchi di testo che vengono analizzati per identificare tendenze e connessioni tra concetti, senza imporre una categorizzazione rigida. L’obiettivo è facilitare la collaborazione tra team, non abbattendo i silos organizzativi, ma trovando modi per connetterli e valorizzarne la diversità. Uso metafore come il navigare in acque aperte per spiegare l’importanza di essere sensibili ai cambiamenti e di adattarsi dinamicamente, piuttosto che cercare di imporre soluzioni rigide come un GPS che funziona solo in ambienti già noti.

Challenges & problem-solving

Tra le sfide principali c’è il superamento della mentalità orientata al “minimum viable product” (MVP), che spesso porta a soluzioni a breve termine e riduttive. Questo approccio può sembrare efficiente, ma tende a ignorare le complessità e le interconnessioni a lungo termine, creando problemi che emergono anni dopo. Un altro ostacolo è rappresentato dai sistemi di ricompensa nelle organizzazioni, che premiano risultati immediati e misurabili, scoraggiando approcci più esplorativi e iterativi. Inoltre, molte persone, inclusi i leader, si sentono a disagio nell’ammettere di non avere risposte certe. Tuttavia, credo che riconoscere l’incertezza e adottare un approccio sperimentale sia essenziale per affrontare problemi complessi e per costruire soluzioni sostenibili nel tempo.

Considerazioni etiche

Un aspetto cruciale del mio lavoro è la consapevolezza

delle dinamiche di potere e della possibilità di sfruttamento, specialmente nel design partecipativo. La tradizionale mentalità "coloniale" del design, dove il progettista prende ciò che gli serve dalla comunità e impone soluzioni, è qualcosa che mi impegno a evitare. Preferisco facilitare un dialogo equilibrato, dove tutti i partecipanti, inclusi utenti, tecnici ed esperti etici, abbiano voce in capitolo. Anonimato e fiducia sono fondamentali, specialmente in progetti delicati come quelli legati alla diversità, equità e inclusione (DEI). In un caso specifico, ho utilizzato uno strumento chiamato Sensemaker, che consente alle persone di raccontare storie anonime e di codificarle da sole, riducendo il rischio di manipolazione e aumentando la fiducia nella raccolta di dati sensibili.

Community e dialogo

Credo fermamente che il design debba essere partecipativo e che gli utenti debbano essere coinvolti attivamente nel processo. Non si tratta solo di invitarli a riunioni o workshop, ma di dare loro un vero senso di proprietà. Questo approccio non solo migliora la qualità del prodotto finale, ma crea anche advocacy e connessioni più profonde con la comunità. Tuttavia, sono consapevole che garantire l'equilibrio tra trasparenza e protezione dei dati è una sfida, soprattutto negli Stati Uniti, dove la paura di ritorsioni e la mancanza di sicurezza sociale rendono molte persone riluttanti a condividere apertamente. Per affrontare queste preoccupazioni, adotto strategie come l'anonimizzazione dei dati e la rimozione di identificatori personali, oltre a offrire opzioni per partecipare in modi meno invasivi, come solo tramite audio.

*"Trovo che la capacità di **scrivere prompt** efficaci sia fondamentale per ottenere risultati utili, ma non tutti hanno questa competenza, e a volte noto **difficoltà nei miei colleghi**".*

Karan Chahal

Ruolo	Senior ai copywriter, content writer.
Esperienza lavorativa	+7 anni.
Background	Content writing.
Paese	India, Karnataka.

Mansione svolta

Mi occupo principalmente di progettare puzzle per giochi mobili, quindi il mio ruolo è legato alla creazione di contenuti, anche se ufficialmente sono definito un content writer. Attualmente sto lavorando a un gioco di ricerca di parole, un classico gioco che si può immaginare su un dispositivo mobile. Il mio compito è progettare i puzzle che i giocatori affronteranno in futuro. Negli ultimi sei mesi, mi sono occupato principalmente della localizzazione del gioco in 22–23 lingue. Ho lavorato con un team di data science, ma la maggior parte del contenuto è stata generata utilizzando l'intelligenza artificiale (AI). Mi sono dovuto occupare anche del controllo qualitativo di ciò che l'AI produceva, soprattutto perché non tutto il contenuto generato automaticamente rispettava i criteri richiesti.

Tecniche e strategie

Quando utilizzo l'AI nel mio lavoro, il processo è molto iterativo. Ad esempio, uso modelli come ChatGPT o Claude per generare grandi quantità di contenuti nelle prime fasi di sviluppo. Successivamente, effettuo un

controllo qualitativo per verificare che il contenuto soddisfi le aspettative. Ho strutturato un sistema organizzato per i prompt che utilizzo: creo un messaggio complesso e dettagliato, con una sezione iniziale che spiega il contesto e una parte in punti che definisce regole e vincoli chiari. Questo approccio aiuta l'AI a comprendere meglio le mie esigenze. Ad esempio, se lavoro su puzzle di parole, specifico parametri come lunghezza delle parole, lingua e altre limitazioni tecniche legate al design del gioco. Rispetto all'anno scorso, i modelli AI sono migliorati nella capacità di ricordare il contesto e di lavorare su progetti più complessi, rendendo il processo più fluido rispetto al passato.

Challenges & problem-solving

Un problema comune che incontro nell'uso dell'AI è che spesso il modello ignora selettivamente alcune istruzioni. Ad esempio, se chiedo 100 parole di tre lettere, potrebbe includere parole di quattro o cinque lettere nella lista. Inoltre, l'AI tende a generare una quantità limitata di dati coerenti, il che rappresenta una sfida quando ho bisogno di grandi dataset. Ci sono anche momenti in cui l'AI si scusa ripetutamente invece di correggere un errore, il che rende il processo frustrante. Tuttavia, cerco sempre di essere chiaro e preciso nei prompt, affinando il processo attraverso tentativi ed errori. Ad esempio, ho imparato a salvare i prompt più efficaci per non doverli riscrivere ogni volta. Questo approccio mi ha permesso di ridurre il tempo necessario per raggiungere i risultati desiderati, ma richiede comunque un lavoro manuale per verificare e correggere il contenuto generato.

Considerazioni etiche

L'etica è un aspetto importante nel mio lavoro. Ad esempio, quando generiamo parole o contenuti, mi assicuro che siano adatti a un pubblico di tutte le età. I giochi che sviluppiamo devono essere family-friendly, quindi specifico nei prompt che non devono essere incluse parole offensive o inappropriate. Inoltre, ho avuto esperienze curiose con l'AI: una volta ho chiesto a ChatGPT di suggerirmi una scusa per prendere un giorno di permesso, ma si è rifiutato per motivi etici. Questo mi ha fatto riflettere sul fatto che gli sviluppatori di AI stiano cercando di integrare principi etici nei modelli, il che è positivo. In futuro, credo che le sfide etiche diventeranno più complesse man mano che l'AI evolverà e si baserà sempre più sui dati forniti dagli utenti.

Community e dialogo

Nel mio team, il lavoro interdisciplinare non è così frequente, ma l'AI viene utilizzata principalmente per contenuti e arte. Abbiamo provato a integrarla anche nella UX, ad esempio tramite strumenti come Figma, ma con risultati limitati. Dal punto di vista del dialogo, tendo a collaborare con altre figure professionali definendo chiaramente i miei obiettivi e aspettative. Trovo che la capacità di scrivere prompt efficaci sia fondamentale per ottenere risultati utili, ma non tutti hanno questa competenza, e a volte noto difficoltà nei miei colleghi. Per me, questa abilità è venuta naturalmente grazie al mio background come content writer, ma credo che sia una competenza che dovrebbe essere sviluppata per migliorare l'efficienza del lavoro.

In sintesi, vedo l'AI come uno strumento potente ma non autonomo. Deve essere considerata come un supporto per ridurre il carico di lavoro, lasciando agli esseri umani il compito di rifinire e perfezionare i risultati. L'importante è non aspettarsi che l'AI fornisca un prodotto finito, ma usarla come un acceleratore dei processi creativi e operativi.

Esempi di esperienze rilevanti

Ai Copywriter per giochi della casa madre Play Simple Games e miglioni di downloads associati.

*"**Non credo che l'AI "rubino" il lavoro** agli artisti. A mio avviso, **l'apprendimento dell'Ai non è diverso da quello umano**: gli artisti studiano le opere di altri artisti per migliorarsi, e non vedo perché le macchine non possano fare lo stesso".*

Jean-Baptiste Grossetti

Ruolo	Ai Artist.
Esperienza lavorativa	+14 anni.
Background	Ai content creation, Ai teacher, Content marketing management, event management, public relation management, marketing brand communication management.
Paese	Francia, Occitania.

Mansione svolta

Mi occupo di diverse attività professionali. Il mio lavoro principale è quello di content marketer per un'azienda chiamata Quadient. È una grande realtà con base in Francia, ma molto attiva in Nord America e nel resto del mondo. Sono responsabile per la produzione di contenuti di marketing in lingua francese, il che significa che scrivo, creo e organizzo tutto il materiale necessario per il mercato francofono. In questo ruolo, utilizzo l'AI in diversi modi: per scrivere, iterare, raccogliere dati e cifre, e persino per creare contenuti visivi, anche se l'azienda ha un'agenzia interna di design che si occupa dei visual. A volte, però, modifico o sostituisco immagini con quelle generate tramite AI, specialmente per i social network. Oltre a questo, sono anche un'artista AI e realizzo opere su commissione, alcune delle quali vengono create dal vivo durante eventi. Infine, formo aziende e professionisti sull'uso dell'AI nei loro flussi di lavoro, avendo tenuto corsi in diverse business school e per varie aziende.

Tecniche e strategie

Quando si parla di prompt engineering, penso che questa

disciplina stia rapidamente perdendo rilevanza. In passato, era cruciale sapere come strutturare un prompt complesso per ottenere i risultati desiderati, ma oggi gli strumenti AI stanno diventando sempre più accessibili e intuitivi. Ad esempio, piattaforme come MidJourney hanno integrato funzionalità che permettono di caricare moodboard o codici di personalizzazione, eliminando la necessità di prompt elaborati. La mia strategia per ottenere risultati visivi, ad esempio, parte spesso dall'esplorazione di immagini già esistenti in MidJourney, analizzando i prompt utilizzati per quelle immagini e creando moodboard con riferimenti visivi specifici. In questo modo, riesco a ottenere il risultato che desidero senza dovermi affidare a prompt troppo dettagliati o complessi. La chiave, secondo me, non è più essere un esperto di prompt, ma conoscere le piattaforme giuste e saperle utilizzare in modo complementare.

Challenges & problem-solving

Nonostante i progressi, ci sono ancora sfide significative. Ad esempio, ottenere stili visivi specifici, come un'immagine che sembri scattata da uno smartphone ma con una composizione professionale, è ancora complicato. I modelli AI tendono a eccellere in stili estremamente elaborati o estremamente basici, ma faticano con ciò che sta nel mezzo. Un'altra difficoltà che ho affrontato riguarda la creazione di nuovi personaggi. Una volta ho cercato di generare un personaggio ispirato a un mouse da computer, con un'estetica simile a quella di Pixar, ma ottenere un risultato convincente è stato molto difficile e il risultato finale non era esattamente come lo immaginavo.

In questi casi, utilizzo un approccio iterativo, combinando diversi strumenti come MidJourney e Ideogram per migliorare progressivamente il risultato. Questo processo di "andata e ritorno" tra più piattaforme mi permette di superare molte limitazioni tecniche.

Considerazioni etiche

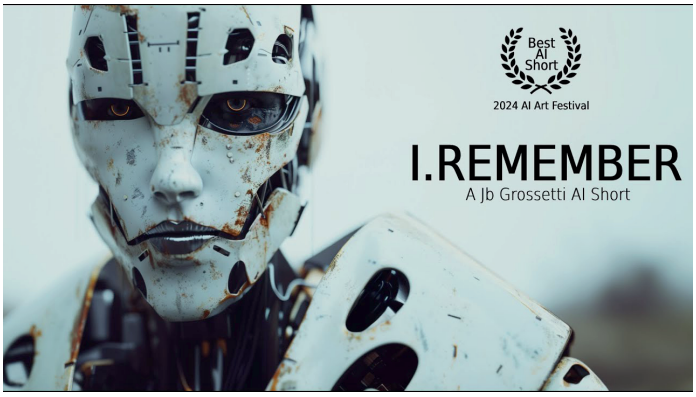
Per quanto riguarda l'etica, non è un aspetto che mi preoccupa particolarmente nel mio lavoro quotidiano. L'unica situazione che considero potenzialmente problematica è l'utilizzo dell'AI per generare immagini di persone reali o famose, cosa che potrebbe avere implicazioni legali. Tuttavia, non credo che l'AI "rubino" il lavoro agli artisti, nonostante il dibattito in corso sul fatto che i modelli siano addestrati su dati di artisti. A mio avviso, l'apprendimento degli AI non è diverso da quello umano: gli artisti studiano le opere di altri artisti per migliorarsi, e non vedo perché le macchine non possano fare lo stesso. Certo, un utilizzo scorretto, come replicare esattamente lo stile di un artista e spacciarlo per proprio, potrebbe essere considerato non etico, ma lo stesso vale per gli esseri umani che copiano direttamente gli altri.

Community e dialogo

Trovo che l'AI stia abbattendo molte barriere tra ruoli professionali, specialmente nel design. Con un po' di competenza nell'uso degli strumenti AI, una persona può ricoprire più ruoli contemporaneamente, come grafico, copywriter e designer UX/UI. Questo è particolarmente evidente nella creazione di video, dove un progetto che prima richiedeva un'intera squadra e budget elevati può ora essere gestito da una sola persona con costi molto più

bassi e in tempi ridotti. La collaborazione interdisciplinare, quindi, diventa più fluida grazie all'AI, anche se rimane importante conoscere le basi di ogni disciplina per sfruttare al meglio queste tecnologie. In definitiva, credo che l'AI abbia un enorme potenziale per semplificare processi complessi e democratizzare l'accesso a competenze tecniche, creando nuove opportunità per i professionisti di ogni settore.

Esempi di esperienze rilevanti



Regista creatore e produttore del corto I Remember, vincitore del premio Ai Award all'evento 2024 AI Award festival con sede a Milano.

Regista creatore e produttore del corto City of Angels, vincitore del premio del miglior cortometraggio Ai di Foundation Unbroken.

AI/CC

AI Content Creator per la community AI/CC dal 2023.

*"Credo fermamente che l'AI debba essere vista come un **supporto e non come una sostituzione della creatività umana**. La responsabilità nell'uso di queste tecnologie è essenziale per garantire che i risultati siano etici e affidabili".*

Giovanni Di Lauro

Ruolo	UX Designer.
Esperienza lavorativa	+1 anno.
Background	UX research.
Paese	Italia, Piemonte.

Mansione svolta

Lavoro come UX designer presso Tripodsense Reply, un'agenzia di consulenza nel settore IT. Nonostante io sia ancora in fase di completamento della mia tesi, sono attivamente coinvolto nella progettazione e realizzazione di contenuti creativi. Le mie mansioni includono la ricerca, l'analisi dei competitor e la definizione di soluzioni progettuali in risposta alle esigenze dei clienti. Sono parte di un team che lavora a stretto contatto con designer e sviluppatori, contribuendo a progetti che spaziano dalla riprogettazione di applicazioni all'implementazione di siti web.

Tecniche e strategie

Nella mia pratica quotidiana, mi avvalgo di diverse tecniche e strumenti. Utilizzo strumenti di intelligenza artificiale come ChatGPT per il brainstorming e la raccolta di informazioni. Inoltre, faccio uso di strumenti come Cuocuo, che mi permette di creare user personas e user journey, facilitando la comprensione delle esigenze dei nostri utenti. Durante il mio lavoro, mi concentro sull'analisi strategica e sul benchmarking, sempre con

un occhio attento alle tecnologie emergenti, cercando di integrare l'AI nei flussi di lavoro dove possibile.

Challenges & problem-solving

Affrontare le sfide nel mio ruolo non è semplice. Una delle principali difficoltà è l'accessibilità di alcuni strumenti, poiché spesso sono necessarie licenze per utilizzarli all'interno dei progetti. Questo può limitare le mie opzioni e spingermi a esplorare alternative. Tuttavia, vedo queste limitazioni come un'opportunità per innovare e trovare soluzioni creative. La mancanza di una chiara integrazione dell'intelligenza artificiale nei flussi di lavoro è un'altra sfida, poiché molte aziende non hanno ancora abbracciato completamente queste tecnologie. Continuo a lavorare per sensibilizzare i miei colleghi sull'importanza dell'AI e su come possa essere un supporto significativo nella progettazione.

Considerazioni etiche

Riconosco che l'uso dell'intelligenza artificiale solleva importanti questioni etiche, come i bias e la trasparenza. È fondamentale essere consapevoli dei rischi associati all'uso di strumenti AI, comprese le preoccupazioni riguardanti la condivisione di informazioni sensibili. In azienda, stiamo implementando regolamentazioni per garantire che l'interazione con l'AI sia sicura e responsabile. Credo fermamente che l'AI debba essere vista come un supporto e non come una sostituzione della creatività umana. La responsabilità nell'uso di queste tecnologie è essenziale per garantire che i risultati siano etici e affidabili.

Community e dialogo

La comunicazione all'interno della mia azienda è costante e collaborativa. Lavoriamo insieme per condividere conoscenze e informazioni, il che è fondamentale in un ambiente in continua evoluzione come il nostro. Sono convinto che il dialogo con i colleghi, soprattutto quelli che lavorano con l'intelligenza artificiale, possa arricchire le mie conoscenze e contribuire a una migliore progettazione. Inoltre, la ricerca e il confronto con altri professionisti del settore sono essenziali per rimanere aggiornati sulle tendenze e sulle pratiche migliori. Spesso, queste interazioni portano a scoperte significative e a nuove idee che possiamo applicare nei nostri progetti.

*"Oggi il **mercato è estremamente competitivo**, e trovare lavoro senza esperienza o competenze specifiche è sempre più difficile. Inoltre, **l'AI non sempre migliora** la qualità del lavoro, ma lo rende solo più veloce.".*

Federico Anastasi

Ruolo	UX Engineer, Service designer, AI Experience designer.
Esperienza lavorativa	+6 anni.
Background	UX Design, project management.
Paese	Italia, Lombardia.

Mansione svolta

Attualmente non mi occupo più direttamente della progettazione di intelligenze artificiali (AI) come in passato. Ora lavoro nel campo della localizzazione in tempo reale di persone e oggetti (RTLS). Tuttavia, durante la mia esperienza precedente, ho lavorato con il team di AI di Mint su progetti legati al marketing. Lì, il mio compito principale era comprendere a fondo cosa facesse la piattaforma che stavamo sviluppando per trasmetterne il valore agli utenti. Questo è particolarmente importante nel caso delle AI, perché spesso il loro valore non è immediatamente riconoscibile fino a quando non le si vede all'opera. La progettazione di AI richiede un approccio molto complesso, che va oltre la semplice funzionalità tecnica: bisogna interrogarsi sulla loro etica e sul loro impatto sociale.

Tecniche e strategie

Per quanto riguarda le tecniche e gli strumenti, è fondamentale capire quali modelli e piattaforme AI utilizzare in base alle proprie esigenze. Ad esempio, per la scrittura consiglio Cloud AI, che produce testi più

simili a quelli umani. Per il ragionamento logico, GPT-1 è eccellente, mentre per chi cerca soluzioni gratuite, OLAMA permette l'installazione di modelli locali senza connessione a internet. Tuttavia, non bisogna limitarsi a strumenti aggregatori come Perplexity o You.com: sebbene utili, è più importante imparare a usare i singoli modelli per comprenderne le differenze e sviluppare un workflow personale. La vera abilità sta nel collegare in modo univoco i diversi modelli e creare un flusso di lavoro che valorizzi le capacità umane, come lo spirito critico e l'intuizione. Questo sarà il vero vantaggio competitivo per i designer del futuro.

Challenges & problem-solving

Le principali sfide legate all'uso dell'AI riguardano soprattutto la formazione delle nuove generazioni di professionisti. L'AI rischia di rendere alcune figure completamente inutili, specialmente i junior, se non si insegna loro a usarla come strumento complementare e non sostitutivo. Oggi il mercato è estremamente competitivo, e trovare lavoro senza esperienza o competenze specifiche è sempre più difficile. Inoltre, l'AI non sempre migliora la qualità del lavoro, ma lo rende solo più veloce. Questo può portare a una perdita di originalità e pensiero critico, soprattutto se si ricorre esclusivamente a strumenti come ChatGPT per attività creative o di design. Un altro problema è la difficoltà di identificare gli errori generati dalle AI quando non si ha una piena consapevolezza di come funzionino i modelli sottostanti. Per affrontare queste sfide, è cruciale adottare un approccio sistemico e dinamico, dove non ci si

focalizza solo sui risultati finali, ma si analizza il processo e il contesto più ampio in cui l'AI viene utilizzata.

Considerazioni etiche

L'aspetto etico è centrale in tutto ciò che riguarda l'intelligenza artificiale. Per me l'essere umano deve rimanere al centro del ciclo tecnologico, come suggerito dal concetto di "Human in the Loop" di Paolo Benanti. Se un'AI elimina completamente il ruolo umano, non vale la pena svilupparla, anche se può portare guadagni economici. Lavorare è parte integrante della nostra libertà e identità, e togliere questa possibilità rischia di alienare l'essere umano. Inoltre, dobbiamo farci le giuste domande etiche, come l'impatto delle AI sul mercato del lavoro e sul benessere delle persone. La tecnologia non deve sostituire l'essere umano, ma estenderne le capacità, aiutandolo a crescere. Se manca questa visione, si rischia di creare aberrazioni come SintraX, un'AI che promette di svolgere il lavoro di 12 persone diverse, ma che in realtà mina la dignità e la libertà umana.

Community e dialogo

Per affrontare queste sfide, è fondamentale promuovere la collaborazione interdisciplinare e il dialogo all'interno della comunità. Il futuro del lavoro sarà sempre più fluido, e le job description rigide lasceranno spazio a figure più multidisciplinari. Ad esempio, un designer digitale dovrebbe avere almeno una conoscenza basilare di programmazione, back-end e front-end, anche se non è necessario che sappia scrivere codice. La chiave è sviluppare una forma di "T-shaped skills", con competenze di base ampie e una specializzazione

verticale. Questo approccio favorisce la collaborazione tra colleghi e l'elaborazione di soluzioni condivise con l'AI. Inoltre, è importante condividere le proprie esperienze e conoscenze con le nuove generazioni, perché il futuro del lavoro dipenderà dalla capacità di tutti di muoversi nella stessa direzione. Solo così si potrà costruire una comunità professionale etica e sostenibile.

*"Una parte fondamentale del mio ruolo è quella di **garantire che questi assistenti siano in grado di interagire** con gli utenti in modo naturale, simile a una conversazione reale.".*

Federica Bertel

Ruolo	Conversational designer, UX/UI junior designer, prompt engineer.
Esperienza lavorativa	+1 anno.
Background	Conversational design, UX/UI design.
Paese	Italia, Piemonte.

Mansione svolta

Nel mio lavoro, sono coinvolta in diversi progetti che riguardano la creazione e l'implementazione di assistenti virtuali, i quali sono utilizzati da varie aziende. Questi assistenti possono fungere da receptionist e fornire assistenza, integrandosi con diverse applicazioni, come chatbot, e servendo a molteplici scopi. Una parte fondamentale del mio ruolo è quella di garantire che questi assistenti siano in grado di interagire con gli utenti in modo naturale, simile a una conversazione reale. Per raggiungere questo obiettivo, mi occupo di definire e progettare il dialogo, sfruttando intelligenze artificiali come quella di IBM Watson per costruire conversazioni efficaci e soddisfacenti.

Tecniche e strategie

Nella creazione di dialoghi per i chatbot, utilizzo diverse tecniche e strategie. Inizialmente, è cruciale identificare gli obiettivi della conversazione, poiché ciò determina come strutturare le risposte. Le mie scelte possono variare da risposte precostituite a risposte generative, a seconda delle necessità dell'utente. Ad esempio, se un

cliente ha bisogno di informazioni specifiche, possiamo impostare risposte fisse; al contrario, per domande più aperte, è utile avere un sistema che genera risposte in modo autonomo. L'importanza del testing è fondamentale: il 90% dei problemi con l'intelligenza artificiale può essere risolto attraverso la scrittura di un buon prompt, e continuo a migliorare le mie competenze in questo campo.

Challenges & problem-solving

Le sfide che affrontiamo nel mio settore sono molteplici. Una delle maggiori è garantire che il dialogo sia chiaro e soddisfacente per l'utente. Spesso, ci troviamo a dover gestire situazioni in cui il chatbot non comprende correttamente la richiesta dell'utente, il che può portare a frustrazione. Un esempio pratico è stato quando abbiamo dovuto integrare un e-commerce all'interno di un chatbot. La struttura del sito non era adeguatamente organizzata, e di conseguenza, il chatbot non riusciva a fornire le informazioni richieste. In questa situazione, abbiamo collaborato con il cliente per ristrutturare l'e-commerce affinché le informazioni venissero presentate in modo più accessibile.

Considerazioni etiche

Le considerazioni etiche sono un aspetto cruciale del mio lavoro. Siamo sempre consapevoli delle normative, come il GDPR, per garantire che i dati degli utenti siano trattati in modo etico e responsabile. Utilizziamo server ubicati in Europa per proteggere i dati e garantire che non ci siano abusi. Allo stesso tempo, assistiamo i clienti nel comprendere l'importanza dell'addestramento continuo degli assistenti virtuali, affinché possano adattarsi alle

esigenze in evoluzione degli utenti. Questo richiede una comunicazione costante e una strategia chiara per affrontare eventuali preoccupazioni riguardo alla sicurezza dei dati.

Community e dialogo

Infine, il dialogo e la collaborazione con la community sono essenziali nel mio lavoro. L'interazione con altre figure professionali, come programmatori e designer, ci permette di affrontare progetti complessi. La comunicazione aperta è fondamentale per identificare le problematiche e trovare soluzioni condivise. Inoltre, la mia esperienza in un'azienda di piccole dimensioni mi ha dato l'opportunità di vedere come le decisioni vengano prese rapidamente, ma anche come le risorse siano limitate. È quindi importante creare un ambiente collaborativo in cui tutte le parti interessate possano contribuire al successo del progetto.

"***Non utilizzo mai riferimenti o immagini create da altri artisti*** *per alimentare i miei prompt, perché credo fermamente che sia importante* ***rispettare il lavoro altrui e non appropriarsene***".

Alexandra Garcia Brillembourg

Ruolo	Art Director, Ai Artist.
Esperienza lavorativa	+ 14 anni.
Background	Art direction, senior graphic design, senior motion design.
Paese	Canada.

Mansione svolta

Mi chiamo Alexandra e da oltre 20 anni lavoro come graphic designer e art director, principalmente nel settore dell'intrattenimento, come televisione, film e marketing. Vivo in Canada da 13 anni, ma vengo originariamente dal Venezuela. Da due anni ho iniziato a utilizzare l'intelligenza artificiale (AI) nel mio lavoro, specialmente con strumenti come MidJourney, partendo dalla versione 3. Lavorare con l'AI è stato come avere il mio studio personale con designer junior che sono cresciuti fino a diventare più "senior" man mano che le versioni miglioravano. Questo cambiamento è stato rigenerante per la mia carriera, permettendomi di portare creatività e innovazione ai progetti che seguo. Tra i miei compiti principali, mi occupo di ideare e creare contenuti visivi che spaziano da immagini e tipografie a campagne per prodotti specifici.

Tecniche e strategie

Quando lavoro con l'AI, in particolare come "Prompt Engineer", il mio obiettivo principale è capire come funziona il bot e come "pensa" per tradurre le mie idee

in output visivi precisi. All'inizio è stata una sfida, ma ho sviluppato un approccio unico: invece di cercare riferimenti visivi come facevo tradizionalmente, ho iniziato a cercare riferimenti testuali, come parole specifiche, che potessero arricchire i miei prompt. Nel tempo, ho iniziato a automatizzare il processo creando i miei "GPT" personalizzati per generare prompt più rapidamente ed efficientemente. Oggi utilizzo una combinazione di piattaforme come MidJourney, Freepik, Adobe Firefly e ChatGPT, insieme a ricerche approfondite, per garantire che il risultato sia sempre all'altezza delle aspettative. Spesso integro i risultati di una piattaforma con quelli di un'altra, sfruttandone le peculiarità per ottenere il massimo da ogni strumento.

Challenges & problem-solving

Ogni progetto porta con sé delle sfide uniche, soprattutto quando i clienti hanno aspettative elevate e tempi ristretti, immaginando che l'AI renda tutto più semplice. Un esempio che ricordo è stato un progetto in cui dovevo creare personaggi "supereroi" personalizzati per i dipendenti di un'azienda. All'epoca, i modelli non erano avanzati come oggi, e ho dovuto combinare MidJourney con strumenti come Face Swap e Photoshop per raggiungere il risultato desiderato. È stata una procedura complessa, ma mi ha insegnato quanto sia importante conoscere a fondo ogni strumento e sapere come integrarli per superare i limiti di ciascuno. Un'altra sfida ricorrente è stata lavorare sui personaggi femminili: mentre i modelli maschili erano più precisi e semplici da generare, per quelli femminili ho dovuto lavorare molto

di più per ottenere risultati soddisfacenti, reiterando il processo diverse volte.

Considerazioni etiche

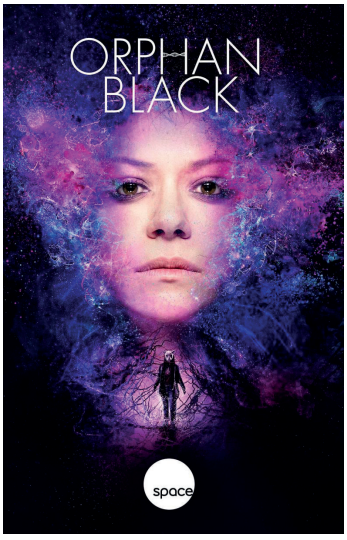
Un aspetto fondamentale del mio lavoro è garantire che le mie creazioni rispettino criteri etici, sia per proteggere la comunità di designer sia per promuovere inclusività. Non utilizzo mai riferimenti o immagini create da altri artisti per alimentare i miei prompt, perché credo fermamente che sia importante rispettare il lavoro altrui e non appropriarsene. Questo approccio non solo tutela la comunità, ma mantiene anche l'integrità del mio lavoro. Inoltre, rifletto molto sull'inclusività di genere nei risultati generati dall'AI, cercando di evitare rappresentazioni stereotipate o standardizzate. Ad esempio, ho lavorato su progetti che richiedevano la rappresentazione di donne con forme e caratteristiche più realistiche, e ho dovuto educare le piattaforme AI per raggiungere questo obiettivo. È un campo ancora in evoluzione, ma sono consapevole del suo impatto sociale.

Community e dialogo

La comunità di designer e artisti AI è ancora molto orientata verso una presenza maschile, e questo crea delle sfide anche a livello personale. Nonostante il mio bagaglio di esperienza, trovo che ci siano pregiudizi diffusi nei confronti delle donne che lavorano con l'AI. Tuttavia, io vedo l'AI come un'opportunità per espandere la creatività e migliorare i processi, anche se richiede un costante aggiornamento delle competenze. Ritengo inoltre fondamentale educare sia i designer sia i clienti all'uso consapevole dell'AI, per evitare che si producano risultati

di bassa qualità o standardizzati. Solo attraverso un dialogo aperto e una formazione continua possiamo sfruttare appieno il potenziale dell'AI, mantenendo al contempo l'unicità e il valore del design tradizionale.

Esempi di esperienze rilevanti



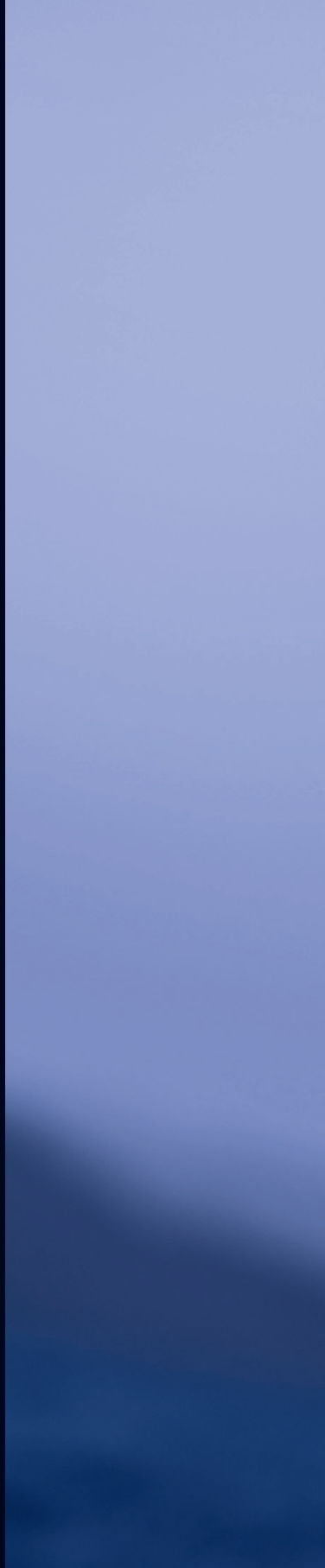
Art e Motion director per i contenuti multimediali di Orphan is the New Black, season 4 tra cui anche la sigla presso Bell Media.

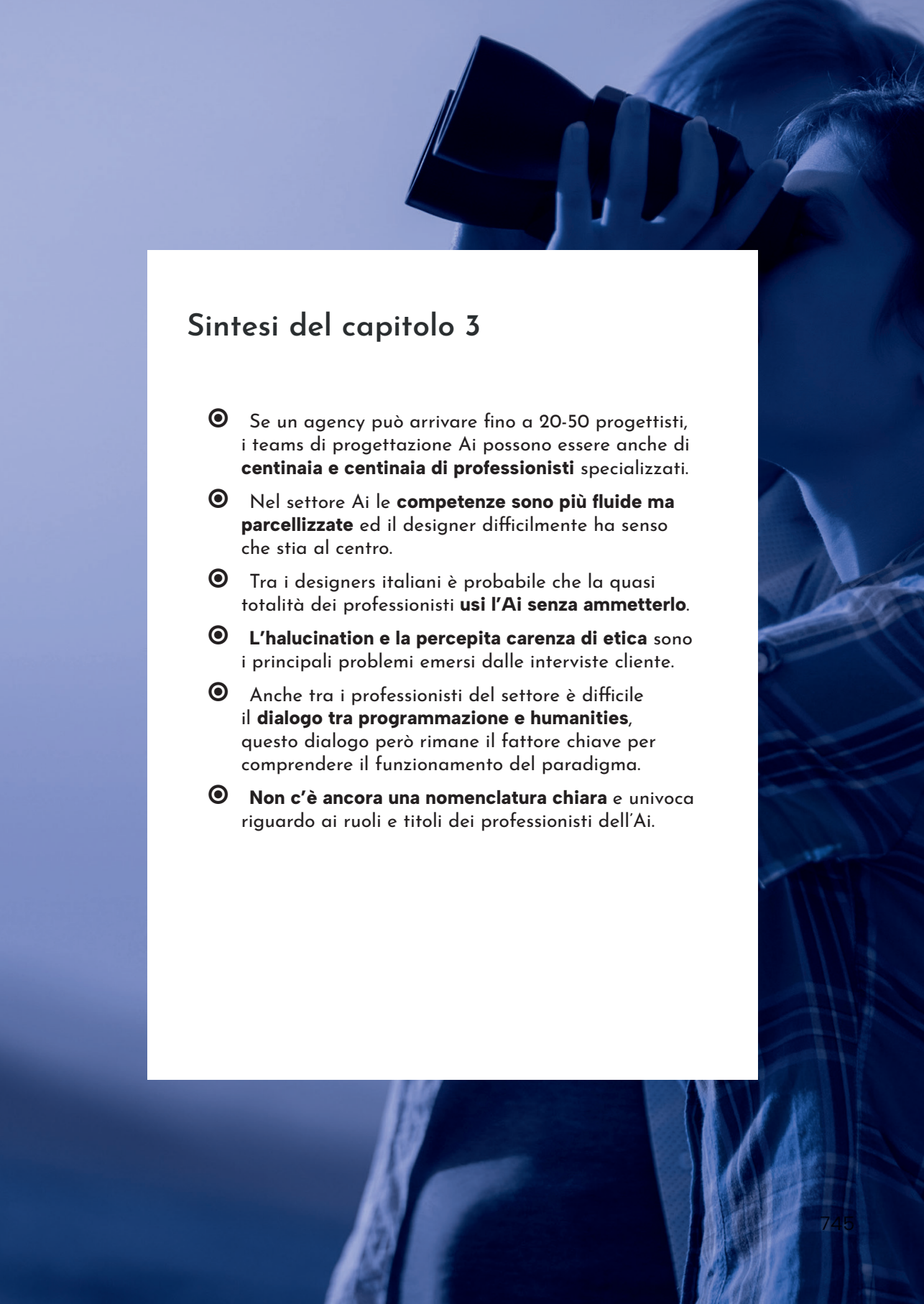
Art Director per la creazione e lo sviluppo di contenuti visuali e VFX presso Fhantom Productions

Interviste

Un paradigma in via di sviluppo.

L'Ai èancora molto sperimentale e in via di sviluppo, pertanto non esistendo uno standard, non esiste neanche un'opinione giusta o sbagliata per osservarne le sue dinamiche.





Sintesi del capitolo 3

- Se un agency può arrivare fino a 20-50 progettisti, i teams di progettazione Ai possono essere anche di **centinaia e centinaia di professionisti** specializzati.
- Nel settore Ai le **competenze sono più fluide ma parcellizzate** ed il designer difficilmente ha senso che stia al centro.
- Tra i designers italiani è probabile che la quasi totalità dei professionisti **usi l'Ai senza ammetterlo**.
- **L'halucination e la percepita carenza di etica** sono i principali problemi emersi dalle interviste cliente.
- Anche tra i professionisti del settore è difficile il **dialogo tra programmazione e humanities**, questo dialogo però rimane il fattore chiave per comprendere il funzionamento del paradigma.
- **Non c'è ancora una nomenclatura chiara** e univoca riguardo ai ruoli e titoli dei professionisti dell'Ai.

Capitolo 4

Definizione del punto di vista

Sintesi dei dati emersi.

Deduzione delle personas.

Customer journey.

Capitolo 4:

Definizione del punto di vista

SBOBINATURA E CLASSIFICAZIONE

Una volta concluse le interviste si è poi proceduto alla sbobinatura e all'analisi di quanto emerso. La classificazione è stata divisa in due macro momenti: un primo nella quale si è analizzato le interviste utente per rivedere le domande da fare agli esperti ed un secondo momento di analisi dei risultati emersi dai professionisti del settore nella quale si sono anche posti a confronto le due tipologie di risultati e se ne sono misurate le differenze.

LA PAURA DEL DESIGN

Sin dai primi momenti tuttavia si è compreso subito un'importante scoglio: il settore del design ha paura di essere sostituito dall'AI e/o non si fida, in particolare nel contesto territoriale Italiano. Questo si è notato in due tipi di casi in particolare: gli utenti meno esperti ma che hanno già avuto esperienze con l'AI che non la ritengono valida e i designers che sono stati coinvolti con le loro agency in

processi di progettazione per AI.

LA MUTEVOLEZZA DEI DATI

Queste due categorie non sono la totalità degli intervistati ed è difficile stimare in numeri esatti quanti siano per la natura 'soft' tipica dell'intervista e per la quale altri invece, magari non si sono semplicemente sentiti a loro agio di parlarne. E' stato però riconosciuto un problema sopra le righe più di tutti gli altri. Se è vero che è parte integrante della metodologia del designer non avere approcci giudicanti, quelli tra i clienti che hanno spiegato di essere stati coinvolti il progettazioni AI, hanno anche detto che non ci si può minimamente fidare ne dello strumento ne di chi vi sta dietro. Alcuni esempi sono Valeria, influente copywriter a cui è stato commissionato un progetto di chatbot AI di piccola scala, Chiara coinvolta in flussi di progettazione per chatbots come UX Designer/UX Copy e Giorgia con stretti conoscienti che lavorano in settori Vision dell'AI.

L'INTIMITÀ DELLE INFORMAZIONI TRASMESSE

Ognuna di queste persone, spiega anche in modi esatti e citando con esperienze personali perché il contesto dell'AI non è affidabile e/o del perché non vi si può fare affidamento neanche sullo strumento dopo aver progettato per esso o averci vissuto a stretto contatto (questa parte è stata censurata di modo da garantirne l'anonimato ai singoli progettisti sotto esplicita richiesta di alcuni di loro). Tralasciando nel dettaglio però se questi dubbi sono veri o meno, queste stesse criticità sono poi state rivolte ai professionisti certificati del settore, uno degli esperti in particolare ovvero Matyendra Rai, in base a quanto appreso dalla ricerca desk di questa tesi, sembra aver risposto in maniera chiara ed esaustiva.

Le cause più probabili secondo Rai è stimato siano le seguenti:

- carenza di sufficiente machine learning,
- impiego improprio di machine learning rispetto agli obiettivi attesi,
- tokenization inconsistente,
- carenza di conoscienza nello strumento da parte dell'utente.

SPUNTI DALL'INDIA

Se da un lato quello che dice Rai è da prendere con distacco siccome non ha potuto conoscere nel dettaglio il contesto in cui questi commenti sono stati fatti, è anche vero che lui come professionista, assieme alla sua azienda sono tra i **più accreditati nel settore del fine tuning per Large Language Models** (i più complessi tra i tipi di AI da trattare) pertanto è necessario porre almeno il beneficio del dubbio.

LA RICONFERMA TRA I PROFESSIONISTI

Rai non è però stato l'unico a porre l'accento su queste problematiche come esperto, **aspetti simili sono stanti anche evidenziati da Sabina Nina Caballero**, che coinvolta come consulente esperta in modelli AI per la generazione di video/immagini spiega che molto spesso, quando ci sono problemi tecnici o le AI producono risultati inconsistenti, queste problematiche sono di solito causate da usi inconsapevoli e/o carenze di background del proprio settore di riferimento. 'the AI generators are tools, if you as a professionist prompt flimsy inputs you will receive back inconsistent outputs or at least you can't expect professional results' cit. Nina Caballero.

Da un'altro punto di vista però è anche vero che una delle

posizioni avanzate dai clienti è che non ci si può fidare di chi detiene il controllo dell'AI, che queste persone vendono i dati personali e che per tanto non ha senso inserire dati sensibili.

TROPPO VELOCE PER ESSERE NORMATO

Se questo dato è confermato e ammesso dalla stessa commissione Europea di cui la piattaforma Daiki ne è un'esempio, è anche vero che il settore AI va troppo veloce ed è troppo ampio per essere classificabile e tutelato dal punto di vista legale come tutti gli altri.

Non ha però senso ignorare completamente il settore e/o non poter usufruire di questo servizio per il proprio lavoro. E' infatti per via di queste problematiche che sono nate specializzazioni e compagnie come quella di cui fa parte Lea Magnano: offrire consulenze e guida a compagnie clienti che richiedono la produzione di intelligenze artificiali personalizzate per la propria industria.

LA PROFONDITÀ DEL NON CATALOGATO ITALIANO

In conclusione quindi, analizzando in maniera generale il contesto territoriale italiano emerso dai casi studio, questo è dotato di numero professionisti che, per essere stati coinvolti in **singoli progetti AI di non ben precisata grandezza e/o specializzazione**, anche senza competenze certificate sono a tutti gli effetti utenti esperti che potrebbero spingere gli altri a non fidarsi e/o non usare tali strumenti.

E' però da precisare che quanto emerso è un dato di fatto delle interviste che non mira ad essere polemica ma anzi invita a riflettere sul ruolo critico di tali utenti clienti auto-proclamati esperti in quanto simbolo dell'emotional trust del contesto territoriale in analisi.

4.1 Temi emersi dalla ricerca sul campo

4.1.1 Interviste clienti

IL DESIGN AL CENTRO COME 'MALATTIA' CRONICA

I temi emersi dalla ricerca sul campo sono stati differenti rispetto alle tradizionali interviste utente/esperto per progetti. I designers clienti infatti, sono stati sin dall'inizio avvisati di essere considerati come **'potenziali clienti/ acquirenti del servizio AI**' ma non come progettisti di settore. Anche tenendo a mente questo concetto tuttavia, quasi nessuno delle circa 30 persone intervistate tra i clienti è stato capace di fare il gioco dei ruoli del cliente vero e proprio. Se questo problema apre discussioni da un punto di vista psicologico sul dovere/diritto di co-progettazione che un designer demanda, da un'altro punto di vista, la questione emersa rendere palese un concetto: il designer ha la necessità di sentirsi coinvolto anziché vedersi presentato un risultato finito.

FOCUS PER TARGET

Definite le caratteristiche generali che distinguno le quattro tipologie di target, si è poi proceduto a analizzarle nel dettaglio una per una. Per semplicità di confronto successivo, queste sono state racchiuse in 6 dati distinti che distinguono ciascuna di esse.

Questi dati per ruolo sono:

- le principali tasks eseguite come professionisti,
- le tasks secondarie più diffuse,
- i principali strumenti del settore impiegati,

- le AI più conosciute e/o impiegate,
- le necessità più sentite,
- le paure più percepite.

INTIMITÀ DELL'INTERVISTA

E' da sottolineare, ognuno dei professionisti ha usato termini e parole personali per esprimere questi concetti, ognuno di loro però, nello spiegarli ha fatto uso o di terminologie tecniche ad esempio per indicare le tasks, o di strumenti noti che in quanto nomi propri sono altrettanto dei dati di fatto. La fase di rielaborazione su dove è collocata la saturazione è stata quindi basata su questo.

4.1.1.1 UX Designer

FLUIDITÀ DELLO UX DESIGNER

Le interviste agli user experience designer inizialmente erano 3–4, tuttavia sin da subito è stato difficile distinguere da chi reclamava il titolo di UX Designer da chi integrava anche la parte grafica di UI considerata la natura fluida dell'agency, per queste ragioni quindi le persone interviste si riconoscono con il titolo di **UX/UI Designers**.

Gli intervistati per questa categoria sono in totale 7 e le tasks principali svolte sono la produzione di wireframes per i più giovani e di supporto al dialogo per i senjor.

DIFFERENZE SENIOR/JUNIOR

Le tasks secondarie che vengono richieste da questo ruolo sono la raccolta di informazioni nelle progettazioni partecipate (es. workshops, user testings, etc.) e la realizzazione di prototipi. La differenza tra senjor e junior invece sembra ruotare attorno alle **tasks principali**: ai junior vengono richieste più **competenze tecniche** ma meno di critical thinking mentre ai senior, abituati ad andare al punto più velocemente vengono richieste **maggiori capacità organizzative e di pensiero**.

STRUMENTI PRINCIPALI

Per quanto riguarda i softwares 5 su 7 degli intervistati sembrano usare correttentemente **Figma** definendo questo come una delle possibili informazioni arrivate a saturazione per la categoria. Altri softwares più popolari sono invece:

- Mirò, alternativo a Figma ma meno conosciuto,
- Suite Adobe, di solito più popolare tra gli junior designers,
- Suite Office, di solito più popolare tra i senjor, in

particolare nelle agency con più dipendenti.

- Jira, usata principalmente per supportare al dialogo con il reparto di programmazione.

DIVERSITÀ D'USO

Per quanto riguarda le AI più conosciute da questo ruolo di progettisti, la quasi totalità degli UX Designers conosce ChatGPT e lo usa come sinonimo di AI in generale mentre molti tra qusti utilizzano e/o almeno conoscono qualcun'altro tra gli **altri tools citati**.

CRITICAL THINKING

Solo 2 due prsone però utilizzano Gemini e ChaGPT. Questo dato mostra quanto sia popolare ChatGPT nel 2025 e quale sia il suo livello di influenza sul settore. Altre 2 invece mostrano di aver compreso e citato conoscenze tecniche specifiche dell'AI ma senza citare nomi particolari. Questo implica che ulteriori analisi potrebbero far emergere dati e **strumenti aggiuntivi ad oggi non citati**.

DIVERGENZA DEI DATI EMOZIONALI

Per quanto riguarda invece necessità e paure, purtroppo non è stato possibile fare una tabella come con gli strumenti siccome avrebbe imposto di parafrasare i concetti e, potenzialmente, aprirsi a dei fraintendimenti. Dato però che persone con lo stesso ruolo potrebbero aver citato le stesse parole anche con significati opposti, il livello di saturazione per queste non è stato dichiaratamente citato, questi termini sono piuttosto proposti come dati di fatto potenzialmente utili per ulteriori successivi studi.

BRAINSTORMING PREFERITO

Due dei dati che in ogni caso sembrano essere il centro dell'attenzione sono l'usare le intelligenze artificiali per fare **brainstorming e paure** per quato riguarda la sfera etica e le

sue carenze.

In conclusione quindi, il ruolo del designer sembra principalmente basarsi su tools come figma, sembra usare principalmente **ChatGPT per funzioni di brainstorming** e al tempo stesso però sembra percepire una carenza dal punto di vista etico o nell'uso che se ne può fare o nel come sono trattati i dati. Gli strumenti AI non specificati tuttavia potrebbero far emergere nuove prospettive sino ad ora non emerse.

Differenze senior/junior.

Mentre ruoli con responabilità più elevata svolgono più compiti di coordinamento e di dialogo con l'utente, gli junior svolgono compiti più tecnici e procedurali

Tasks principali

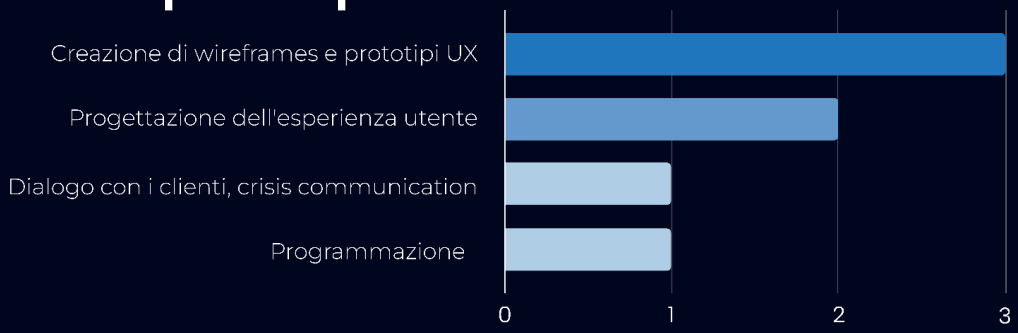


Fig 4.1 Tasks principali proporzionate per numero di intervistati in base alle principali responsabilità a lui/lei richieste.

Fig 4.2 Tasks complessive emerse dalle interviste con gli UX Designers.

Mentre gli strumenti più utilizzati sono piattaforme collaborative, le necessità maggiori nell'uso da parte dell'AI sembrano esse la task del brainstorming, la co-progettazione e la consistenza all'uso

Necessità

Fig 4.3 Mappa di brainstorming che descrive le necessità emerse dagli UX designers per il supporto al loro lavoro da parte dell'AI.

Strumenti

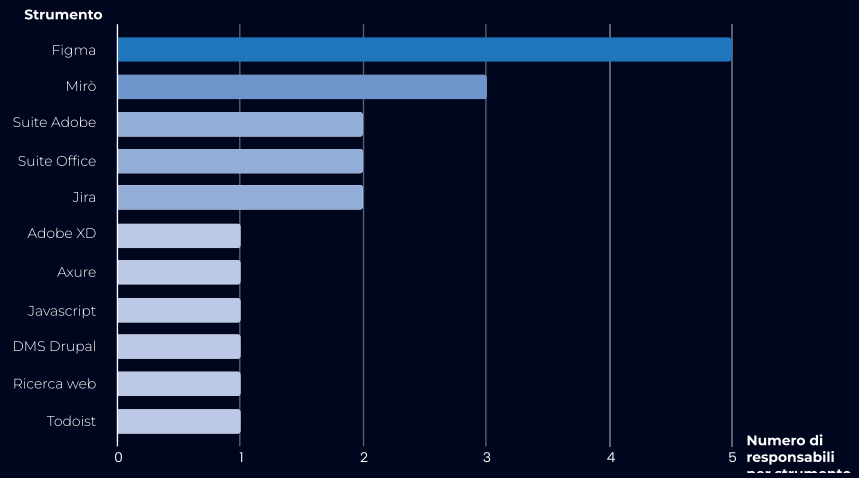


Fig 4.4 Strumenti più utilizzati dagli UX designers per il supporto al loro lavoro.

Tra gli UX Designers tutti sembrano conoscere ChatGPT, tuttavia tra le paure principali si sente carenza di attendibilità e di uso etico nell'output.

Paure

Fig 4.5 Mappa di brainstorming che descrive le paure emerse dagli UX designers per il supporto al loro lavoro verso l'AI.

Tools Ai

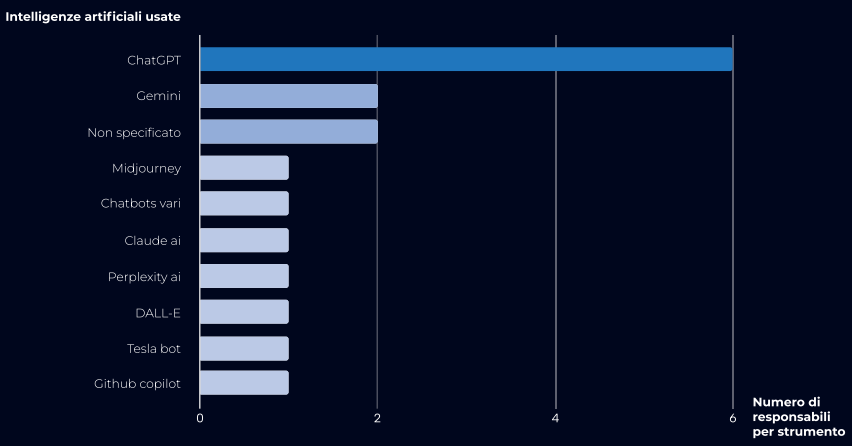


Fig 4.6 Tools AI più utilizzate dagli UX designers per il supporto al loro lavoro.

4.1.1.2 Graphic designer

DATI PRINCIPALI

I graphic designers intervistati sono in totale 7, le principali tasks ricoperte, come mostrato in figura possono essere dalla grafica pubblicitaria alla brand identity. Tuttavia nessuna tra di queste sembra avere dei numeri tali da ricoprire in maniera certa il livello di saturazione. A differenza da quanto emerso dagli UX Designers, Figma è conosciuto/usato solo da 2 su 7 persone, mentre la maggioranza (5 su 7) impiega l'intera suite di Adobe essendo in alcuni casi specializzata nel lavorare su InDesign, Photoshop o Illustrator (piuttosto che, ad esempio, After Effect, Media Encoder, etc).

Per contro, almeno un terzo di chi usa la suite Adobe a seconda dei casi può trovarsi a preferire Canva.

SPECIALIZZAZIONE SILENTE

Per quello che riguarda le intelligenze artificiali, invece, ChatGPT si conferma sempre il più conosciuto venendo spesso usato come sinonimo di AI in generale. 3 persone che però **non se la sono sentite di specificare che tools usano**, mostrando però conoscenze tecniche consistenti, potrebbero far emergere altri strumenti non considerati nel grafico in figura. E' da notare però che ha differenza degli UX/UI designers, che sono principalmente interessati agli LLM, i graphic designers se non sono direttamente coinvolti con l'AI di Adobe **spaziano anche su AI di settore** come l'**NPU oppure Runway** (specializzata nella generazione e editing di video/foto intelligenti).

PAURA DELLA SOSTITUZIONE

A proposito delle paure e delle necessità, invece, il ruolo del graphic designer ha un opinione discordande rispetto agli altri: da un lato sente la necessità di affidarsi, ma da un

altro punto di vista ne ha anche paura ponendosi in questo modo non solo in contrapposizione con l'opinione degli altri ruoli intervistati come ad esempio lo UX Designer che ne vorrebbe farne un'uso creativo ma anche con se stesso. Se infatti **ne sente la necessità** come co-pilot, **ne ha anche paura** di un'uso eccessivo.

Il graphic design sfaccettato

Il graphic design è una professione che appare molto fluida e personale, è basata in gran parte però sull'uso della suite di Adobe e sul progettare brand identities.

Tasks principali

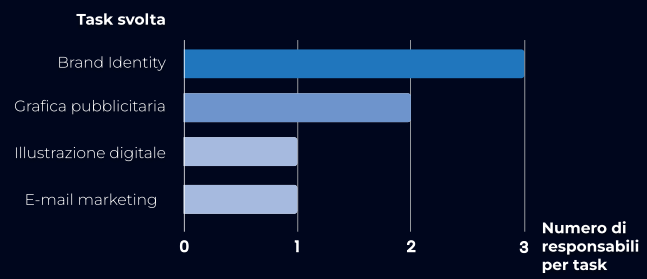


Fig 4.7 Principali tasks svolte dal graphic designer.

Tasks totali

Fig 4.8 Mindmap riassuntiva delle tasks del graphic designer (in blu quelle chiave).

Strumenti

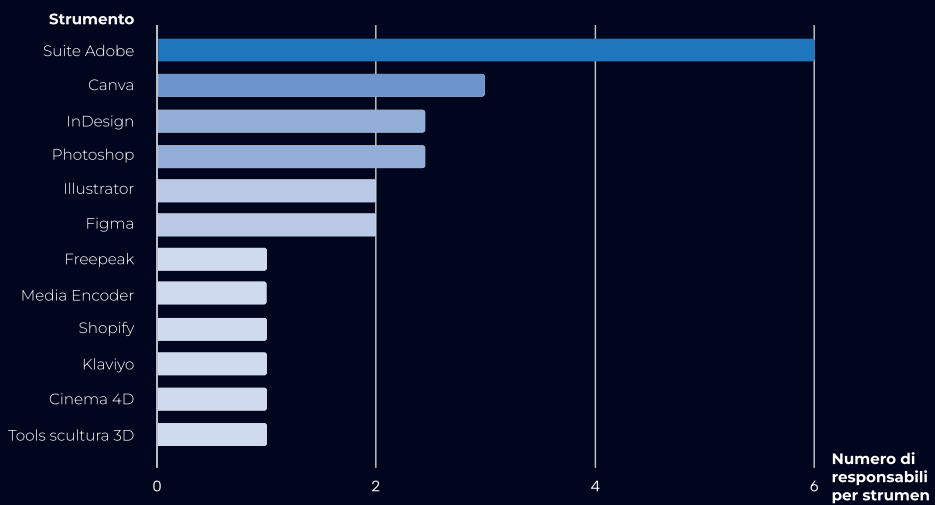


Fig 4.9 Strumenti più utilizzati dai copywriters come supporto al loro lavoro.

La percezione dell'Ai per il graphic designer è varia: ne ha sia paura che desiderio, in genere però ne preferirebbe un'uso più concettuale e meno tecnico. L'idea di affidarsi ad essa rimani sempre un qualcosa di centrale anche senza tematiche etiche.

Tools Ai

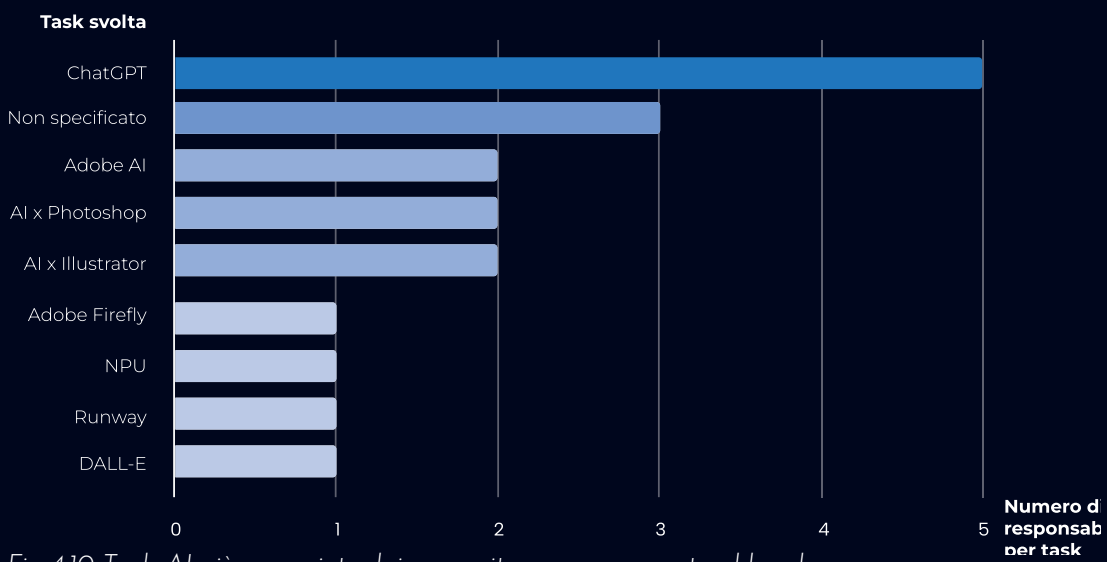


Fig 4.10 Tools AI più conosciute dai copywriters come supporto al loro lavoro.

Necessità

Fig 4.11 Necessità più condivise e richieste dal supporto dell'AI verso il ruolo di UX Copy / Copywriter.

Paure

Fig 4.12 Paure più condivise e sentite dal supporto dell'AI verso il ruolo di UX Copy / Copywriter.

4.1.1.3 UX Copy - Copywriter

RUOLO INDIPENDENTE

Gli UX Copy e i copywriters intervistati sono in totale 7 e, come per gli UX Designers associati agli UI designers, anche in questo caso si è deciso fosse più appropriato unire assieme UX copy e copywriters siccome molte delle persone che svolgono una mansione, per il settore del design molto probabilmente svolgeranno ache l'altra.

In generale per quanto riguarda qusta categoria di target i dati emersi sono divergenti rispetto agli altri ruoli dell'agency: mentre UX Designers, Graphic designers e project managers hanno almeno una conoscenza di base della suite di Adobe o di altri metodi simili per interfacciarsi con la componente grafica del progetto, sono veramente poche le persone tra i copywriters che hanno queste skills.

DIALOGO E PAROLE

Da un'altro punto di vista invece, la task del dialogo, tipica di managers e UX designers è al contrario considerato uno strumento di base da 5 su 7 copywriters. E' tipico l'esempio di Valeria o di Alessandro B. che spiegano come per un copywriter **non importa dove scrivi**, può essere su un pezzo di carta come su Word di office oppure su qualsiasi altro strumento. Quello che conta, per loro, è solo avere uno strumento che permetta di annotarsi le parole ed il loro significato.

QUALSIASI STRUMENTO, BASTA SCRIVERE

Per quanto riguarda gli altri strumenti usati invece, anch'essi sono in generale semplici e di comune fruizione come ad esempio **google documents o la suite di office** per lavorare comodamente sul content inventory dei progetti.

SOLO CHATGPT?

Per quanto riguarda le AI più conosciute, ChatGPT rimane quella più citata come per le altre categorie. Come per i graphic designers però, 4 persone di cui almeno due che usano ChatGPT **si sono mostrate reticenti nello spiegare quali strumenti AI usano** e anzi hanno mostrato sconforto quando si è insistito per sapere il nome. Questo in parte potrebbe suggerire un'uso individuale che potenzialmente può entrare in conflitto con gli interessi del gruppo di lavoro, ulteriori ricerche a tal riguardo però potrebbero aggiungere ulteriori osservazioni critiche e approfondire in maniera più dettagliata l'argomento. Per quanto riguarda le altre intelligenze artificiali conosciute, queste sono o per l'editing grafico o per funzioni di doppiaggio, nessuna di queste oltre a ChatGPT però sembra strettamente pertinente con il lavoro svolto dallo UX Copy/Copywriter.

USI DIVERGENTI

Quando poi al termine delle interviste si è chiesto quale tipo di funzione si preferisse da parte dell'AI, la risposta più comune è stata che l'AI non sia creativa siccome in tal caso, con il linguaggio NLP potrebbe interamente sostituire i copywriters e sminuirne la funzione. E' però d'esempio la considerazione divergente di Stella che spiega come in realtà lei abbia sia paura sia speranza che l'AI sia più raffinata e creativa siccome impiega le risposte generate per scoprire se le sue sono effettivamente originali e in caso contrario cercare altre strade che l'AI non sappia pensare.

EUFORIA VS PAURA

Rispetto alle paure tuttavia i dati sono in genere confusi tra due posizioni differenti indicando che ulteriori intervite potrebbero far emergere 'un opzione C' che spiega il mancato raggiungimento del livello di saturazione per

questa categoria. Queste posizioni sono da un lato che l'AI sia come un'essere umano, opinione condivisa anche dai graphic designers e dall'altro lato che gli utenti che ne fruiscono pongano lo strumento e le sue possibilità davanti al problema vincolando le soluzioni quindi alle possibilità tecniche. Opinione in questo caso invece più condivisa con UX Designers come Maria o Chiara.

SEMPLICITÀ PRIMA DI TUTTO

In conclusione quindi, il ruolo del copywriter è spesso basato sulla semplicità se non potenzialmente il solo saper scrivere e trasmettere dei concetti in una maniera convincente e rappresentativa per il progetto. Come nel caso dei graphic designers, anche i copywriters hanno paura della sostituzione del loro valore e sapere ma a differenza dei primi, i copy vedono questa sostituzione come un qualcosa di inevitabile e nella maggior parte dei casi cercano di trarne vantaggio per adattarsi in maniera resiliente.

BACKGROUND NON-DESIGN IN COMUNE

E' inoltre importante notare che molte tra i copywriters coinvolti provengono da background di economia e/o ne sono abbastanza coinvolti. Questa differenza di formzione non solo potrebbe segnare la differenza in termini di skills impiegabili per il progetto ma potrebbe comportare anche ingenti differenze nel metodo volto al problem-solving, capacità essenziale per interagire con l'AI.

Copywriting e marketing

Da quanto emerso la sola unica grande task richiesta è la scrittura del copywriting o web content associati, emerge però una forte accomunanza di figure professionali, tra gli intervistati, provenienti da settori del marketing.

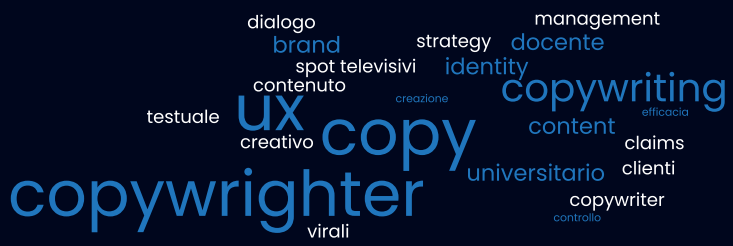


Fig 4.13 Tutte la task svolte dal copywriters intervistati (in blu quelle chiave).

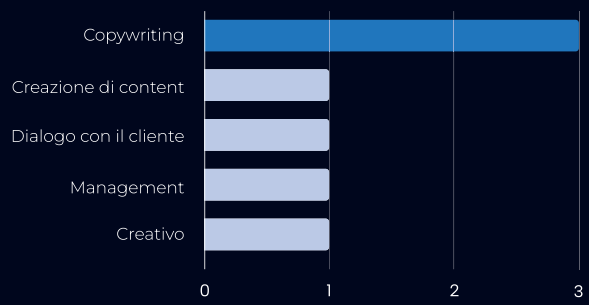


Fig 4.14 Principali tasks svolte dal copywrtier / ux copy.

Lo strumento principale del copywriter sembra essere la ‘parola’ o ‘dialogo’ a seconda dei casi mentre gli strumenti tecnici sono anche compilatori generici tipo Word o Google docs. Per contro, si sente la necessità di un’Ai non creativa così da vedere il proprio lavoro più apprezzato.

Necessità

Fig 4.15 Necessità più condivise e richieste dal supporto dell’AI verso il ruolo di UX Copy / Copywriter.

Strumenti

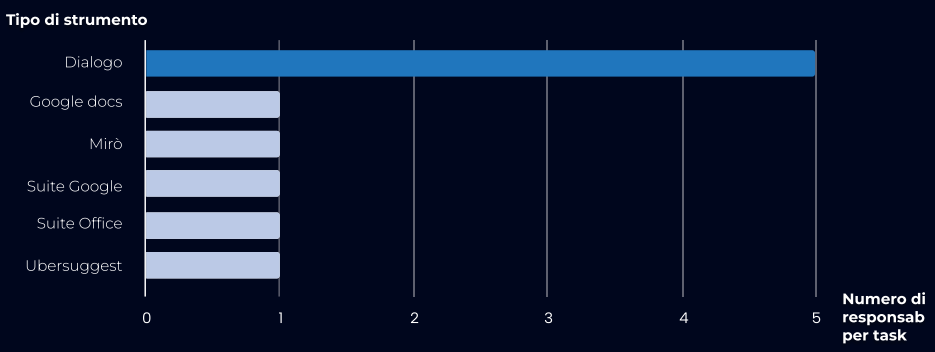


Fig 4.16 Strumenti più utilizzati dai copywriters come supporto al loro lavoro.

non sempre sembrano essere specificati i tools Ai che usano i copywriters intervistati eccetto ChatGPT, emerge generalmente, però, la paura di mettere lo strumento davanti al problema o che l'Ai diventi troppo umana.

Paure

Fig 4.17 Paure più condivise e sentite dal supporto dell'AI verso il ruolo di UX Copy / Copywriter.

Tools Ai

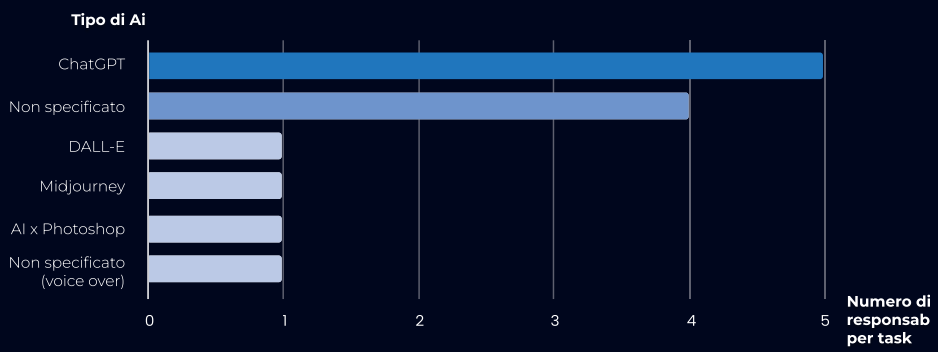


Fig 4.18 Tools AI più conosciute dai copywriters come supporto al loro lavoro.

4.1.1.4 Project manager

THINK OUT OF THE BOX

I project manager intervistati sono 5 in totale e per comprendere esattamente quali fossero le differenze tra dei PM standard e dei PM specializzati nella comunicazione grafica tipica delle agency 2 di questi sono stati intervistati per via della loro differenza di backround.

DIFFERENZE PER SETTORE DI DESIGN

In genere da quanto emerso si può osservare che, a prescendirere da quale sia il contesto di cui si è responsabili, i manager hanno come **task primarie la superivione** del progetto, il **dialogo con l'utente e il controllo delle risorse** investite. Dal punto di vista degli strumenti impiegati invece, i PM per le agency della comunicazione hanno necessità di **conoscere e sopperire a molti meno tools rispetto ai colleghi di discipline più tecniche** che anzi hanno necessità di conoscere e sper usare tools di modellazione 3D in caso di mancaza di personale. Come si può osservare in figura infatti, mentre ai primi spiegano che è necesario saper usare solo la Suite Adobe e i tools di supporto al dialogo con il team come Mirò, i PM di discipline tecniche conoscono contemporaneamente AutoCAD, Rhinoceros, softwares per macchinari specialistici e altri simili.

SUITE OFFICE

4 su 5 dei rispondenti però hanno ammesso di usare la **suite office come strumento principale** indicando questa come elemento chiave per il loro lavoro.

Per quanto riguarda le intelligenze artificiali, le AI più conosciute sono come al solito ChatGPT e Gemini, a differenza degli altri ruoli però il termine 'ChatGPT' non è usato come sinonimo dell'intero settore AI ma piuttosto

come singolo tool chatbot.

Il grafico delle AI conosciute in aggiunta permette di distinguere un'altro dato divergente rispetto agli altri ruoli dell'agency: i project manager spesso non usano solo un chatbot ma **più di uno a seconda delle circostanze**, **ascoltano pareri differenti** e da questi poi **traggono le loro conclusioni**.

'AI, CRITICAMI!'

Questo dato mostra come i project manager più degli altri potrebbero avere la **mentalità dinamica necessaria** per interagire con l'AI suggerita da Epoch.ai di modo da non rischiare di fidarsi ciecamente dello strumento ma neanche rischiare di porre lo strumento davanti al problema.

APPROCCIO DINAMICO

Per quanto riguarda le paure e le necessità, in genere si desidera l'AI più come uno **strumento di supporto** o di co-pilot con la quale co-progettare purché l'utente rimanga in controllo della situazione. Al tempo stesso i PM non sembrano aver nutrito paure nei confronti dell'AI, anzi tra tutti i ruoli ne sembrano i più **entusiasti** siccome questa potrebbe essere una soluzione per ridurre i loro carichi lavorativi. Hanno però contemporaneamente spiegato che non ci si può affidare a strumenti che sono o inaffidabili o rischiano di prendere troppo tempo evidenziando quindi carenze nelle performances che questi possono offrire.

ETICA E CO-PILOT

Proprio per queste ragioni infatti, le posizioni avanzate da ruoli di controllo sembrano essere tra le più positive e interessate agli impatti che l'AI può comportare. Questa posizione tuttavia potrebbe anche segnare un distacco con i reparti più tecnici e operativi del progetto che anzi ne risulterebbero insofferenti. Ulteriori ricerche a tal

POSITIVITÀ MANAGERIALE

riguardo pertanto potrebbero suggerire dei compromessi più aggiornati e adatti a tali circostanze così delicate.

Dialogo e supervisione al centro

Dialogo supervisione sembrano essere le tasks principali dei project manager. D'altra parte, tuttavia, gli è richiesto di supperire a tutte le mancanze che il team coordinato potrebbe avere.

Fig 4.19 Tutte la task svolte dal project manager secondo gli intervistati (in blu quelle chiave).

Fig 4.20 Principali tasks svolte dal project manager.

Il project manager, facendo lavori principalmente di coordinamento non sembra usare tools specifici quanto piuttosto suites tipo Office e il dialogo con l'utente o con i suoi sottoposti. Sembra quindi avere maggiori necessità per il supporto e la fruizione di dati attendibili.

Necessità

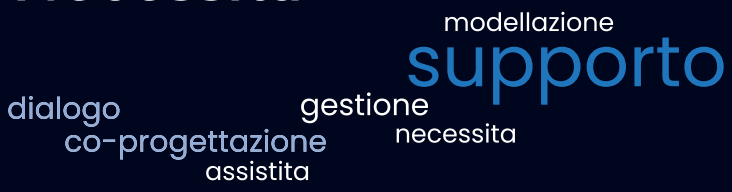


Fig 4.21 Necessità più condivise e richieste dal supporto dell'AI verso il ruolo di project manager.

Strumenti

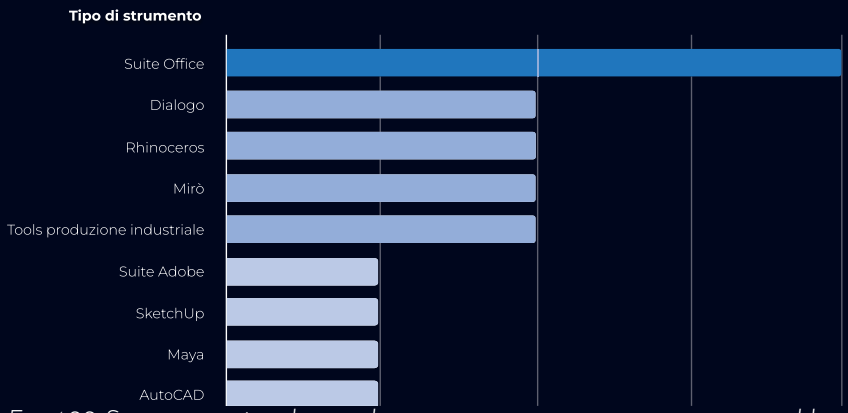


Fig 4.22 Strumenti più utilizzati dai project managers come supporto al loro lavoro e/o per supplire alla carenza di personale quando necessario.

Consapevolezza e confronto tra vari tools Ai a seconda dell'uso sono il centro dell'utilizzo del project manager. D'altra parte però sembra ancora rilevare carenze sia in termini di attendibilità che di uso etico dei dati.

Fig 4.23 Paure più sentite dal supporto dell'AI verso il ruolo di project manager.

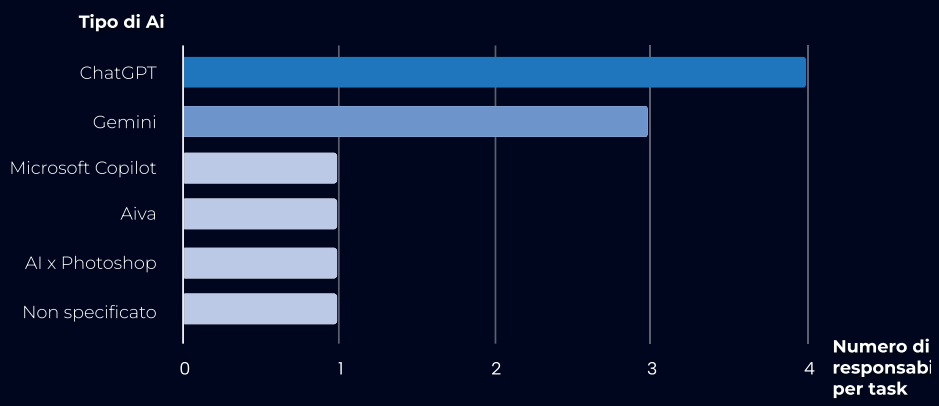


Fig 4.24 Tools AI più utilizzati dai project managers come supporto al loro lavoro.

4.1.2 Risultati interviste clienti

RISULTATI FRAINTENDIBILI

Al termine della comparazione per ruolo all'interno dell'agency si è poi provato a unire assieme queste comparazioni per poi trarre delle risposte conclusive. Ci si è però presto resi conto che molte di queste posizioni sono in contraddizione o per i background pregressi necessari a svolgere la disciplina o per i valori necessari ai rispettivi approcci o per esperienze personali per la quale lo stesso termine **può significare più cose differenti**.

DIFFERENZE PER SETTORE DI DESIGN

Sulla base di queste ragioni infatti, perseguire oltre i contenuti avrebbe potuto portare a imposizioni di giudizio da parte dell'intervistatore e delle risposte che in quanto tali sono ritenute giuste. Per evitare questo problema si è quindi deciso di citare delle tematiche emerse come più citate e condivise tra il maggior numero di persone coinvolte. Queste tematiche sono suddivise a seconda dei punti trattati e, come accenato all'inizio del capitolo, sono:

- **tasks principali**: più tecniche per i progettisti junior mentre sono più di dialogo per i progettisti più esperti e scafati.
- **Strumenti più utilizzati**: Figma sembra essere lo strumento più condiviso tra tutti i ruoli siccome di facile accesso, che consente di coordinarsi e allo stesso tempo anche di adottare personalizzazioni minime per ciascun rispettivo settore.

SUITE OFFICE

- **AI più conosciute**: le intelligenze artificiali conosciute per settore sono varie e di dubbia classificazione, quasi tutti però hanno mostrato di conoscere e saper utilizzare ChatGPT ponendolo anzi come sinonimo dell'intero settore AI.
- **Necessità**: Se da un lato strumenti come ChatGPT

sono i più conosciuti, questi sono anche ritenuti inefficienti e/o inadatti per il ruolo di designer siccome propongono risultati di cui non si conoscono sempre le fonti e/o di cui non si può controllare il processo con la quale sono restituiti gli output. Questo ha permesso di comprendere quindi che le necessità più sentite per il designer sono di avere un'AI che possa essere uno strumento di supporto e per quanto possibile complementare al proprio lavoro ma al tempo stesso averne sempre il controllo a far si che sia l'utente e solo l'utente a chiedere quando questo possa intervenire. A tal riguardo la metafora che più di tutte sembra rendere l'idea e quella che Linda suggerisce come 'Jarvis' del film Iron Man della Marvel.

- **Paure**: Le paure meno di tutte le altre categorie sono una tematica condivisa tra tutti quanti siccome ci sono ruoli più o men impattati e metodologie di problem solving differenti nell'affrontarle. Tutti quanti o quasi sembrano però porre come implicito una sfiducia nel trattamento dei dati che si fa dell'intelligenza artificiale.

IL RUOLO PIÙ FRAGILE

L'unico ruolo a nutrire veramente paura verso l'AI è inoltre quello del Graphic Designer che teme la sostituzione per il proprio lavoro. Tra tutte le altre categorie invece, la paure è comune che diventino 'euforia' come definisce Francesca.

4.1.3 Interviste esperti

NATURA SPERIMENTALE DELL'AI

Il numero totale di interviste esperti è stato di 15 intervistati totali di cui 5 in Nord America, 7 in Europa e 3 in India. Di questi, uno degli aspetti più fondamenali e unisoni a tutti quanti è stata la **natura sperimentale dell'intero settore** nella quale almeno Nina Sabina Caballero, Jean-Baptiste Grossetti e Lea Magnano hanno spiegato come l'AI sia ancora qualcosa di sperimentale ad esempio dal punto di vista giuridico e dell'interazione. L'opinione più riassuntiva sembra però essere stata fornita da Yan Vishnepolsky. L'influencer con podcasts dedicati al settore, spiega infatti l'importanza della natura sperimentale associata all'AI e quanto il ruolo dello UX researcher, nello sviluppo di softwares dedicati sia fondamentale per la riusita del progetto complessivo.

CLUSTERING DELLE RISPOSTE

Ad ogni modo, come per le interviste cliente, queste sono state divise in tre categorie principali e i relativi dati sono stati poi riassunti in **6 metri di paragone per ciascuno** dei ruoli (vedere i protocolli con le domande dedicate per ulteriori dubbi).

- Tasks primarie
- Tasks altre
- Strategie
- Challenges
- Etica e AI
- Strumenti

4.1.3.1 UX Designer esperto

MANSIONI PRINCIPALI

Gli UX Designers intervistati sono in totale 5, le competenze all'interno però sono spaziate in due macro categorie: ricerca conoscitiva degli utenti e quali macro-obiettivi dedurre da essi oppure semplice UX/UI Design per la progettazione di interfacce che rispecchino il lavoro prodotto dai programmatori di ML.

FLUIDITA SENZA DESIGN AL CENTRO

A differenza però dei tradizionali UX/UI Designers nelle agency, dove le skills sono più condivise e fluide all'interno del team, quelli nel settore AI sembrano in genere essere più settorializzati e **specializzati nella ricerca informazioni user-centered.** Sia chiaro, anche nel settore per la produzione AI le skills sono estremanete fluide e forse anche di più che per il design tradizionale. A differenza del settore AI però, la macchina progettuale in cui si è inseriti è estremanete più grande e queste competenze così fluide servono principlamente per comprendere e rappresentare al meglio il lavoro e le necessità altrui.

CENTRALITÀ DI CONTESTI REALI

Per rispondere poi a necessità così frenetiche e incombenti quali quelle del settore AI, il consiglio dei designers è quello di sfruttare il più possibile i contesti complessi e reali. A tale livello di complessità si presentano però varie sfide, di seguito sono presentate le due all'apparenza più condivise tra i vari esperti intervistati:

- integrare l'AI in altri contesti
- Farlo in fretta

Un esempio tipico di questo aspetto è Martina Sartor che, in quanto Senjor UX Designer per un'importante casa

produttrice di AI londinese, spiega che molto spesso è necessario stare al passo con la competizione e se si ritarda anche di poche settimane, lo stesso risultato più essere presentato a prezzi minori da competor più grandi rendendo così invendibile il prodotto perché sconveniente.

NON METTERE LO STRUMENO DAVANTI AL PROBLEMA

Dal punto di vista delle dinamiche d'uso invece, professonisti esperti che lo usano tuti i giorni come Riccardo Farinasso e il suo team, spiegano che l'AI è uno strumento estremamente utile se lo si sa usare. E' da fare estrema attenzione però a non farsi limitare dalle sue possibilità siccome si è visto con la pratica che quello può portare a sovraprogettare il prodotto e a conseguenti ritardi per via delle costanti reiterazioni nel processo.

NULLA È GRATUITO

Martina Sartor, a tal riguardo ha spiegato che le **reiterazioni nel processo di generazione AI molto spesso costanto**, e se da un lato possono portare a una dipendenza nel crearne nuove generazioni per ottenere il prodotto ideale, da un'altro punto di vista hanno dei costi che ricadono sui server dell'azienda.

L'obiettivo degli UX Designers che si occupano dell'esperienza utente per il settore AI quindi, è basata sul far si che l'utente possa raggiungere il suo risultato richiesto con il minor numero di generazioni/click possibili di modo da ridurre esponenzialmente sia il tempo richiesto all'utente che il costo energetico scaricato sul server.

Un'altro aspetto emerso con Riccardo Farinasso e Federico Anastasio è inoltre la possibilità/necessità di uno spazio di lavoro fluido e che i componenti del team possiedano delle T-shaped skills che gli permettano di collaborare

più facilmente l'uno con l'altro e allo stesso tempo comprendere più logicamente cosa aspettarsi dall'AI e come conoscerla.

Per quanto riguarda l'etica nell'AI; **trasparenza, fiducia e una visione non giudicante** sembrano in genere essere gli aspetti più condivisi tra tutti i professionisti. E' contemporaneamente da sottolineare però che le interviste sono avvenute nel periodo **leggermente prima della presentazione di DeepSeek sul mercato**, ulteriori ricerche quando il settore sarà più calmo potrebbero quindi permette di scoprire ulteriori insight nella dimensione etica dell'AI.

PERIODO STORICO DELLE INTERVISTE ESPERTI

4.1.3.2 Prompt Engineer

MUTEVOLEZZA DEL TITOLO

I prompt engineer intervistati sono in totale 5, tra tutte le categorie di esperti tuttavia questa è quella nella quale si è fatta maggiore confusione anche tra i vari professionisti stessi. Se alcuni designers si sono identificati come **'progettisti del prompt**' altri, con lo stesso titolo si sono identificati come **programmatori del prompt**. Il che non è di per sé un errore per nessuno dei due dato che la teoria stessa propone un significato analogo in quanto progettisti del prompt, la differenza che ne è risultata però è che uno ha competenze specialistiche nel machine learning e nel conversational design mentre l'altro ha delle compenteze di UX e graphic design ma solo eventuali piccole specializzazioni per le competenze minime nell'utilizzo AI.

Se persino il termine quindi porta a tale confusione nella distinzione dei ruoli, questo lascia suggerire che importanti cambiamenti radicali possono essere attesi per un prossimo futuro nella disciplina.

RICERCA DI UNO STANDARD

Per quanto riguarda strettamente i dati emersi, si è considerata l'interpretazione di Symbola in quanto ente nazionale Italiano e l'associazione del prompt engineer al ruolo per la generazione di contenuti. Questi contenuti possono variare dal video, audio, testi, immagini, etc. Il punto focale della task in ogni caso è sempre pensare, progettare e realizzare il prompt per il risultato atteso e se necessario saperlo ripetere nella maniera il più possibile esatta per ulteriori reiterazioni successive.

Per quanto riguarda la metodologia, le strategie suggerite dagli esperti sono avere solide basi nel settore di cui

si diventa prompt engineer (es. avere forti background specialistici di architettura se si generato contenuti visivi e/o di testo per il settore architettonico o di design d'interni) mentre le challenges più comuni e sentite sembrano, citando Nina Sabina Caballero, la carenza di background culturale. Se infatti dei risultati non vengono generati come desiderato, secondo gli esperti le opzioni che causano questo fenomeno possono essere due: o l'AI non è sufficientemente consistente, oppure il fruitore ha inserito un'input generico (carente di lessico specifico come ad esempio il linguaggio cinematografico se si desidera generazioni video esatte).

ETICA E PRAGMATICA

Nell'ambito degli sturmenti che gli esperti ritengono più indispensabili per saper utilizzare l'AI, **fluidità nell'uso delle skills e democratizzazione del design** (essere aperti ad altre idee e avere uno sguardo 'olistico'), sono i punti principali. Rispetto all'etica invece, è emersa un'osservazione sottolineata da parte di tutti o quasi i professionisti con questo ruolo che però non è minimamente suggerita dalle analisi desk e di altro tipo: ovvero che è **sconveniente utilizzare riferimenti più popolari**.

4.1.3.4 Conversational designer

I conversational designers intervistati sono in totale 4 e hanno come ruolo principale quello di pianificare cosa far generare all'intelligenza artificiale e/o con quali parole l'output deve essere generato.

APPROCCI DIFFERENTI

Tra i ruoli professionali per il settore AI, questo è quello che richiede meno competenze di UX ma più di programmazione siccome la UX di solito è già definita a priori dallo UX e Product Designer per poi essere trasmessa al conversation designer solo in un secondo momento. E' però da sottolineare che ci potrebbero essere differenze culturali e di preparazione tecnica alla disciplina. Se infatti i **conversational designers europei** non hanno necessità di saper programmare ma di fornire ai programmatori delle **'risposte ideali'**, **in India, sapere come funziona** il Machine Learning e le varie metodologie ad esso correlate, permette di **avere maggiore consapevolezza sullo strumento**, quale usare a seconda delle necessità espresse dal team e anche se non si sa direttamente progettare, si è comunque più consapevoli sul risultato richiesto e lo si riesce a controllare più facilmente.

CONCLUSIONI DEGLI APPROCCI

In termini pratici, la differenza tra i due metodi implica che uno, quello **europeo**, **genera delle frasi che poi devono essere prese a riferimento come 'ideali'** e le cui competenze richieste sono buone basi di copywriting e qualche conoscenza minima sulle possibilità dello strumento, mentre nell'altro caso, **quello indiano, considera che vari tipi di machine learning possono**

produrre risultati anche molto differenti, pertanto i tipi criteri di modulazione del testo del copywriter vengono modulati a seconda dei casi tra tone of voice, valori attribuiti alle parole e altri aspetti più tecnici che variano di caso in caso.

IMPORTANZA DEL CONOSCERE LO STRUMENTO

Dal punto di vista metodologico è quindi suggerito da tutti o quasi i professionisti conversational designers di acquisire maggiore consapevolezza sugli strumenti della programmazione di modo da saper progettare con più sicurezza, consistenza e rapidità i testi e le conversazioni uomo-macchina associate alla generazione.

EVITARE L'HALLUCINATION

Per quanto riguarda le principali sfide percepite dal settore, tutti gli intervistati sono concordi nel dire che uno dei problemi principali è l'evitare l'hallucination ovvero l'allucinazione dell'intelligenza artificiale che si inventa le risposte rendendole così inattendibili all'utente.

Questa sfida coinvolge anche in prima persona i conversational designers sul piano etico che per primi si trovano impattati ad una più etica e corretta progettazione a tal riguardo.

IL VINCOLO DEI CONVERSATIONAL

Purtroppo non si è potuto dire molto siccome gran parte dei brevetti e delle licenze associate alle compagnie per cui lavorano gli intervistati sono associati alle logiche di funzionamento che impattano l'ambito etico dell'AI, sicuramente però sembra che l'accessibilità allo strumento e una maggiore inclusività nel saper comprendere le idee differenti dalle proprie siano la prossima frontiera di sfide del settore per il 2025/2026.

4.1.3 Risultati interviste esperti

CHIARIMENTI TERMINOLOGICI

Da quanto emerso dalle interviste esperti per il settore AI, c'è ancora molta sperimentazione diffusa tra i vari ambiti professionali e molto entusiasmo nel conoscere e saperne di più a tal riguardo.

Associato a questo entusiasmo c'è però anche molta confusione per la quale si è quindi provato a stendere una nomeclatura esatta tra chi impiega l'AI, chi lavora per tale settore e i corrispettivi ruoli che invece si suppone possano non esserne neanche a conoscenza.

PER	CON	SENZA
Conversational designer	AI-enhanced UX Copy/Copywriter	UX Copy/Copywriter
Prompt engineer	AI artist (uso creativo) / Prompt engineer (uso metodico)	Graphic designer
AI/UX Designer	AI/UX Designer	UX Designer
	Service designer	Service designer

Tag 4.1 Immagine descrivente, a seguito delle interviste, la differenza nella nomeclatura tra i vari professionisti e l'ambito a cui essi sono associati; a seconda che questo sia per, con o senza il settore AI.

4.1.4 Temi emersi tra esperti e clienti

FERMENTO DI TUTTI I SETTORI CLIENTI/ ESPERTI

Da quanto emerso a seguito delle interviste, il settore del design è in forte sperimentazione e ciascuno dei professionisti, siano essi clienti o esperti del settore AI, tutti quanti si cimentano sfruttano il proprio rispettivo background per trovare un metodo personale per quanto riguarda l'utilizzo di questa nuova macchina. Non sembra essere presente però un pattern di comportamento univoco a tutti quanti, elemento che suggerisce e convalida ancora le forte fase sperimentale ed embrionale del paradigma.

CAUSE DELL'HALLUCINATION

Se però tutti quanti sono concordi nel suggerire l'hallucination e la incoerenza/inconsistenza dei dati generati, varie tematiche si ramificano a seconda degli interessi che si considerano. Si prova quindi a suggerire nella seguente lista le principali tematiche fonte di dibattito e/o discordanza tra i professionisti:

- sfiducia nell'uso che si fa dei dati usati come prompt per l'AI,
- carenza di conoscenza per lo strumento e le sue possibilità,
- paura che questo svaluti il lavoro di artigianato digitale del designer,
- inconsapevolezza della grandezza del mercato, della sua dinamicità e di come starci al passo.

4.2 Personas e User Journey

SINTESI ED ESEMPLIFICAZIONE

A seguito delle interviste sono proposti a titolo esemplificativo quattro professionsti del design che si specula potrebbero fare parte della stessa agency e che, ognuno con la sua esperienza e personalità, si trovano rispettivamente interessati ad utilizzare l'intelligenza artificiale. Questi **quattro ruoli sono basati sui risultati emersi** dalle interviste, tuttavia i personaggi e i loro 'quirks' sono inventati di modo da rendere più realismo e comprendere anche le implicazioni personali che possono portare ogni individuo a sentirsi interessato interessato nell'adozione dell'AI senza però toccare la sfera personale di nessuno degli intervistati.

APPROCCIO AL PROGETTO

Queste personas poi **sono state associate a due user journey d'esempio** in cui si è provato a speculare per ciascuna delle due i pensieri e le azioni principali oltre a goals, pain points, etc.

La ragione per cui si sono definiti due caratteri differenti è che ogni progettista tra i quattro considerati può essere più disinvolto e orientato a sperimentare nuovi strumenti oppure può essere più timoroso e differente per le più svariate e motivate ragioni personali.

UX DESIGNER:
DALILA ROBALO

Background: Lavora da 10 anni per l'agency in cui è stata assunta dopo una brillante carriera universitaria.
Dopo svariati anni come UX Junior Designer a realizzare wirframes, prototipi, testing e a guidare stagisti, Dalila è stata di recente promossa a Senjor UX ed è volenterosa di dimostrare il suo lavoro.

Ruolo: Senjor UX designer
Età lavorativa: 10 anni circa
Età effettiva: 32 anni

Ambizione: controllo del progetto e dimostrare le proprie capacità.
Quirks positivi: fare da legante per il lavoro del gruppo.
Quirks negativi: far sentire gli altri schiacciati.
Attitudine: far sentire gli altri schiacciati.

Attività del cliente:

- Ricerca
- Benchmark
- Prototipi iniziali
- Crisis communication
- Concept & UX Definition
- Design system ed esempi grafici minimi

Motivazioni personali:
- Perdere credibilità con dati errati.

Motivazioni lavorative:
- Non sapere come autenticare la veridicità.
- Confusione sugli algoritmi di ricerca.

Frustrazioni personali:
- Perdere credibilità con dati errati.

Frustrazioni personali:
- Non sapere come autenticare la veridicità.
- Confusione sugli algoritmi di ricerca.

Ricerca: ChatGPT (plug-in), Perplexity.ai (plug-in), You (plug-in), Adobe Acrobat assistente IA (plug-in).
Sintesi: Coral AI, Quillbot (plug-in e piattaforma), Microsoft Copilot (plug-in).
Benchmark: Semrush(plug-in e piattaforma), SE rank, Prototide.app.
Concept e UX Definition: ChatGPT, Gemini, Perplexity.ai, Claude.ai, You.
Prototype generation: Uizard, Figjam, Canva.
Design system tools: Adobe express, Adobe AI suite, Canva, Looka.

GRAPHIC DESIGNER
MARCO GOLINO

Background: Dopo 5 anni come freelance nel settore grafico-pubblicitario, Marco ha iniziato a lavorare per l'agency di Sara svolgendo a turno tutte le mansioni possibili del graphic design. La sua incapacità nel seguire le regole accordate dal team, lo ha fatto rassegnare per mantenere il posto fisso.tentarsi di un posto fisso.

Ruolo: Junior Graphic Designer
Età lavorativa: 18 anni circa
Età effettiva: 46 anni

Ambizione: avere un posto fisso senza obblighi per mantenere la libertà intellettuale.
Quirks positivi: smorza la tensione tra i membri del gruppo.
Quirks negativi: scarso rispetto delle scadenze e linee guida.
Attitudine: predisposizione all'Art Direction.

Attività del cliente:

- Brand Identity
- Grafica pubblicitaria
- Videomaking / videoediting
- Illustrazione digitale
- Graphic design specialistico

Motivazioni personali:
- maggiore tempo personale (abusato).

Motivazioni lavorative:
- Demandare la parte concettuale all'AI per concentrarsi su quella tecnico-creativa.

Frustrazioni personali:
- Che l'AI sappia fare tutto ciò che Marco sa fare.

Frustrazioni personali:
- Che lo spirito creativo venga limitato a degli algoritmi.

Brand Identity: Looka, Khroma, Magic color.
Grafica pubblicitaria: Looka, Svg.io, Adobe express.
Videomaking / videoediting: Sora, Runway, VEED.io.
Illustrazione digitale: AI x Illustrator, AI x photoshop, alpaca, Picart, Midjourney.
Graphic design specialistico: Adobe AI suite, Midjourney.
Prototype generation: Uizard, Marblism.
Benchmark grafico: Prototide.app.

COPYWRITER
GIOVANNI MARENGO

Background: Dopo 13 anni come Business accountant, per svariate compagnie, a seguito del fallimento dell'ultima, Giovanni ha conosciuto il settore del copywriting nel 2010 e dell'emergente UX. Dopo qualche apprendistato come UX copy /copywriter, ad oggi sono 12 anni che lavora con l'Agency di Sara o coordina specifiche task per essa.

Ruolo: Copywriter
Età lavorativa: 20 anni circa
Età effettiva: 55 anni

Ambizione: avere un posto lavoro meno competitivo delle sue esperienze passate.
Quirks positivi: media il senso del dovere di Dalila con quello del piacere di Marco.
Quirks negativi: offre e si aspetta risultati precisi
Attitudine: predisposizione alla sfera economico-finanziaria della compagnia.

Attività del cliente:

- Brand identity & Content strategy,
- Copywriting,
- Storytelling,
- Dialogo con i clienti.

Motivazioni personali:
- Maggiore tempo per interessi personali.

Motivazioni lavorative:
- Maggiore tempo per approfondire e vivere gli ambiti di cui il copy tratta.

Frustrazioni personali:
- Che l'AI renda a tutti accessibili i tool del copy.

Frustrazioni personali:
- Essere una protesi troppo efficiente.
- Mettere lo strumento davanti al problema.

Brand identity e Content strategy: Frase, Quillbot, Chat-GPT, Perplexity, Gemini, Microsoft Copilot (piattaforma e plug-in).
Copywriting: Quillbot, ChatGPT, Perplexity, Gemini, Frase.
Content creation: Jasper, Frase, Anyword.
Storytelling: Quillbot, ChatGPT, Perplexity, Gemini.
Dialogo con i clienti: Granarola.
SEO Writing e Benchmark: Semrush, Prototide.app.

PROJECT MANAGER
SARA MAZZOLA

Background: Sara ha fondato l'agency come startup. Questa, grazie alle skills da motivatore sociale di Sara è cresciuta poco a poco. Attualmente questa ha tre sedi tra Nord e Centro Italia e per via dell'espansione dell'agency, attualmente la PM fa affidamento a Dalila per la gestione dei progetti e a Marco per la comunicazione con i clienti.

Ruolo: Project manager
Età lavorativa: 12 anni circa
Età effettiva: 39 anni

Ambizione: vedere la sua agency crescere.
Quirks positivi: vivere in maniera 'leggera' le difficoltà.
Quirks negativi: inconsapevolezza delle proprie forze.
Attitudine: predisposizione alla al coordinamento e comunicazione interpersonale.

Attività del cliente:
- Supervisione del progetto
- Dialogo con i clienti
- Crisis communication
- Dialogo con reparti esterni

Motivazioni personali:
Riduzione rischio errori da sovraccarico cognitivo.
Motivazioni lavorative:

- Più tempo di team-building
- AI-aided PM per rispondere all'aumento di lavoro.
- Supporto alla gestione.

Frustrazioni personali:

- Rivivere nel lavoro i problemi personali.

Frustrazioni personali:

- Non riuscire a tenere coeso il team per via della crescita dell'agency.

Supervisione del progetto: Taskade, ChatGPT (excel plug-in), Figjam, ChatGPT, Gemini, Perplexity.
Dialogo con i clienti: Granarola (sintesi meetings), Colossyan (pitch umanizzati).
Crisis communication: Granarola (sintesi meetings).
Dialogo con reparti esterni: OpenAI platform, Anywerse.ai, Github copilot.

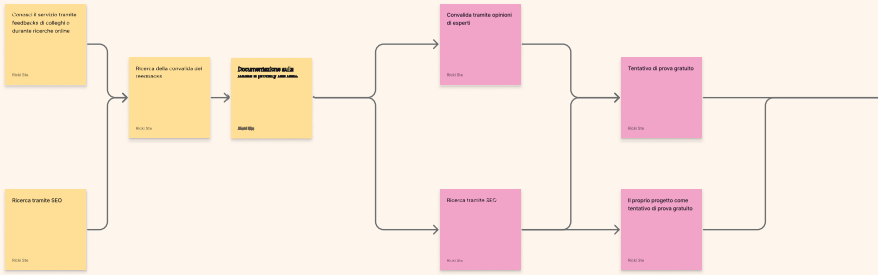
Journey steps

Awareness → Consideration →

Azioni dell'utente

Tutela per il copyright

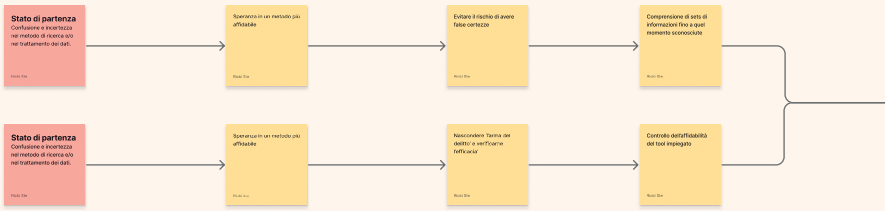
Correzione ed estenzione relazioni



Goals ed esperienze

Evitare di copiare idee di terzi

Evitare il sovraccarico cognitivo

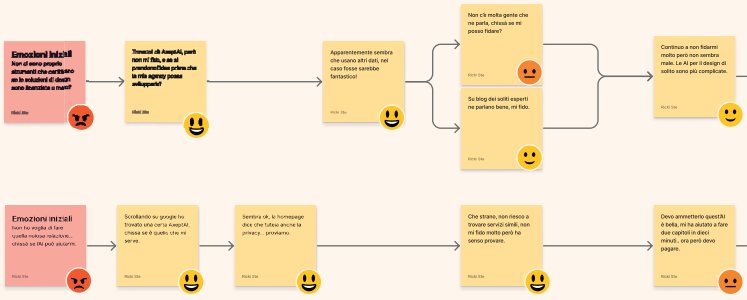


Pensieri ed emozioni

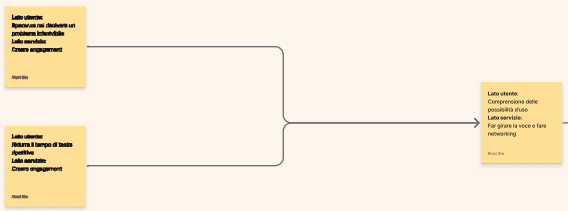
😍 😃 🙂 😐 😕 😡

Tutela per il copyright

Correzione ed estenzione relazioni



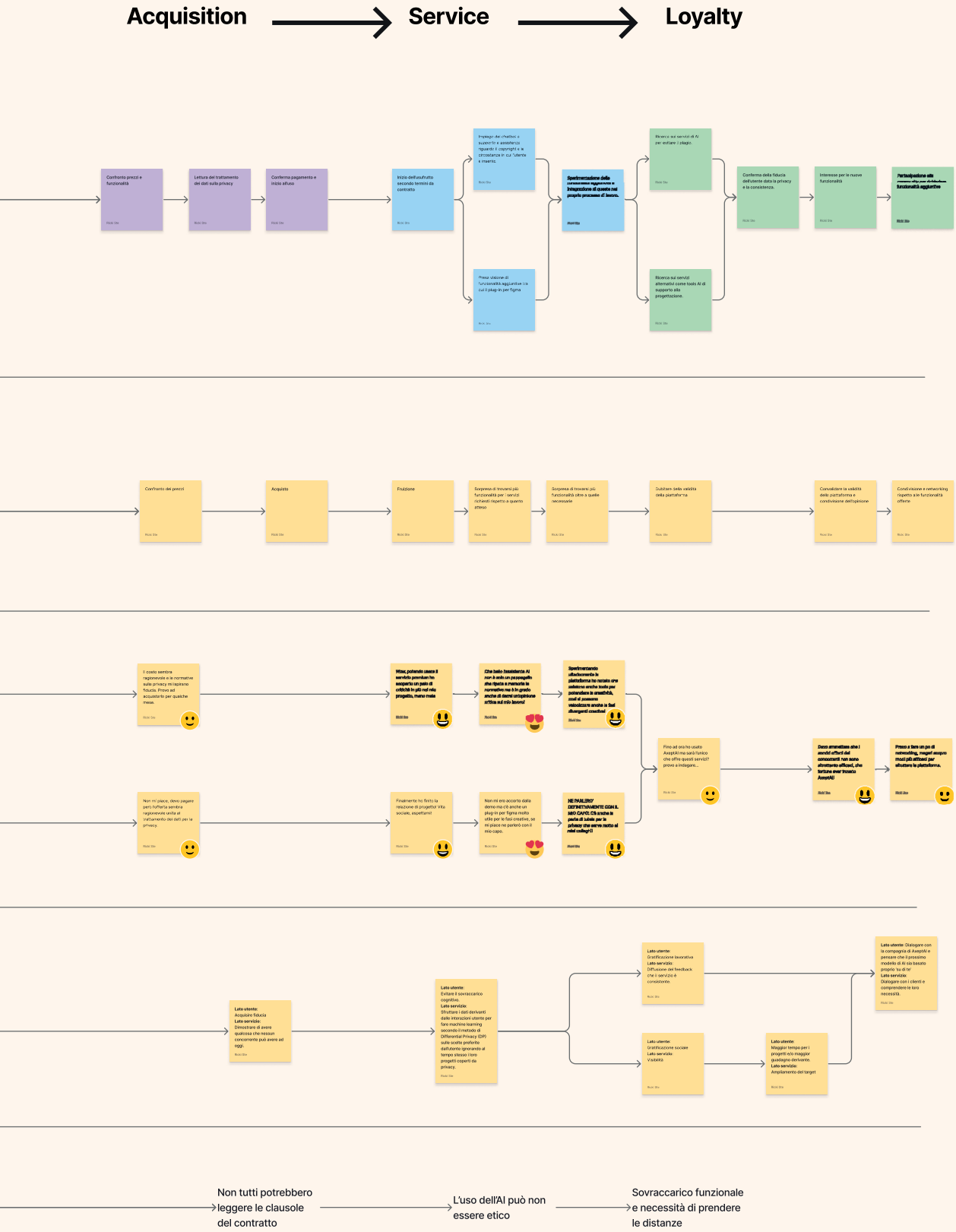
Opportunità



Pain points

Paura sul trattamento dei dati → Sfiducia nella pubblicità sul trattamento dei dati.

Dubbi sulla validità data la concorrenza → Pagare per fruire oltre del servizio e sentirsi ingannati per questo.


Acquisition
Service
Loyalty
Confronto prezzi e funzionalità
Lettura del trattamento dei dati sulla privacy
Conferma pagamento e inizio sfruso
Inizio dell'usufrutto secondo termini da contratto
Impiego dei chatbox e supporto e assistenza riguardo il copyright e le circostanze in cui l'utente è inserito.
Presa visione di funzionalità aggiuntive (ca cui il plug-in per figma
Sperimentazione delle funzionalità aggiuntive e integrazione di questo nel proprio processo di lavoro.
Ricerca sui servizi di AI per evitare il plagio.
Ricerca sui servizi alternativi come tools AI di supporto alla progettazione.
Conferma della fiducia dell'utente data la privacy e la consistenza.
Interesse per le nuove funzionalità
Partecipazione alla
Confronto dei prezzi
Acquisto
Fruizione
Sorpresa di trovarsi più funzionalità per servizi richiesti rispetto a quanto atteso
Sorpresa di trovarsi più funzionalità oltre a quelle necessarie
Dubbiare sella validità della piattaforma
Convalidare la validità delle piattaforma e condivisione dell'opinione
Condivisione e networking rispetto alle funzionalità offerte
Il costo sembra ragionevole e le normative sulla privacy mi ispirano fiducia. Provo ad acquistarlo per qualche mese.
Non mi piace, devo pagare per l'offerta sembra ragionevole anche al trattamento dei dati per la privacy.
Wow, potrebbe usare il servizio premium ho scoperto un pelo di critichè in più nel mio progetto, mano mala
Finalmente ho finito la relazione di progetto! Vita sociale, aspettami!
Che bello l'assistenza AI non è solo un pappagallo che ripete a memoria le normative ma è in grado anche di darmi un'ispirazione artica sul mio lavoro!
Non mi era accorto dalla demo ma c'è anche un plug-in per figma molto utile per le fasi creative, se mi piace ne parlerò con il mio capo.
Sperimentando ulteriormente la piattaforma ho notato che adottano anche tools per potenziare la creatività, così si possono velocizzare anche le fasi divergenti creative!
HE PARLERO' DEFINITIVAMENTE CON IL MIO CAPO. C'è anche la perla di salute per la privacy che serve nostro ai miei colleghi!!
Fino ad ora ho usato AcceptAI ma sarà l'unico che offre questi servizi? provo a indagare...
Devo ammettere che i servizi offerti dai concorrenti non sono altrettanto efficaci, che fortuna aver trovato AcceptAI
Provo a fare un po di networking, magari scopro modi più efficaci per sfruttare la piattaforma.
Lato utente:
Acquisire fiducia
Lato servizio:
Dimostrare di avere qualcosa che nessun concorrente può avere ad oggi
Lato utente:
Evitare il sovraccarico cognitivo.
Lato servizio:
Sfruttare i dati derivanti dalle interazioni utente per fare machine learning secondo il metodo di Differential Privacy (DP) sulle scelte preferite dall'utente ignorando al tempo stesso i loro progetti coperti da privacy.
Lato utente:
Gratificazione lavorativa
Lato servizio:
Diffusione del feedback che il servizio è consistente.
Lato utente:
Gratificazione sociale
Lato servizio:
visibilità
Lato utente:
Maggior tempo per i progetti e/o maggior guadagno derivante.
Lato servizio:
Ampliamento del target
Lato utente:
Dialogare con le compagnie di AcceptAI e pensare che il prossimo modello di AI sia basato proprio su di te!
Lato servizio:
Dialogare con i clienti e comprendere le loro necessità.
Non tutti potrebbero leggere le clausole del contratto
L'uso dell'AI può non essere etico
Sovraccarico funzionale e necessità di prendere le distanze

4.3 Definizione della design challenge e del progetto

DEFINIZIONE DELLE SFIDE DI PROGETTO

Compresi i dati al termine delle interviste, elaborati i risultati e sintetizzato il tutto in delle personas come modello 'ideale' del designer si è quindi ragionato su quale potesse essere la design challenge nella quale strutturare il progetto.

CARENZA DI UNO STANDARD D'USO

Si è infatti compreso che complessivamente non esiste uno standard nell'utilizzo dell'intelligenza artificiale ma, al giorno d'oggi, se si vuole essere competitivi sul mercato del design è già uno strumento comunemente diffuso, semplicemente non si sa come catalogarlo.

LIMITI E PROSPETTIVE

In conseguenza a questi dubbi emersi, la problematica che però è sorta spontanea è stata: 'quanto si sa effettivamente dell'AI? Quale può essere in un prossimo futuro il potenziale dell'AI per il settore del design? Come può essere reso più acessibile questo strumento al settore del design?

Per rispondere a queste sfide progettuali si è quindi definita la design challenge che avrebbe poi determinato le tematiche su cui incentrare il workshop nei mesi successivi.

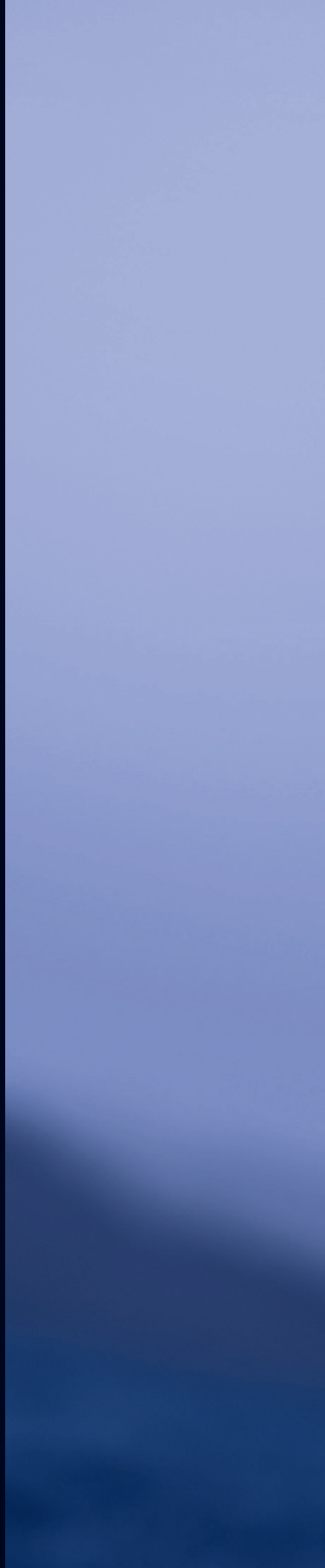
Design challenge:

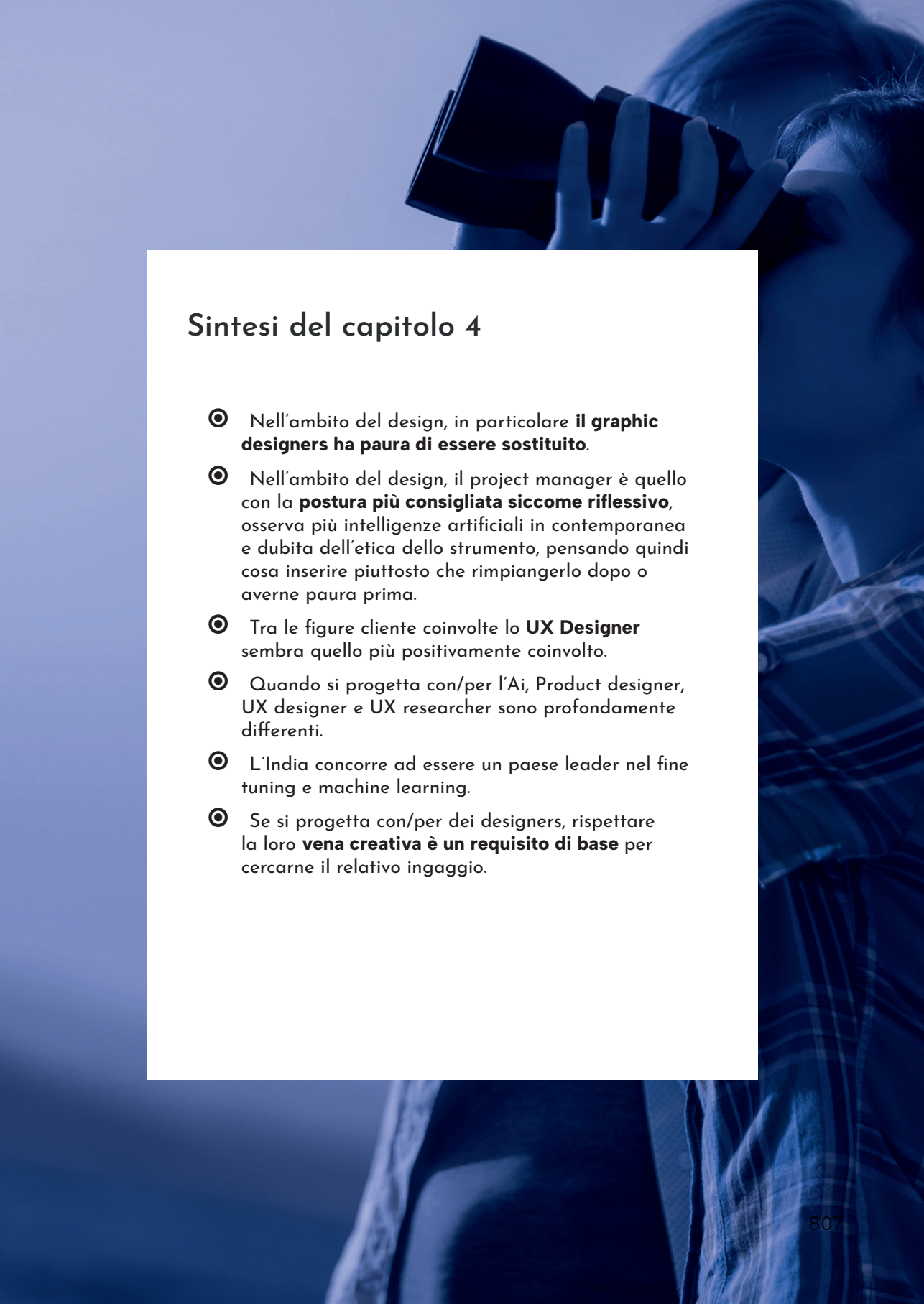
*Analizzare le **potenzialità** dell'intelligenza artificiale per l'innovazione negli strumenti di Experience Design, **investigando** come nuove soluzioni di AI possano supportare i designer nella creazione di **esperienze utente più fluide, inclusive e personalizzate**, migliorando la qualità complessiva dei loro output progettuali.*

Punto di vista

La sfisa del dialogo è sempre aperta e costante.

Nel settore Ai non basta una sola prospettiva, per comprenderne il funzionamento serve aver chiara sia la mentalità del programmatore che delle humanities. Il primo per saper dialogare con la macchina nel trial &error, il secondo per comprendere i termini che essa usa.





Sintesi del capitolo 4

- Nell'ambito del design, in particolare **il graphic designers ha paura di essere sostituito**.
- Nell'ambito del design, il project manager è quello con la **postura più consigliata siccome riflessivo**, osserva più intelligenze artificiali in contemporanea e dubita dell'etica dello strumento, pensando quindi cosa inserire piuttosto che rimpiangerlo dopo o averne paura prima.
- Tra le figure cliente coinvolte lo **UX Designer** sembra quello più positivamente coinvolto.
- Quando si progetta con/per l'Ai, Product designer, UX designer e UX researcher sono profondamente differenti.
- L'India concorre ad essere un paese leader nel fine tuning e machine learning.
- Se si progetta con/per dei designers, rispettare la loro **vena creativa è un requisito di base** per cercarne il relativo ingaggio.

Capitolo 5

ideazione

Architettura informativa.

Service bluprint

Capitolo 5:
Ideazione

DETTAGLI DELLA DESIGN CHALLENGE

Concluse le interviste e la relativa elaborazione dei dati si è poi indagato quali potevano essere le domande fondamentali per la design challenge arrivando così a strutturare un'alberatura di punti salienti ad essa correlati. Si è però osservato che nella **deduzione e costruzione nel dettaglio della design challenge** tanto quanto nelle interviste e nelle altre fasi precedenti, è sempre mancato un aspetto fondamentale: come i potenziali clienti interagiscono con lo strumento dell'AI quando sono tra di loro? In che modo avviene il dialogo uomo-uomo e uomo-macchina in contesti fortemente di dialogo come quello dell'agency? fino a che punto le considerazioni della design challenge e delle fasi precedenti si possono spingere?

OSSERVAZIONE IN LOCO

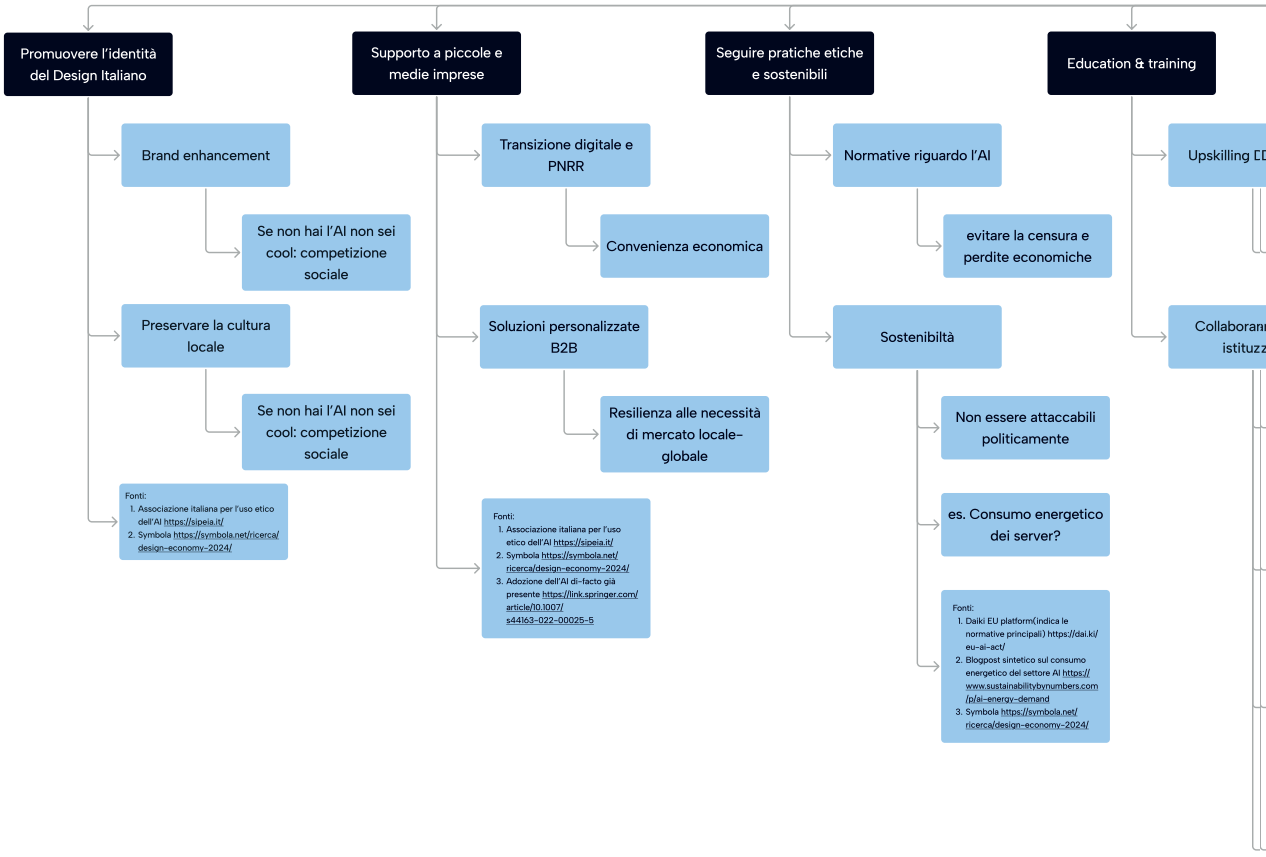
Per ricercare risposte univoce e il più possibile oggettive a queste domande si è quindi deciso di osservare in loco il dialogo tra i progettisti, come avvengono le dinamiche di dialogo tra di questi e quali tematiche possono emergere riguardo l'argomento dell'intelligenza artificiale.

Per uno studente che sta producendo una tesi tuttavia questo passaggio non è semplice e non ci sono schiere di professionisti con decenni di esperienza pronti a formare

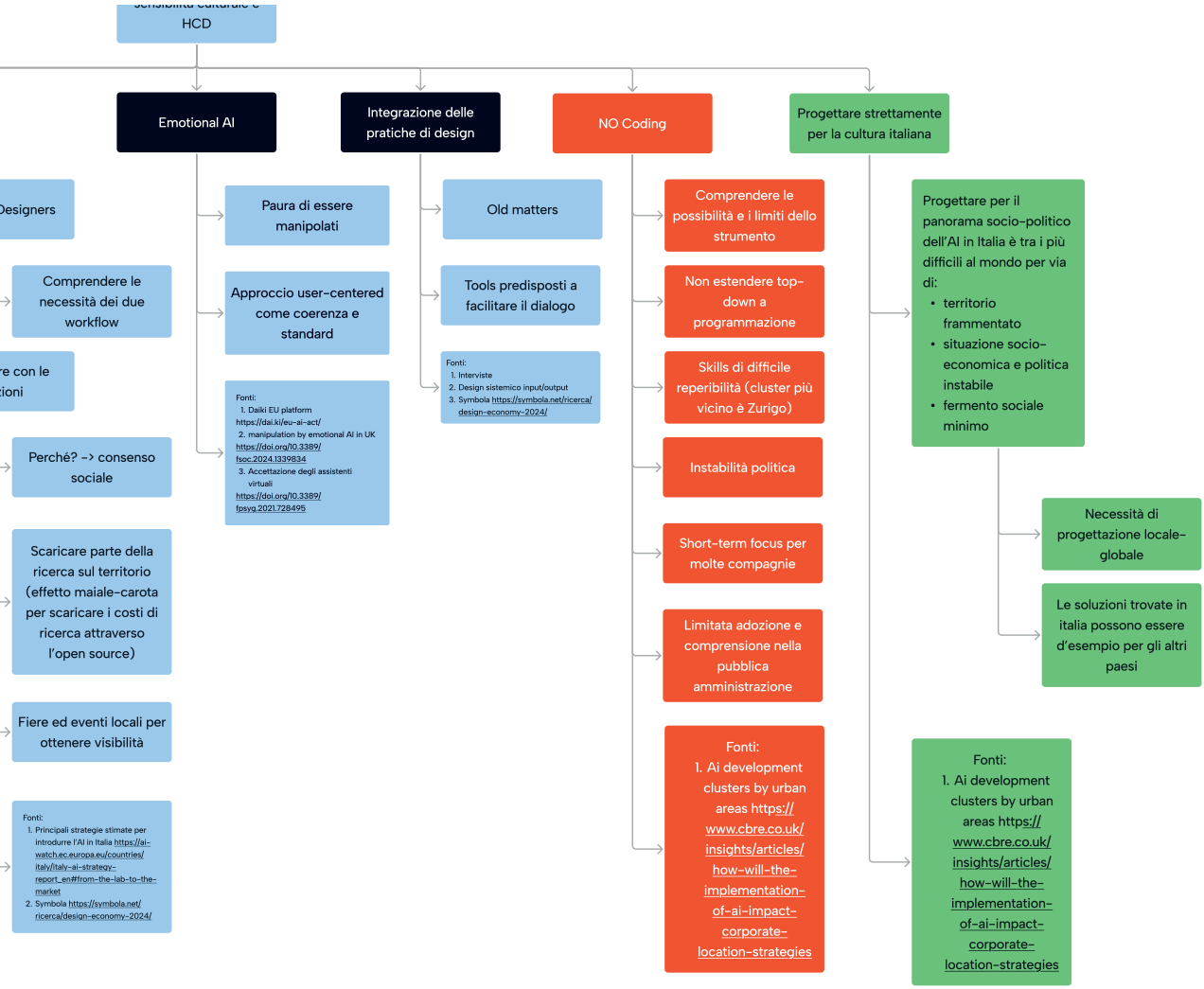
un'agency fittizzia ai fini della ricerca scientifica. Per dipanare questo problema quindi, la scelta più logica e in linea con il metodo del service design è stata quella di contattare dei professionisti con lo stesso metodo usato per le interviste per **formare un workshop online** nella quale differenti culture e differenti preparazioni professionali possano formare 2-3 gruppi di professionisti che ricreino le situazioni tipo di un'agency.

LA NECESSITÀ DI UN WORKSHOP

Alberatura della design challenge



Flg 5.1 Schema ad albero riassuntivo della design challenge nei suoi sei ambiti principali aggiunti ai pregi di contesto (ramo di colore rosso) e benefici derivanti dal contesto (colore verde).


HCD
Emotional AI
Integrazione delle pratiche di design
NO Coding
Progettare strettamente per la cultura italiana
Designers
Comprendere le necessità dei due workflow
re con le zioni
Perché? -> consenso sociale
Scaricare parte della ricerca sul territorio (effetto maiale-carota per scaricare i costi di ricerca attraverso l'open source)
Fiere ed eventi locali per ottenere visibilità
Fonti:
1. Principali strategie stimate per introdurre l'AI in Italia https://ai-watch.ec.europa.eu/countries/italy/italy-ai-strategy-report_en#from-the-lab-to-the-market
2. Symbola https://symbola.net/ricerca/design-economy-2024/
Paura di essere manipolati
Approccio user-centered come coerenza e standard
Fonti:
1. Daiki EU platform https://dai.ki/eu-ai-act/
2. manipulation by emotional AI in UK https://doi.org/10.3389/fsoc.2024.1339834
3. Accettazione degli assistenti virtuali https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.728495
Old matters
Tools predisposti a facilitare il dialogo
Fonti:
1. Interviste
2. Design sistemico input/output
3. Symbola https://symbola.net/ricerca/design-economy-2024/
Comprendere le possibilità e i limiti dello strumento
Non estendere top-down a programmazione
Skills di difficile reperibilità (cluster più vicino è Zurigo)
Instabilità politica
Short-term focus per molte compagnie
Limitata adozione e comprensione nella pubblica amministrazione
Fonti:
1. Ai development clusters by urban areas https://www.cbre.co.uk/insights/articles/how-will-the-implementation-of-ai-impact-corporate-location-strategies
Progettare per il panorama socio-politico dell'AI in Italia è tra i più difficili al mondo per via di:
• territorio frammentato
• situazione socio-economica e politica instabile
• fermento sociale minimo
Necessità di progettazione locale-globale
Le soluzioni trovate in italia possono essere d'esempio per gli altri paesi
Fonti:
1. Ai development clusters by urban areas https://www.cbre.co.uk/insights/articles/how-will-the-implementation-of-ai-impact-corporate-location-strategies

5.1 Workshop

Per l'evento sono state contattate circa 300 persone tra il mese di Marzo e Aprile, queste sono state ricercate in tutta Italia per considerare comunque la problematica del mezzogiorno.

QUALI ZONE INTERVISTARE

Tenendo però conto della già **scarsa adesione da parte dei designers del mezzogiorno** nelle interviste, e osservando il suo ripertersi nella prima fase di ricerca dei partecipenti (periodo di Marzo 2025), si è quindi deciso di priorizzare il Nord Italia e in particolare la zona di Milano in quanto ambienti con maggiore fermento sociale volto all'innovazione.

STATISTICHE

Delle circa **300 persone contattate** inizialmente i rispondenti sono poi stati **15 circa nella prima fase preparatoria** con una percentuale di accettazione di 1 su 20/25 richieste. Di questi però 7 si sono ritirati nelle settimane subito prima dell'evento (in parte anche dato il giorno siccome l'evento si è tenuto online il sabato prima di Pasqua) e uno dei partecipanti ha avuto problemi tecnici in itinere.

UBICAZIONE

Per via dell'elevato numero di ritiri quindi, i rimanenti partecipanti al workshop sono stati suddivisi in due gruppi da 3-4 membri ciascuno. **L'evento si è tenuto su discord** in cui ogni gruppo poteva avere un canale vocale e testuale privato, un canale per gli annunci ed altri due canali testuali e di parlato per i momenti di condivisione plenaria.

A seguito della design challenge e dalle domande emerse

CREAZIONE DEI TEAMS

dalle fasi precedenti, come già accennato, sin da subito l'obiettivo è stato creare un ambiente che simulasse il più possibile quello dell'agency in cui ci sono sia copywriters, managers UX designers, graphic designers, etc.

Per via delle limitazioni di background date dai partecipanti tuttavia i due gruppi sono stati formati con le seguenti specializzazioni:

GRUPPO 1:

- Partecipante 1 - Graphic Designer,
- Partecipante 2 - UX / UI Designer,
- Partecipante 3 - UX Designer,
- Partecipante 4 - UX Copy / copywriter,

GRUPPO 2:

- Partecipante 1 - UX / UI Designer,
- Partecipante 2 - UX Designer,
- Partecipante 3 - Graphic designer,
- Partecipante 4 - UX Copy / copywriter.

5.1.1 Preparazione dell'evento

Durante il periodo in cui sono stati invitati partecipanti all'evento è inoltre stato definito nel dettaglio i contenuti.

DEFINIZIONE DEI TEMPI

Data la natura non-ufficiale dell'evento si è pensato che il tempo massimo dovesse stare all'interno di un paio di ore(massimo tre ore complessive) e le attività proposte avrebbero dovuto vertere sull'osservare e comprendere cosa serve ai progettisti per trovarsi a proprio agio nell'integrare con il proprio lavoro l'intelligenza artificiale.

Definito l'obiettivo latente dell'evento per la tesi si è poi studiato nel dettaglio le attività e cosa proporre.

SCENARI POSSIBILI

Per comprendere cosa potesse aver più senso, considerando che la design challenge si sarebbe potuta aprire, ad esempio anche allo speculative design, vision, AI multimodali o interaction design volta ad uno **sguardo etico**; si è fatto un passo indietro rivedendo la design challenge sotto questa nuova necessità. Si è quindi osservato che all'interno della tematica dell'AI, il fattore comune a tutti e tutto (designers, specializzazioni degli esperti, casi studio trovati, etc) è in genere incentrato in maniera più esaustiva sulle interfacce digitali.

TEMATICHE DEL WORKSHOP

L'obiettivo per l'evento è stato quindi il seguente: creare la bozza concettuale di un'interfaccia AI con le caratteristiche che deve avere e/o evitare per essere comoda a dei designers in un'agency.

SUPPORTO DEL FACILITATORE

Si è poi proceduto a pensare i singoli steps dell'evento. Grazie anche all'assistenza del facilitatore Mirco Zancone

per l'evento si è arrivati alla conclusione che l'evento potesse essere definito dalle seguenti fasi:

fase preliminare informativa,

fase conoscitiva e di brainstorming individuale,

- Crazy 8,
- Dot voting & Art Museum,
- Personas
- Customer Journey,
- Storyboard,
- Concept Poster,
- Momento di condivisione finale.

RIDUZIONE DEL CARICO DI LAVORO PER FACILITARE LA PROGETTAZIONE

Di questi step, tuttavia si è pensato che definire personas e customer journey assieme a tutto il resto poteva essere **troppo difficile per il tempo a disposizione**. In alternativa le 4 personas definite al termine delle interviste sono state assegnate a due a due ai rispettivi gruppi come potenziali 'target' del progetto mentre la customer journey è stata rimossa basantosi sulle esperienze e conoscenze professionali acquisite dagli anni di esperienza dei professionisti.

ROTTURA DEL CONVENZIONALE

Questi contenuti tuttavia potrebbero essere proposti a **qualsiasi evento anche non incentrato sull'AI**, dato però che questa tecnologia comporta profondi cambi di paradigma e comportamento, si è **ricercato quali modifiche possono essere adottate** come già di comune diffusione per i workshop di co-creation della progettazione per il settore AI.

Se da un lato non si sono trovati strumenti particolarmente differenti dal solito, uno più degli altri ha fatto riflettere su potenziali cambiamenti (AI Meets Design Toolkit, n.d.).

CASO MOBGEN

MOBGEN, all'epoca affiliata con teams di designers di Accenture localizzati in Olanda, propone le AI Methods Cards ognuna con funzionalità definite che potrebbero essere usati per sessioni creative senza il rischio di perdersi nelle infinite possibilità di un tradizionale brainstorming.

Questo metodo tuttavia è stato poi messo da parte siccome troppo lungo e complesso da fruire.

Da esso però si sono tratte due ispirazioni:

- Coinvolgere l'AI nel processo così da fornire informazioni parziali ed evitare il sovraccarico di informazioni tramite il generatore di FigJam,
- Dato il tempo ristretto, fornire ai professionisti i componenti dell'atomic design sotto forma di cards clusterizzate per funzionalità di modo da impiegarle al posto del disegno a mano libera impossibile per il web.

5.1.2 Svolgimento del workshop

TIME TABLE DEL WORKSHOP

Lo svolgimento del workshop è durato complessivamente dalle 10.00 (considerando anche i 15-20 minuti di ritardo canonico dei partecipanti) fino alle 13.30 dello stesso giorno. Il suo svolgimento è stato sulla piattaforma **Discord** previa link forninto nei giorni precedenti di modo da prepararsi.

ARCHITETTURA DELLA PIATTAFORMA DEL WORKSHOP

La piattaforma è stata scelta rispetto a Teams, Meet, Zoom o altri concorrenti per via della intuitiva modalità di avere più canali tra i partecipanti e garantirne la privacy per ciascuno di essi.

All'interno del gruppo stono stati infatti creati i seguenti canali divisi in tre macro aree:

- **Canali generali** con chat e gruppo vocale per riunirsi tutti assieme,
- **Canali privati** per i due gruppi entrambi dotati di voce e chat (visualizzabile solo dai membri)
- Canale per gli **annunci pubblici** che utilizzabile solo dai facilitatori
- Canale di **backroom** per il confronto tra soli facilitatori.

IMPREVISTI INATTESI

Terminata la fase introduttiva i due gruppi hanno così iniziato le rispettive attività. La modalità online tuttavia ha comportato anche alcune difficoltà di dialogo in cui entrambi i gruppi hanno mostrato un po di reticenza alla socializzazione tra sconosciuti.

Terminato questo blocco iniziale, il secondo gruppo ha iniziato l'esecuzione degli esercizi come pianificato mentre

il primo gruppo ha osservato due problemi:

- problemi di connessione / microfono di uno di loro
- problemi nell'impiego di figjam di un'altro

RISOLUZIONE DEI PROBLEMI TECNICI

L'esito di questi è stato che il partecipante del gruppo 1 con problemi al microfono ha deciso sfortunatamente di ritirarsi mentre l'altro ha scoperto che il problema della generazione era dato da un'intasamento nell'area in cui si possono generare i nuovi files. Cancellati i file inutili, **la generazione è quindi potuta riprendere** anche per gli altri partecipanti del gruppo 1 senza problemi.

Terminata la fase di brainstorming e di generazione delle idee si è quindi proceduto alla selezione delle idee che secondo i partecipanti erano le più rappresentative.

SVILUPPO DELLA PERSONALITÀ DEI DUE GRUPPI

A partire da questo punto la personalità e gli interessi dei **due gruppi hanno iniziato a distinguersi**. Mentre il secondo gruppo ha svolto a regola d'arte gli esercizi che gli sono stati richiesti. Il **gruppo 1** ha manifestato sin da subito **l'interesse di collegare le informazioni.** A seguito di questo fatto, proprio nel gruppo 1 ci si è trovati che tutte le idee selezionate avevano raggiunto un voto di parità. A questo punto ci si è trovati davanti a due strade: continuare a perseguire il dot voting per sottrazione sino al completamente dell'obiettivo oppure provare a collegare assieme questi concetti per creare un'idea più grande delle singole parti.

RISPOSTA ALLE CONTINGENZE

Per rispondere a questa eventualità e tenendo conto della grande voglia dei partecipanti a instaurare un dialogo, pertanto, si è segnalato che qualsiasi idea sarebbe andata

bene purché mettesse d'accordo i partecipanti e fosse un qualcosa in cui, loro come professionisti si sarebbero manifestati come interessati se gli fosse stato proposto un servizio con simili caratteristiche. Arrivati a questo step tuttavia si è manifestato un fenomeno peculiare sia nel gruppo 1 che nel gruppo 2: quando è stato fatto presente ai partecipanti che ci dovevano innanzitutto credere loro come professionisti, non è stata sentita la necessità di nessuno dei partecipanti di prendere in considerazione le personas quanto piuttosto di confrontare le soluzioni da loro stessi pensate con le metodologie normalmente applicate sul posto di lavoro.

DIFFERENZE NEGLI STORYBOARD

Definito il concept e le caratteristiche principali si è quindi passati allo step successivo: lo storyboard. La differenza principale in questo caso è stata la preponderanza del primo gruppo nel fornire maggiori **descrizioni visuali** mentre nel secondo gruppo di fornire **descrizioni testuali** più dettagliate.

CONCEPT POSTER RIASSUNTIVO

Il lavoro si è poi concluso con la produzione del concept poster e la relativa presentazione dei due lavori prodotti dei due gruppi per poi confrontarsi per chi ne avesse avuto piacere e sorprendentemente, tutti quanti sono rimasti sino al termine dell'attività anche se questa si è prolungata di 40 minuti oltre il necessario. E' da riconoscere inoltre anche l'elevato interesse e partecipazione al termine dell'evento in cui il grado di coinvolgimento al termine è stato notevolmente più alto che all'inzio.

5.1.3 Risultati emersi dal workshop

CHATGPT COME SIMBOLO DI COMPLESSITÀ

I risultati emersi dal workshop hanno prodotto due concept sostanzialmente opposti. Mentre nel primo caso il classico chatbot **'tipo ChatGPT' ha avuto un connotazione negativa** siccome genera colonne di testo complesse e noiose da leggere per il fruitore in cui informazioni potrebbero andare perse e confondersi con l'hallucination, il secondo gruppo l'ha ritenuta essenziale e anzi un'ottimo spunto per risolvere dubbi e situazioni più complesse e difficilmente dipanabili con strumenti più tradizionali.

AI PER TOGLIERE O AGGIUNGERE INFO

Un'altro aspetto di distintiva differenza è anche il significato e l'obiettivo che i due concepts comportano: se nel primo caso l'obiettivo è sempliciare e fare al posto del designer le **tasks più semplici**, nel secondo caso l'obiettivo e la fruizione delle **informazioni che l'utente potrebbe rischiare di perdersi**. Quello che in genere ha però accomunato i due gruppi è che entrambi hanno sentito la necessità implicita e palese di considerare l'AI solo come uno sturmento riconfermando l'opinione già espressa sia nelle interviste esperte che cliente.

DIFFERENZA DEI RISULTATI TRA TEAMS

Malgrado questa accomunanza però, i due gruppi sembrano aver dato significati notevolmente differenti a cosa è per loro l'emotional trust che determina l'engagement con lo strumento.Se nel primo caso infatti questo è dato dal proporre all'utente la maggiore sintesi e chiarezza possibile tramite comando e sistemi di testi in risposta, nel secondo caso sembra essere dato da una costante reiterazione praticabile e perseguibile principalmente tramite chatbot.

5.2 Scelta del concept e revisione critica

Una concluso il workshop e accertati i risultati emersi si è quindi dovuto decidere come condursi e quale concept potesse oggettivamente rappresentare la tesi.

DIFFERENZE NEGLI STORYBOARD

Sin da subito però è emerso che ognuno dei due gruppi ha qualcosa che all'altro manca ma che entrambe sono necessità notevolmente sentite dal mercato:

RISULTATI GRUPPO 1

il concept del primo gruppo, chiamato al termine dell'evento **AxeptAI**, è specializzato nel creare engagement e a spezzare problemi complessi in soluzioni semplici (non banali).

RISULTATI GRUPPO 2

il concept del secondo gruppo, chiamato **CopyrAIght** è particolarmente affine a sembrare consistente e a fornire informazioni esatte e chiare con relative fonti come e quando lo si desidera (come ad esempio propone Perplexity sulla sua piattaforma).

DEFINIZIONE DEL CONCEPT PER LA TESI

Le problematiche che risolvono entrambi i gruppi sono entrambe molto valide ed entrambe convalidate anche da argomentazioni ampiamente espresse nelle interviste sia dal lato delle dinamiche d'uso che nei problemi etici associati oppure negli aspetti tecnici comunque da considerare. Con quale criterio quindi sceglierne un'idea al posto dell'altra se entrambe somo ampiamente motivate dalla teoria?

L'OPZIONE C

Per risolvere questo dubbio si è quindi deciso di optare per **'opzione C' ovvero provare a unire i due concepts** in

un'unica idea cercando di carpirne il meglio da entrambi.

SFRUTTARE IL MEGLIO DEI DUE CONCEPTS

Si è inoltre osservato che mentre la prima idea, con l'obiettivo di **fornire opinioni e suggerimenti critici su come migliorarsi**, ha un forte carattere di Novelty (vedi l'analisi dei casi studio per value driver n°1) mentre la seconda focalizzata sullo **scovare errori e puntualizzare perché sono tali** è incentrata su un'elevata Knowledge of Data e Ecosystem integration (vedi l'analisi dei casi studio per i value drivers n°4 e n°6).

FEASABILITY DELL'OPZIONE C

Dato che quindi la differenza principale tra i due concepts sembra essere il tipo di machine learning proposto, si è pensato che l'idea di poter avere uno strumento di assistenza progettuale per incrementare l'attendibilità del progetto e fornire nuove idee su quelle già presenti nel progetto dell'utente fosse la risposta più esaustiva alle sue necessità.

FUNZIONALITÀ DIFFERENTI PER SCENARIO D'USO

Il concept finale sarebbe quindi di avere uno strumento di revisione che a seconda dei casi può avere **scenari con set-up differenti focalizzati** su avere maggiore originalità per cercare spunti creativi in fasi di brainstorming (con la consapevolezza che ci sarà anche meno consistenza) oppure uno scenario specializzato nel correggere errori e puntualizzare gli sbagli (senza però la possibilità di avere strumenti di generazione creativa di modo da ridurre i rischi di hallucination e ricezione di informazioni non richieste).

5.2.1 Il potenziale dell'idea

PROGETTO REALE O SPECULATIVO?

Se le idee iniziali generate durante il workshop non hanno avuto necessità di tenere conto della consistenza delle informazioni proposte date le tempistiche e di quali AI usare per la loro realizzazione, questo aspetto è diventato di cruciale importanza per la definizione finale dell'idea. Questo infatti sarebbe quello che definisce la differenza tra un progetto speculativo ed uno che può essere proponibile per un'esecuzione pratica. Per risolvere il problema si è quindi studiato in maniera più approfondita come avvengono normalmente i processi di machine learning e si è osservato che sarebbe in via teoria possibile, con lo stesso metodo, fare dei machine learning alternativi a seconda della specializzazione richiesta e dell'utilità desiderata.

MACHINE LEARNING DEDICATI

Nel caso di AxeptAI infatti, l'idea sarebbe di permette all'AI di fare machine learning su progetti e principi teorici basati sulla disciplina del design mentre nel secondo caso strutturare l'AI sugli archivi SIAE, WIPO, degli altri enti specializzati nel fornire brevetti e nella documentazione associata.

IL POTENZIALE

Versione successive del servizio poi, potrebbero essere proposte a seconda delle necessità che i fruitori richiedono di modo da **porre in dialogo queste due realtà**, ad oggi, apparentemente inconcigliabili.

5.3 Service Blueprint

ELENCO E REDAZIONE DEI DUBBI DA DIPANARE

Una volta sviluppata l'idea, compreso il suo potenziale e la sua funzionalità, si sono però manifestati due problemi. Da un lato, come garantire nel pratico la realizzazione dell'idea? Da un'altro lato invece, **con quale criterio scegliere** l'uno o l'altro canale progettuale per realizzare il prodotto finale? Sicuramente la piattaforma potrebbe essere un canale essenziale siccome è il primo punto di riferimento se si osserva un servizio per la prima volta ma, per esempio tra un **app o un plug-in** se si dovesse scegliere cosa sarebbe preferibile?

NECESSITÀ DI UN BLUEPRINT

Per comprendere questi dubbi si è quindi deciso di realizzare un service blueprint seguendo le istruzioni di Lewrick, et. al. (2020). **Sfruttando le azioni prestabilite dallo studio delle personas** e come queste si potrebbero comporare all'interno della **Customer Journey**, si sono presi i frutti della precedente mappa per poi, **attraverso i touchpoints** approfondire le dinamiche di funzionamento con per la quale quelle azioni sono rese possibili. Durante lo sviluppo si è però notato un problema: il modello di Lewrick è pensato per fare distinzione tra vari tipi di touchpoints mentre, per semplicità e sintesi le pagine della stessa fonte vengono unite assieme.

CANALI DI ACCESSO

Nel caso applicativo del service blueprint al progetto in corso, si sono presi in considerazione i **canali social, plug-in, piattaforma web e la ricerca SEO**. Si è però notato che la parte web componeva oltre la metà dei touchpoints, pertanto si è deciso di dettagliarli ulteriormente specificando in quali pagine si compiono le azioni.

Definiti i touchpoints in cui avvengono le azioni si è poi proceduto a sviluppare le singole attività che il servizio è necessario che svolga per garantire la fruizione.

PROGETTO REALE O SPECULATIVO?

Seguendo le regole di Lewrick, et. al. (2020) queste sono state divise in:

- Frontstage,
- Backstage,
- Support process.

BLUEPRINT SECONDO IL CICLO DI VITA DEL SERVIZIO

Quando si è poi deciso in quale ordine o con quale logica i singoli canali dovevano essere sviluppati, si è deciso di partire dai concetti chiave già introdotti nelle attività della Customer Journey:

- Awareness,
- Consideration,
- Acquisition,
- Service,
- Loyalty.

FUNZIONI DELLE FASI

Attraverso questa logica del 'ciclo di vita' del servizio, si è quindi deciso che fosse più appropriato assegnare Social, Banners e SEO ai momenti conoscitivi del business, la piattaforma web pubblica (prima dell'onboarding) a Consideration e Acquisition mentre Service è assegnato alle pagine di dashboard e interfaccia d'uso online. Loyalty per contro, potrebbe dipendere più dagli interessi personali dei singoli utenti, pertanto in questo caso si sono ipotizati i seguenti canali come più probabili:

- plug-in (uso sui propri softwares del servizio),

- social (discutere con gli altri dei risultati),
- interfaccia web (raffinamento dei prompt per arrivare a livelli di qualità generata dall'AI più alta).

AZIONI STRATEGICHE

Si è pensato in ogni caso di **disincentivare l'idea dell'open source** siccome potrebbe ridurre interesse per il servizio per gli utenti interessati ai soli risultati oltre a rischiare che i competitor copino i codici sorgente e ne propongano delle versioni alternative più efficienti e non brevettate. Definiti i canali della fase di awareness, ad ogni modo, si è poi indagato più a fondo quali servizi/attività si possono occupare di generare o implementare queste fasi iniziali così cruciali. Si è però osservavo che nelle fasi successive, per via del processo di produzione del machine learning è necessaria una fase in cui si attribuiscano dei valori positivi/negativi a dei termini campione che poi saranno dati 'in pasto' alla macchina prima di compiere i suoi processi automattizati. Questo processo, detto tokenization, ha necessità di una fase preliminare di UX research nella quale si deve comprendere quali sono i temrini di solito più conosciuti dall'utente per poi, attraverso il machine learning, assicurarsi che la macchina li sappia e attraverso questi possa produrre risultati puntuali, arrivando in conseguenza a risultati mirati in maniera controllata.

DUPLICE UTILITÀ DELLA UX RESEARCH

L'idea sarebbe quindi di prendere questo studio preliminare di UX Research e impiegarlo con una duplice funzionalità: **da un lato usare i dati per il machine learning** come già pianificato mentre **dall'altro usare i termini chiave che hanno definito il processi di tokenization come metadati** per la piattaforma e canali associati così da

guadagnare maggiore visibilità sia sui social che all'interno del SEO ranking.

COMPROMESSI DI MERCATO

Una volta all'interno della piattaforma tuttavia, da quanto emerso dalle interviste e dal workshop, si stima che questo non sia abbastanza per convincere gli utenti a fruire del servizio. C'è infatti molta competizione nel settore dell'AI, e questo potrebbe essere scambiato con attività come **Lovable, Relume, Taskade, Stich, Uizard**, etc. Per ovviare a questo problema e per rispondere ad un'altro già emerso sin dall'analisi desk del richio di censura a cui spesso anche grandi colossi come Google, Amazon o OpenAI sono assoggettati in Italia, si è quindi deciso di porre al centro il rispetto e la privacy dei dati che l'utente tratta. Questo infatti, si stima possa essere un game changer per il servizio AI della tesi siccome nessuno dei potenziali concorrenti ne fa leva.

IL PROBLEMA: CARENZA DI FIDUCIA

Definendo poi nel dettaglio i contenuti dei support process, si è rilevata un'altra importante criticità che sino ad ora si stima abbia impedito la diffusione dell'AI in Italia: **la carenza di fiducia** (o più specificatamente di Emotional Trust come ricercat nell'analisi desk del capitolo della contemporaneità e sviluppato anche dopo nella mappa della design challenge. Per rispondere alla carenza di fiducia, si è pensato che una scelta potenzialmente valida potesse essere assumere Influencers che su canali normalmente conosciuti dai designers come Reddit, Instragram o simile pubblichino contenuti che mostrano come il servizio proposto sia inequivocabilmente il migliore alle condizioni dettate da quste persone.

All'interno del support process, infatti, gli influencers avrebbero una duplice funzionalità: da un lato garantire maggioe visibilità siccome attrattori delle masse, mentre da un altro lato sfruttare l'occasione per proporre sui loro canali dei tutorial di funzionamento del servizio e best practices da seguire per un uso efficiente.

IMPORTANZA DI FIGURE DI RIFERIMENTO

L'idea di massima di questa dinamica e di ricreare rapporti **come quello di Blender Guru** in cui questi professionisti possono mettere in luce qual'è il potenziale del servizio e cosa si può ottenere da esso mentre viene stimolata la fantasia nei followers di questi influencers a loro già fedeli.Un'altra strategia per aumentare la fiducia, invece, si è pensato potesse essere anche l'inserimento, messo in evidenza, di un pdf con i diritti sulla privacy di cui l'utente avrebbe diritto. In questo modo l'utente potrebbe controllare lui stesso in maneria più veloce e facile dei tradizionali processi di checkout avendo come sonseguenza anche una maggiore percezione della trasparenza.

LIMITE AL BUDGET

Definendo più nello specifico lo sviluppo del service blueprint si è poi notato che sarebbe stato necessario anche un'altro servizio di supporto basato sul lavoro di Matsyendra e Karen in cui **aziende esterne rafforzano e aumentano la consistenza delle AI** siccome dotate di mezzi per fare ciò. Questo nodo del service blueprint non è però stato sviluppato oltre per via di un problema di sviluppo dell'architettura di sistema associata.

A seconda delle disponibilità di finanziamento, questo processo potrebbe essere svolto nella versione basica

con il proprio computer o potrebbe essere compiuto da compagnie come quelle degli intervistati. In questo secondo caso però si stima che i costi siano tali che di solito le compagnie siano almeno quotate in borsa di modo da rientrare dei costi in caso di machine learning problematici.

SVILUPPO DELLA FIDELIZZAZIONE

Compresi i limiti del progetto si è poi proceduto a concludere la mappa del service blueprint andando a sviluppare in quale modo gli utenti potrebbero sentirsi **ingaggiati nella fase di Loyality**. Arrivati a questo punto tuttavia, la competizione è tale che, da quanto emerso di solito nel settore, non si sa neanche stimare come sarà il proprio servizio dopo 6/12 mesi, data la competività del mercato. Per rispondere a questa sfida si è quindi deciso che avesse senso non forzare la mano a tutti i costi con offerte lampo oppure far pagare gli utenti a token utilizzati. Si è deciso piuttosto di provare a specializzarsi su una nuova funzionalità e sfruttare il competitive advantage da essa derivante.

LA PROVOCAZIONE

Se questa sfida da un lato presenta numerose problematiche di sviluppo e mantenimento del competitive advantage, da un'altro punto di vista, si presta ad un'altra possibilità: anziché forzare l'utente a rimanere e rischiare quindi un'abbandono precoce, di invitarlo piuttosto a cercare alternative per poi se e quando torna evitare che questo si senta ingannato dalle già note paure di inganno verso i servizi di Ai di solito presenti sul mercato.

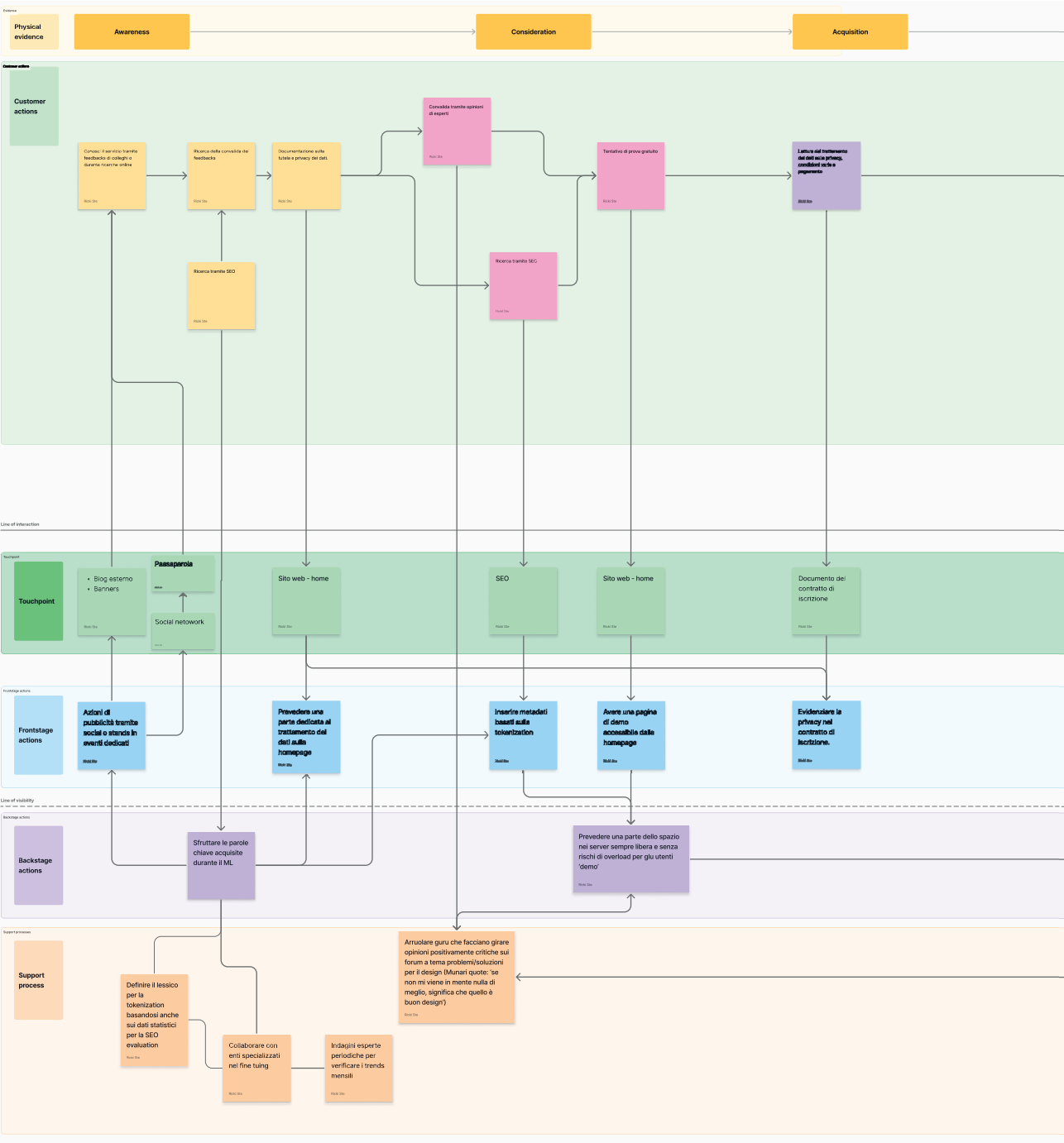
UTENTI CONSAPEVOLI E PARTECIPATIVI

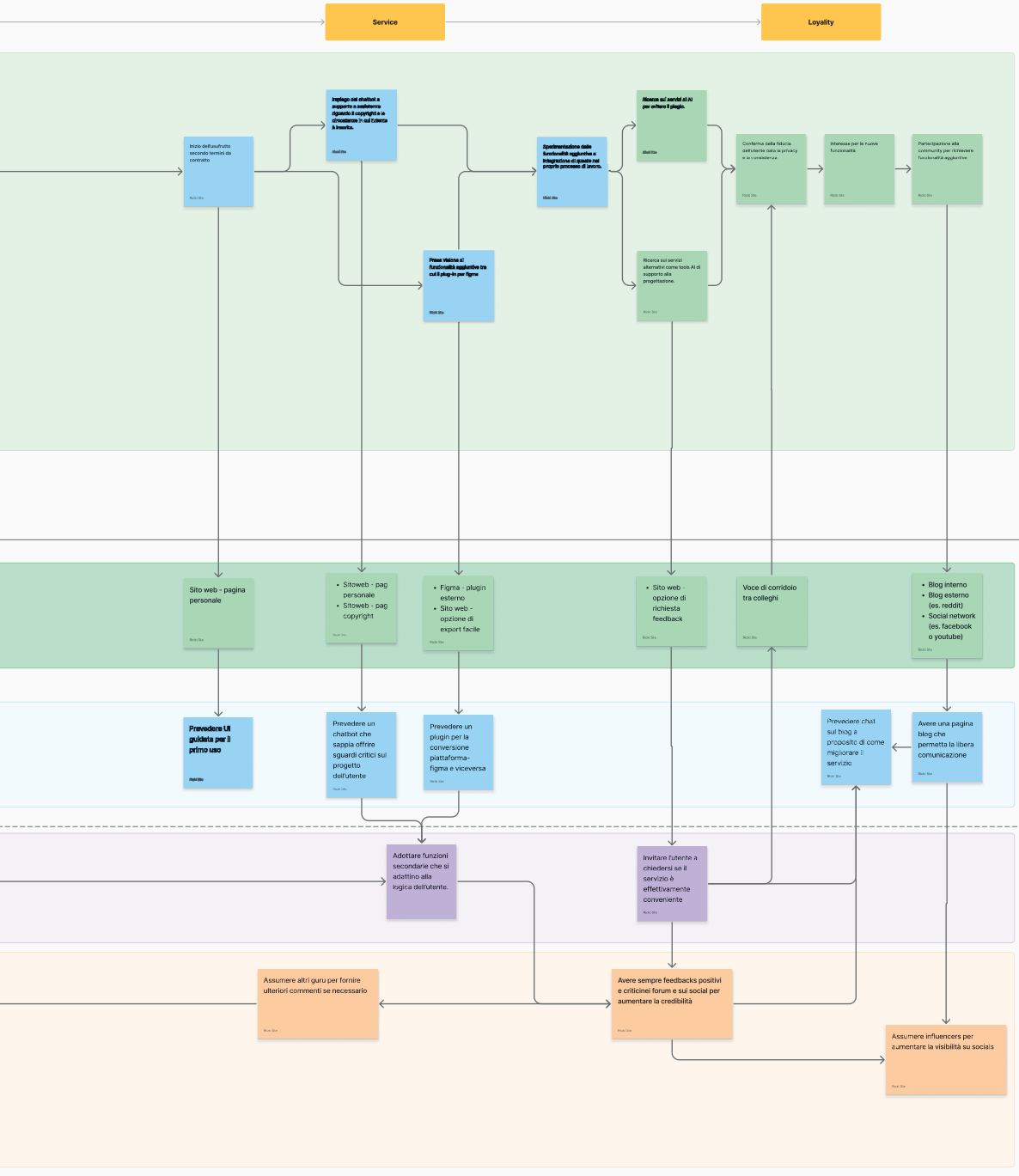
Coloro che ritornano sulla piattaforma, si stima abbiano una duplice funzionalità: da un lato un utilizzo duraturo

e costante nel tempo, mentre dall'altro lato una nuova partecipazione e alimentazione dei social di nuovi appassionati. Si stima infatti che l'alimentazione e il fermento nei social di utenti esperti, uniti allo studio della UX Research nelle fasi preliminari e di sviluppo successive possa essere un'alchimia molto efficace per guadagnare visibilità, nuovi iscritti e maggiori fondi associati.

RUOLO E IMPORTANZA DELLA PRIVACY

Si precisa da un'altro punto di vista, però, che **l'utilizzo end-to-end dei dati** anziché reimpiegarli per nuovi machine learnings (come di solito accade), potrebbe causare pesanti problemi tecnici e di mantenimento di consistenza rispetto alla competività del mercato. Questa tuttavia è una tesi focalizzata sulla User Experience del servizio e le relative dinamiche di interazione come quelle stimate nelle fasi di awareness e loyality, pertanto si è deciso pragmaticamente di non approfondire questi aspetti ingegneristici lasciandoli eventualmente per chi in sguito riprenderà questi studi.

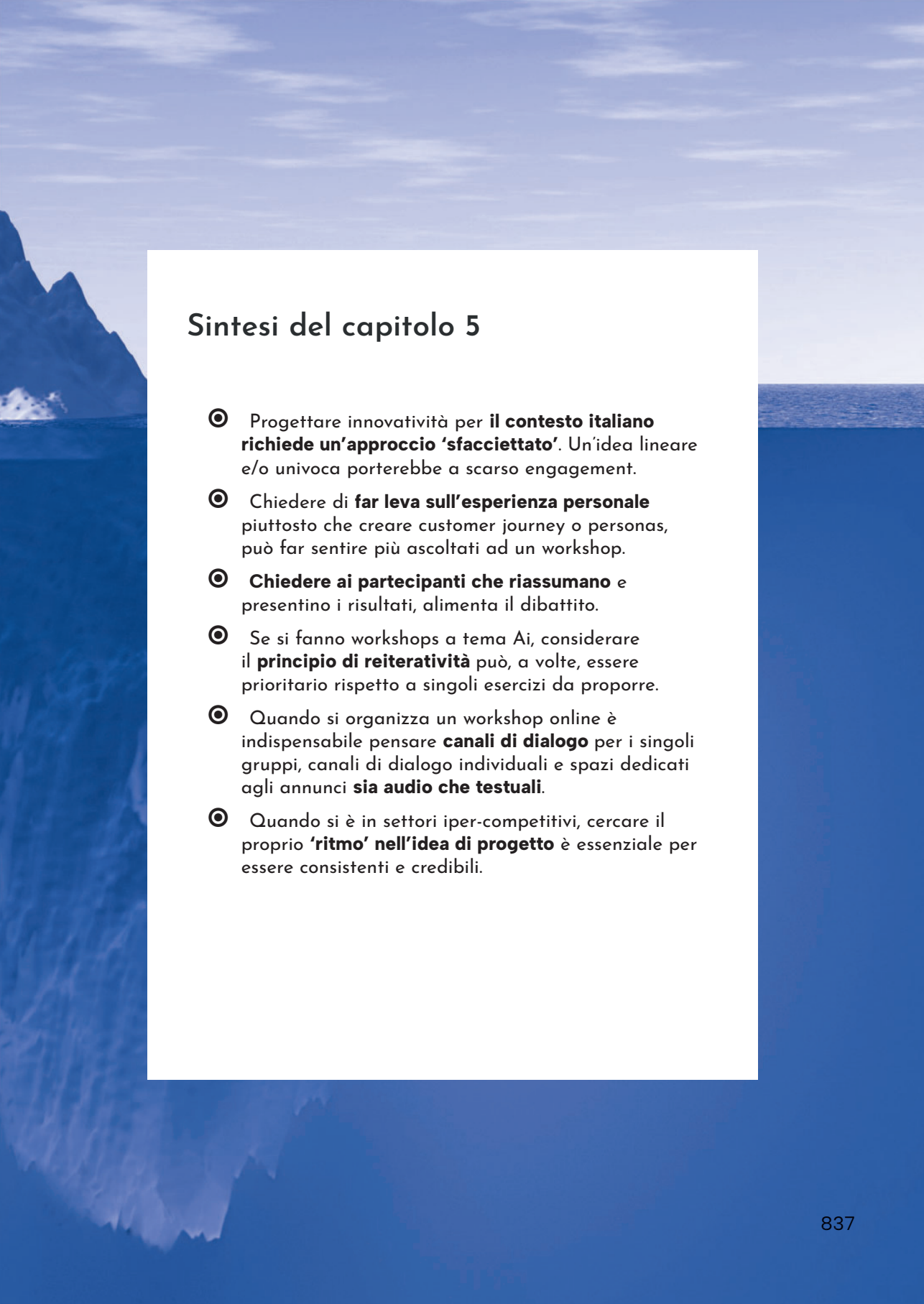

Physical evidence
Awareness
Consideration
Acquisition
Customer actions
Convalida tramite opinioni di esperti
Tentativo di prova gratuito
Ricerca tramite SEO
Ricerca tramite SEO
Line of interaction
Touchpoint
Blog esterno
Banners
Passaparola
Social netowork
Sito web - home
SEO
Sito web - home
Documento del contratto di iscrizione
Frontstage actions
Azioni di pubblicità tramite social o stands in eventi dedicati
Prevedere una parte dedicata al trattamento dei dati sulla homepage
Inserire metadati basati sulla tokenization
Avere una pagina di demo accessibile dalla homepage
Evidenziare la privacy nel contratto di iscrizione.
Line of visibility
Backstage actions
Sfruttare le parole chiave acquisite durante il ML
Prevedere una parte dello spazio nei server sempre libera e senza rischi di overload per glu utenti 'demo'
Support process
Arruolare guru che facciano girare opinioni positivamente critiche sui forum a tema problemi/soluzioni per il design (Munari quote: 'se non mi viene in mente nulla di meglio, significa che quello è buon design')
Definire il lessico per la tokenization basandosi anche sui dati statistici per la SEO evaluation
Collaborare con enti specializzati nel fine tuing
Indagini esperte periodiche per verificare i trends mensili


Service
Loyality
Inizio dell'usufrutto secondo termini da contratto
Impiego del chatbot a supporto a sostituzione riguardo il copyright e a circostanze in cui l'utente è inserito.
Presa visione di funzionalità aggiuntive tra cui il plug-in per figma
Sperimentazione delle funzionalità aggiuntive e integrazione al riguardo nel proprio processo di lavoro.
Ricerca sui servizi di AI per evitare il plagio.
Ricerca sui servizi alternativi come tools AI di supporto alla progettazione.
Conferma della fiducia dell'utente data la privacy e la consistenza.
Interesse per le nuove funzionalità
Partecipazione alla community per richiedere funzionalità aggiuntive
Sito web - pagina personale
• Sitoweb - pag personale
• Sitoweb - pag copyright
• Figma - plugin esterno
• Sito web - opzione di export facile
• Sito web - opzione di richiesta feedback
Voce di corridoio tra colleghi
• Blog interno
• Blog esterno (es. reddit)
• Social network (es. facebook o youtube)
Prevedere UI guidata per il primo uso
Prevedere un chatbot che sappia offrire sguardi critici sul progetto dell'utente
Prevedere un plugin per la conversione piattaforma-figma e viceversa
Prevedere chat sul blog a proposito di come migliorare il servizio
Avere una pagina blog che permetta la libera comunicazione
Adottare funzioni secondarie che si adattino alla logica dell'utente.
Invitare l'utente a chiedersi se il servizio è effettivamente conveniente
Assumere altri guru per fornire ulteriori commenti se necessario
Avere sempre feedbacks positivi e criticinei forum e sui social per aumentare la credibilità
Assumere influencers per aumentare la visibilità su socials

Workshop

Perché non usare Ai in un workshop a tema Ai?.

In un workshop avere strumenti di Ai generativa che assistono al lavoro, può potenziare la componente creativa dell'evento e permettere ai partecipanti di dedicare più tempo al pensiero facendo così riflessioni più calme, critiche e tarate sul contesto.



Sintesi del capitolo 5

- Progettare innovatività per **il contesto italiano richiede un'approccio 'sfacciettato'**. Un'idea lineare e/o univoca porterebbe a scarso engagement.
- Chiedere di **far leva sull'esperienza personale** piuttosto che creare customer journey o personas, può far sentire più ascoltati ad un workshop.
- **Chiedere ai partecipanti che riassumano** e presentino i risultati, alimenta il dibattito.
- Se si fanno workshops a tema Ai, considerare il **principio di reiteratività** può, a volte, essere prioritario rispetto a singoli esercizi da proporre.
- Quando si organizza un workshop online è indispensabile pensare **canali di dialogo** per i singoli gruppi, canali di dialogo individuali e spazi dedicati agli annunci **sia audio che testuali**.
- Quando si è in settori iper-competitivi, cercare il proprio **'ritmo' nell'idea di progetto** è essenziale per essere consistenti e credibili.

Capitolo 6

Prototipazione

Sitemap

Architettura informativa.

Wireframes

Visual identity

Prototipo finale

Capitolo 6:
Prototipazione

6.1 Il primo passo: la sitemap

SVILUPPO DEL PROGETTO

Una volta definite le dinamiche di utilizzo, l'utilità delle pagine principali e dei canali secondari si è quindi iniziato a sviluppare più nel dettaglio l'idea anche con esempi applicativi.

Dato che i dati più certi erano le pagine della piattaforma web e in genere le funzionalità che hanno queste di esistere, si è deciso che il primo passo fosse creare la sitemap e l'alberatura del sito.

Per iniziare si sono considerati quattro dati certi:

- sfruttare in know-how derivante della tokenization, pertanto i canali di applicazione e in particolare il SEO ha senso che siano quelli principali (siccome già fatti).
- la homepage, almeno per il periodo di introduzione del servizio sul mercato, ha senso che sia quella di accesso primario di modo da permettere all'utente di comprenderne le funzionalità e acquisirne interesse.
- l'accesso all'interfaccia deve essere rapido e accattivante avendo non più di 2-3 click prima di usufruire di un servizio di esempio.

- l'interfaccia è necessario che sia collaborativa di modo da permettere la riflessione, il confronto e la fruizione eventualmente anche su altri canali (plug-ins).

Definiti questi steps si quindi ottenuta una sitemap lineare di primo livello dall'onboarding alla fruizione.

SITEMAP LINEARE

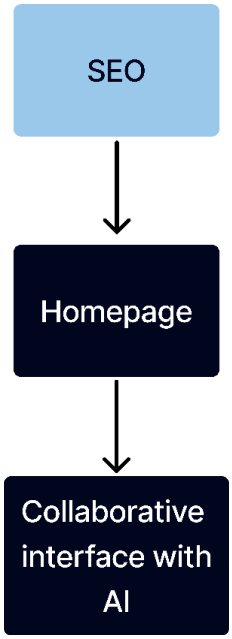


Fig 6.1 Sitemap lineare con due click stimati per fruire del contenuto offerto dal servizio Ai-based.

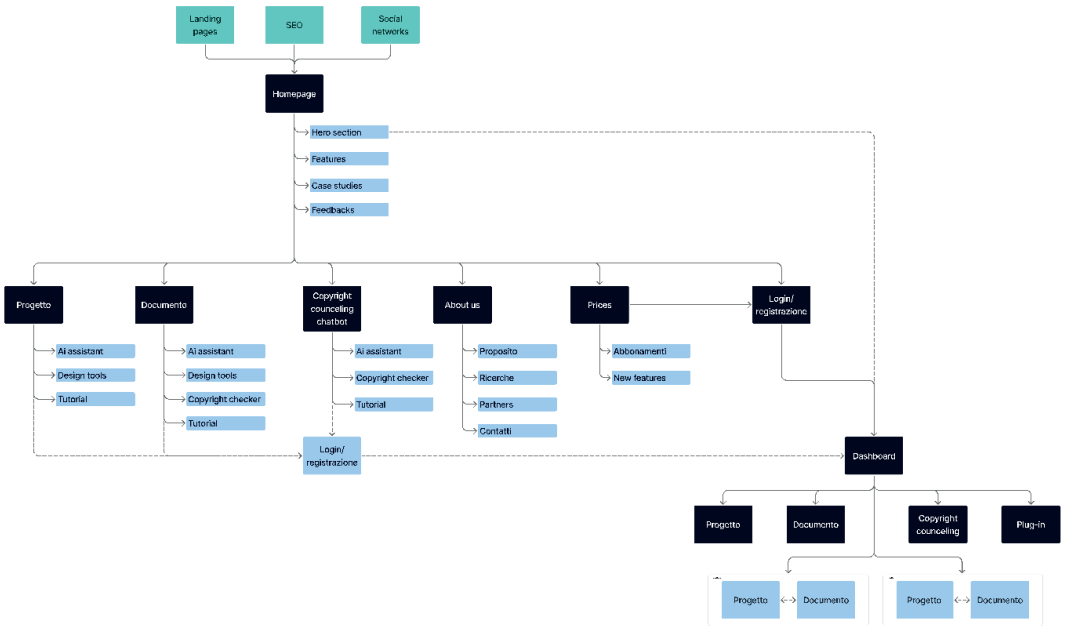


Fig 6.2 Sitemap completa in cui la sitemap lineare è diventata Home, Hero section, Dashboard e infine la pagina progetto.

La presenza del plug-in tuttavia ha spinto sin da subito a delineare una sitemap di secondo livello (funzionalità che si stima siano essere meno accattivanti o che in genere vi si usufruisce solo dopo aver visitato prima altre pagine. E' infatti difficile fruire della piattaforma attraverso un plug-in con modalità d'uso eccezionali quando non si sono capite neanche le basi, per questa ragione si è penato che il plugin avesse più senso inserirlo solo dopo, all'interno della dashboard promuovendone la funzionalità però nella home di modo da mantenere alto l'interesse.

DEFINIZIONE DELLE INTERAZIONI

Arrivati a questo punto però ci si è chiesto: **'cosa inserire nella dashboard?'** oppure '**in che modo differenziarsi dal mercato?'** o ancora **'se io fossi un designer, perché dovrebbe interessarmi questo servizio?'**. Per rispondere a queste domande, ancora una volta si è preso spunto dai dati raccolti dalle interviste, molto spesso infatti, i professionisti hanno segnalato sconforto in strumenti complessi da usare e di dubbia qualità dei risultati preferendo anzì il più conosciuto ChatGPT o i suoi competitor.

IL PROBLEMA NEL DESIGN

Il principio di funzionamento di piattaforme come Uizard infatti e basato su un questionario iniziale nella quale chiunque, anche non designer potrebbe comprenderne l'utilizzo. A tutto ciò si è poi aggiunto un'ulteriore problema: in che modo evitare che il designer sia sostituito da un'intelligenza artificiale troppo efficiente?

LA RISPOSTA E LA SUA ORIGINE

La risposta a queste due sfide è stata poi presa in considerazione dal principio di ottimizzazione a livello di Machine learning da parte di DeepSeek (Computerphile,

2025). Se infatti OpenAI prende l'intero pool di risorse e considera tutti i neuroni del sistema, in base all'associazione semantica dei termini usati, deepseek si focalizza solo su una minima parte di questa, dedicando i token in alternativa al processo più economico che possa comunque rispettare tutti i vincoli posti dall'utente. L'applicazione di questo principio al progetto è stata quindi la seguente: uso dei termini tecnici all'interno di un sistema coerente di bottoni e filtri per ottenere risultati puntuali, con minori generazioni ma risposte meno fraintendibili da parte dell'utente.

6.2 Architettura dell'informazione e alberatura

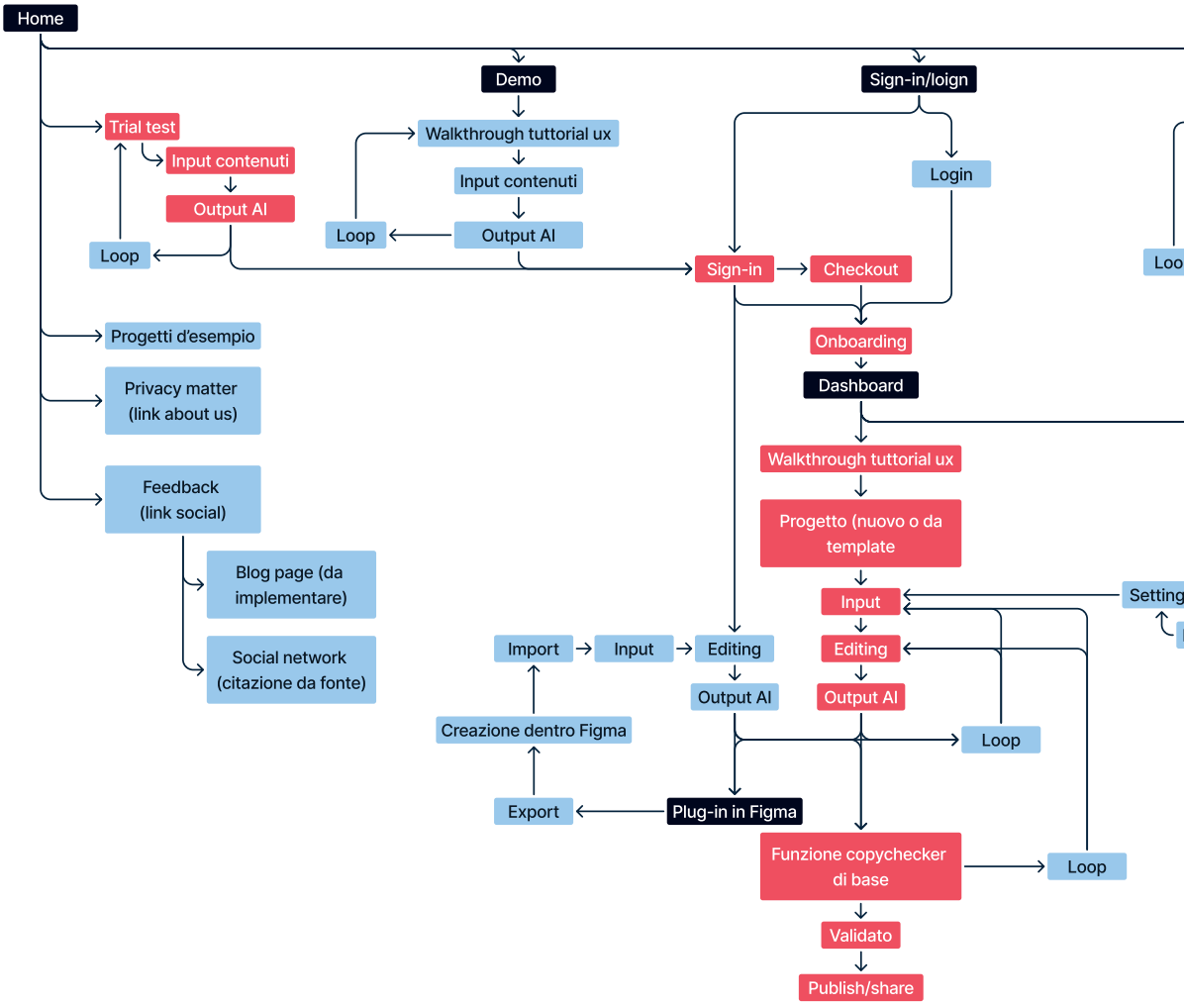
SVILUPPO DELLA SITEMAP

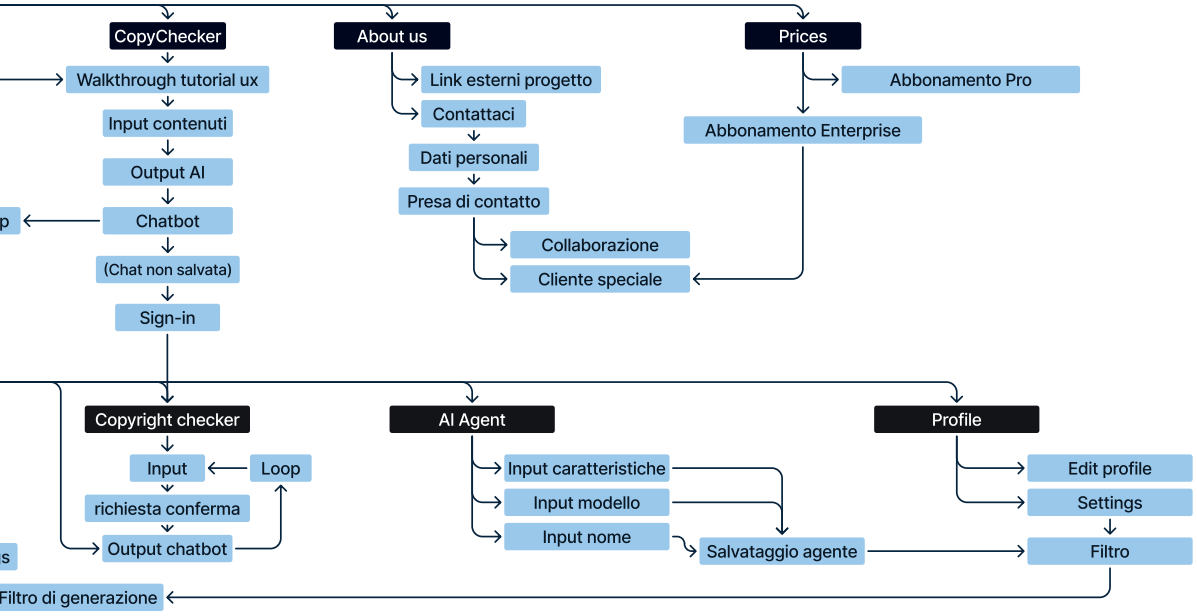
Definita una sitemap di base, la value proposition del progetto e aspetti annessi, si è deciso di concentrarsi sulla architettura del sistema di modo da **definire le azioni** esatte che avrebbero potuto rispecchiare la soluzione ispirata a Deepseek.

NECESSITÀ DI UN'ARCHITETTURA DI SISTEMA DINAMICA

Sin dall'inizio della stesura della mappa, ci si è resi conto di una **variazione fondamenale del metodo**: siti e-commerce, blogs, siti aziendali, social networks e molti altri, di solito hanno una fruizione verticale. Ciò significa che dalla prima pagina si arriva a una seconda e poi si fruiscono contenuti sempre più dettagliati che però difficilmente sarebbero fruibili da porte di accesso esterne dirette (es. cliccare da un link su Instagram o su un Banner per entrare automaticamente già nella piattaforma in pagine differenti dalla home). Questo modello comportamentale però è altamente statico e difficilmente concorrenziale nel settore Ai. In una interazione Ai-based, infatti, il principio di massima è molti **simile a quello dei videogiochi**. L'interfaccia prima del login, escluso l'accesso diretto dalla hero section della home, è più o meno standard. Una volta all'interno del tool però ci sono **4 fasi ricorrenti** in qualsiasi pagina che richieda interazioni con l'Ai:

- Azione di triggering del comando da parte dell'utente,
- Inserimento degli input da parte dell'utente,
- (eventualmente) sistema di filtering per personalizzare le informazioni,


Home
Demo
Sign-in/loign
Trial test
Input contenuti
Output AI
Loop
Walkthrough tuttorial ux
Input contenuti
Output AI
Loop
Login
Sign-in
Checkout
Onboarding
Dashboard
Progetti d'esempio
Privacy matter
(link about us)
Feedback
(link social)
Blog page (da
implementare)
Social network
(citazione da fonte)
Walkthrough tuttorial ux
Progetto (nuovo o da
template
Input
Setting
Import
Input
Editing
Editing
Output AI
Output AI
Creazione dentro Figma
Loop
Export
Plug-in in Figma
Funzione copychecker
di base
Loop
Validato
Publish/share


CopyChecker
About us
Prices
Walkthrough tutorial ux
Input contenuti
Output AI
Chatbot
(Chat non salvata)
Sign-in
Link esterni progetto
Contattaci
Dati personali
Presa di contatto
Collaborazione
Cliente speciale
Abbonamento Pro
Abbonamento Enterprise
Copyright checker
Input
Loop
richiesta conferma
Output chatbot
AI Agent
Input caratteristiche
Input modello
Input nome
Salvataggio agente
Profile
Edit profile
Settings
Filtro
Filtro di generazione

- Generazione dell'output da parte dell'Ai,
- Ripetere l'azione da capo (loop system da parte dell'utente che ricompie l'azione basandosi sull'esperienza acquisita dal primo tentativo).

IL LOOP SYSTEM

Questo processo poi va avanti potenzialmente all'infinito sino a quando l'utente non ottienere l'output desiderato e/o se ne accontenta. L'architettura del sistema tuttavia non prevede questo tipo dinamicità e pertanto la conseguenza diretta, se non si prendono provvedimenti sarebbe di avere una moltitudine di frecce causa-effetto che ne rendono difficile la gerarchizzazione. Per ovviare al problema quindi si è deciso di aggiungere un nodo nell'alberatura per indicare puntualmente quando ci si aspetta che avvenga il loop. In questo modo, l'Ai è almeno concettualmente racchiusa e divisa per pagine facendo si che il risultato rappresenti sia la funzionalità dell'Ai che la classica mappatura delle pagine. Il risultato rende quindi possibile comprendere come può fare l'utente per navigare tra le pagine, quali azioni deve compiere per farlo ma al tempo stesso anche quando e dove può scegliere l'uso dell'Ai.

6.3 Wireframes

RIASSUNTO DELLE NECESSITÀ

Arrivati a questo punto il progetto a poco a poco si sta delineando, si elencano quindi i requisiti di cui si deve tener conto per procedere oltre:

- Comunicare la **natura etica** nella home e metterla in evidenza (non dare la percezione che gli utenti si possano sentire sostituiti).
- Una **hero section** che concede di accedere direttamente in massimo 2 clicks alla fase successiva.
- Una **interfaccia collaborativa** che incentivi a riflessere collettivamente di modo da aumentare inconsciamente la consistenza derivante dal dialogo.
- Avere un'**ecosistema di plug–in** di modo da supportare l'utente anche nei suoi ecosistemi progettuali nativi.
- **Non impiegare un chatbot** quando si desidera ottenere risultati esatti.
- **Impiegare un chatbot** per sessioni creative e/o di counceling.
- **Usare termini tecnici** quando si interagisce con l'Ai di modo da fare leva sulla elevata conoscenza dello strumento.

Per comprendere le risposte visuali che sono state date a ciascuna di queste sfide pertanto, vengono elencate ad una ad una le pagine principali ed in che modo questa risposta, mira ad essere offerta.

6.3.1 Homepage

INTRODUZIONE

All'interno della home, la prima fruizione della hero section è la text area in cui l'utente può direttamente scrivere i contenuti che gli interessano e avere accesso diretto, a seguito del login/sign-in.

INFORMAZIONI IN EVIDENZA

Se il fruitore della piattaforma decidesse di restare sulla home, esso viene **introdotto subito dopo alle funzionalità** principali del servizio ovvero a generazione creativa, di soluzioni e/o di potenziali generazioni di pagine web. Queste sono solo una minima parte delle funzioni complessive, tuttavia sono il compromesso tra quelle che l'utente conosce di più e sulla quale potrebbe avere maggiore necessità.

PERSONALIZZAZIONE DELLA SOLUZIONE

Trasformando un chatbot in un set coerente di bottoni infatti, si presume che molte funzionalità potrebbero non essere chiare sin da subito come quelle dei concorrenti e piuttosto si preferisce far si che questo si acclimati con le informazioni con cui si sente d più a suo agio.

Scorrendo ulteriormente si possono poi fruire un paio di sezioni della home nella quale sono prima presentate la value a propositio del servizio e successivamente l'ecosistema di funzionalità e possibilità che questo offre.

DATI AGGIUNTIVI

Verso la fine poi è presentata anche una **mappa dei plug-in offerti dal servizio**, divisi tra quelli più di nicchia, messi in evidenza dalla piattaforma e quelli invece pensati per supportare il dialogo con latre forme di professionisti al di fuori del solo design.

Progetto

Frase evocativa

Features

Sottotitolo delle features

Value proposition

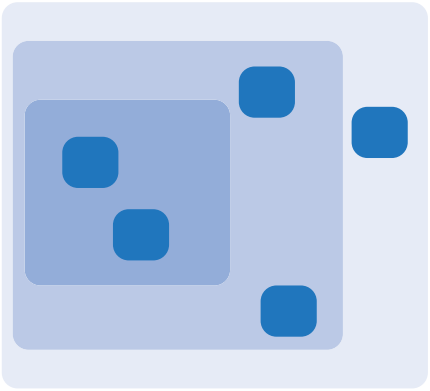
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec ultrices lectus non eleifend tempus. Donec molestie turpis non quam luctus, eu malesuada est vulputate. Vivamus luctus sed odio vel elementum. Aliquam tempus est ipsum, sit amet posuere erat blandit sit amet. Nullam ac ipsum elit. Morbi nisi risus, sodales quis facilisis pharetra, fringilla ultrices enim.

Mappa evocativa del servizio completo

Privacy

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec ultrices lectus non eleifend tempus. Donec molestie turpis non quam luctus, eu malesuada est vulputate. Vivamus luctus sed odio vel elementum. Aliquam tempus est ipsum, sit amet posuere erat blandit sit amet. Nullam ac ipsum elit. Morbi nisi risus, sodales quis facilisis pharetra, fringilla ultrices enim.

I nostri servizi



Plug-ins

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec ultrices lectus non eleifend tempus. Donec molestie turpis non quam luctus, eu malesuada est vulputate. Vivamus luctus sed odio vel elementum. Aliquam tempus est ipsum, sit amet posuere erat blandit sit amet. Nullam ac ipsum elit. Morbi nisi risus, sodales quis facilisis pharetra, fringilla ultrices enim.

Citazione evocativa

Frase provocatoria

Footer

6.3.2 About us

MOSTRARE IL COINVOLGIMENTO CON IL TERRITORIO

Nella pagina di about us, l'obiettivo è mostrare coinvolgimento con le politiche locali, quindi la prima informazione fornita è di progetti locali che potrebbero suscitare l'interesse dell'utente se è appassionato all'argomento.

COLLABORAZIONE ED ETICA

Questa poi è seguita da due aree di presentazione che mostrano quali sono gli obiettivi del servizio: collaborazione ed etica.

SERVIZI OFFERTI

Al termine della pagina poi è presente un lungo elenco che mostra nel dettaglio tutte le funzionalità alternative che non sono state messe in evidenza nella homepage.

About us

Sottotitolo

Titolo progetti

Sottotitolo sezione progetti

Chi siamo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec ultrices lectus non eleifend tempus. Donec molestie turpis non quam luctus, eu malesuada est vulputate. Vivamus luctus sed odio vel elementum. Aliquam tempus est ipsum, sit amet posuere erat blandit sit amet. Nullam ac ipsum elit. Morbi nisi risus, sodales quis facilisis pharetra, fringilla ultrices enim.

Cosa facciamo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec ultrices lectus non eleifend tempus. Donec molestie turpis non quam luctus, eu malesuada est vulputate. Vivamus luctus sed odio vel elementum. Aliquam tempus est ipsum, sit amet posuere erat blandit sit amet. Nullam ac ipsum elit. Morbi nisi risus, sodales quis facilisis pharetra, fringilla ultrices enim.

I nostri servizi

Footer

6.3.3 Prices

FUNZIONALITÀ E PROMOZIONE ETICA ALL'USO

La pagina dei prices è in genere pensata, come di solito accade in circostanze simili, per suscitare l'interesse dell'utente su caratteristiche specifiche a seconda dello scenario d'uso. In questo caso tuttavia, non si prevedono scenari d'uso per studenti/docenti di modo da disincentivare l'utilizzo precoce dell'intelligenza artificiale che anzi potrebbe far sembrare lo studio convenzionale della disciplina come inutile.

Questa poi, a seguito del purchase è pensata per guidare a due pagine differenti: o al pdf con la guida etica o alla pagina di checkout per l'acquisto.

6.3.4 Dashboard

IDEAZIONE PARTENDO DA REFERENCES

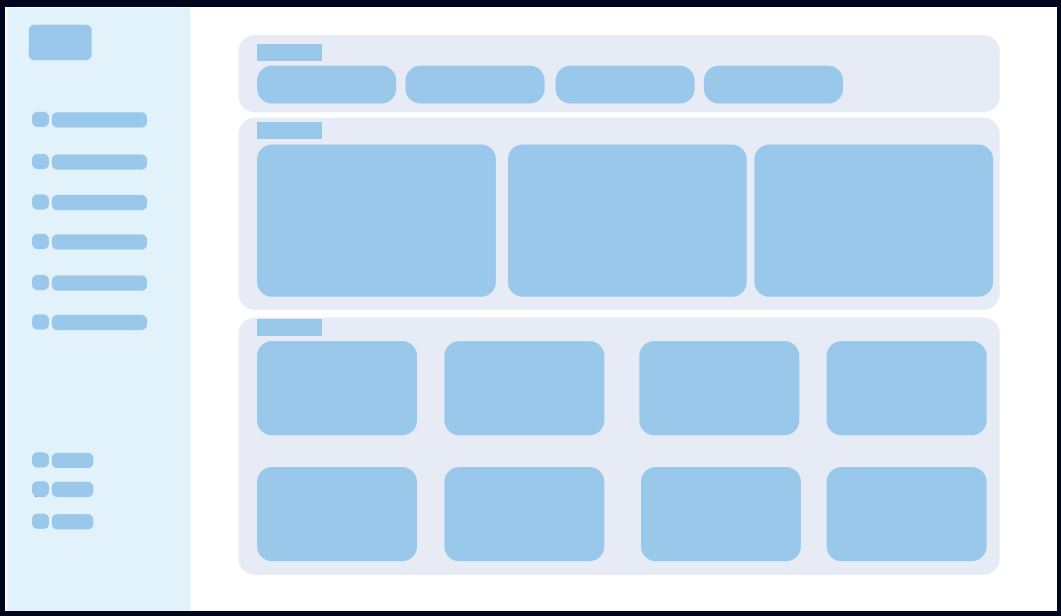
La pagina della dashboard è sta di difficile realizzazione siccome nell'analisi dei casi studio si sono viste molte alternative e non si è trovato un vero e proprio standard.

Dato però che piattaforme come Quillbot o Semrush propongono versioni del menu di navigazione sotto forma di sidebar, e che questo avrebbe potuto incrementare anche la percezione di controllo del sistema da parte dell'utente anche dopo, s è deciso di perseguire questa strada.

FUNZIONI DELLA DASHBOARD

La dashboard ha quindi un menu laterale in cui si accede di default alla home, in questa pagina è possibile accedere a quattro funzionalità principali:

- creazione di nuove pagine dalla home.
- fruizione di tutorials dalla home.
- Counceling tramite chatbot delle funzioni di copyright in una pagina dedicata.
- Fruizione ed editing dell'agente Ai deputato a filtrare i risultati durante la generazione dei dati.
- Librerie di progetti per fruire quelli passati in base alla data di visualizzazione e altre opzioni di filtering.
- Librerie di agenti per personalizzare di volta in volta i contenuti.



6.3.5 Interfaccia-progetto

L'APPROCCIO ALLA PROGETTAZIONE DELLA UX

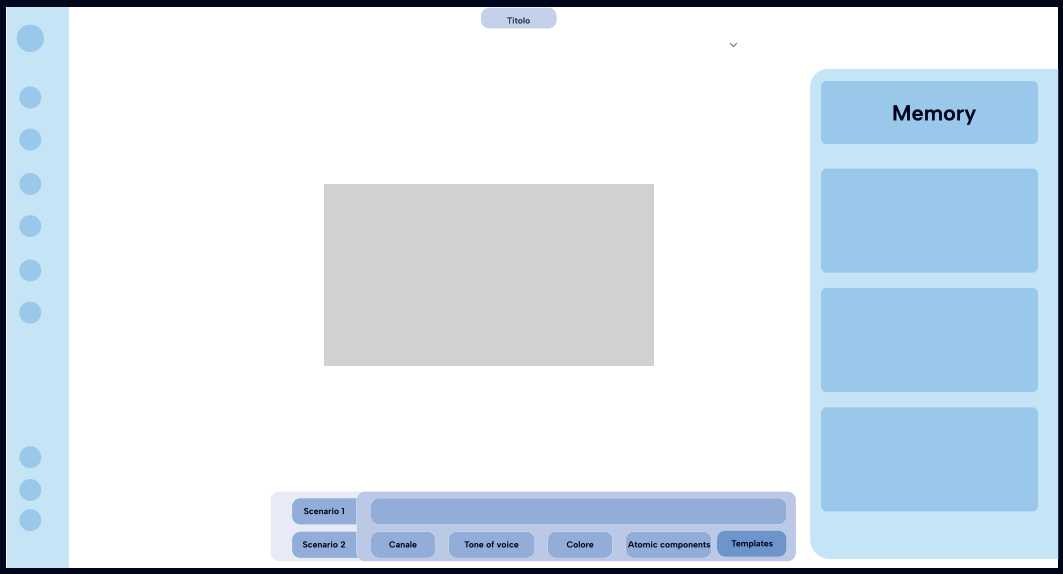
L'interfaccia progetto è stata molto rivista nell'arco della progettazione, tuttavia ci sono due tipi di interfaccia che si sono ritenuti un esempio positivo per la sua costruzione: le apps di apple e l'interfaccia d'uso collaborativa di Figma.

GLI STANDARD DA EVITARE

Quello che accomuna i due tipi di interfacce, infatti, si è reputato sia la semplicità e l'epurazione dall'eccesso. Durante la fruizione con siti come SE Ranking o Semrush, siti con modalità di funzionamento tramite bottoni anziché chatbots, è molto difficile orientarsi, ci sono una moltitudine di bottoni e spesso no si riesce neanche a trovare due volte lo stesso tool senza prima aver visitato l'intera sezione dedicata.

LE REFERENCES

Per ovviare al problema quindi si è deciso di prendere ispirazione da Figma e Quillbot per incentrare tutti i comandi Ai in una barra dei comandi collacata in basso. Questi però, analizzando nel dettagli gli scenari d'uso hanno iniziato a moltiplicarsi, per cui per semplicità si è pensato un bottone a lato del menu con la quale è possibile generare lo scenario desiderato tra editing oppure generazione. Approfondendo poi la stesura della parte di generazione si sono rivisitati siti e piattaforme simili come Stich e Lovable. In questi, dotati di solito di chatbot si è notato che viene demandato tutto a un generatore testuale in cui però, l'output è difficile da editare e molto spesso non genera neanche risultati che rispettano le richieste dell'utente.


Titolo
Memory
Scenario 1
Scenario 2
Canale
Tone of voice
Colore
Atomic components
Templates

6.3.6 Interfaccia-documento

IL SISTEMA A USILIARIO

L'interfaccia documento, a dispetto di quella collaborativa per il progetto si è notato avere già standard più consolidati, pertanto si sono riprese soluzioni già reputate efficaci come quella di Quillbot ed è stato applicato il sistema di suddivisione dei bottoni a seconda degli scenari di modo da aumentare la pulizia e la semplicità percepita della pagina.

I comandi di scrittura non-Ai-based tuttavia, siccome basati di una loro coerenza e standard (es. google docs, word, etc), sono stato collocati in alto.

Titolo
Review area
Scenario 1
Scenario 2
Action 1
Action 2
Action 3
Copychecker
Review action

6.4 Visual

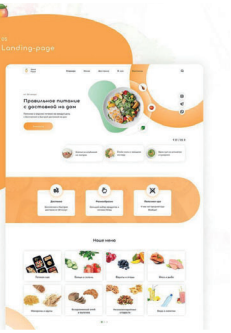
SVILUPPO DEL CARATTERE DEL PROGETTO

In contemporanea alla stesura dei wireframes si è anche provato a ipotizzare quale potesse essere il tono di voce e lo stile grafico da usare e come per la stesura dei wireframes anche in questo caso si è provato a prendere spunto da Apple, Figma e Quillbot.

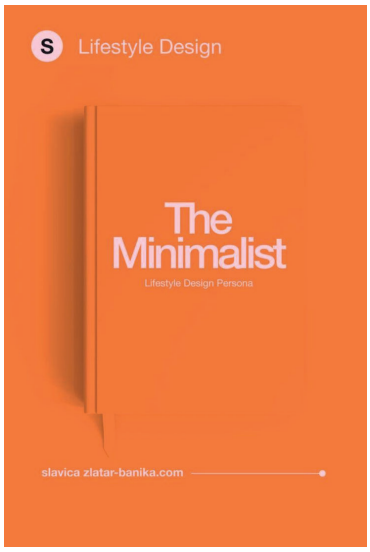
PERSONALIZZAZIONE

Questi infatti sono sistemi di interfacce estremamente personalizzabili da parte dell'utente che può decidere di arricchirli con lo stile che preferisce per farli propri. Sin da subito pertanto, si è deciso che la linea di condotta più appropriata per queste funzionalità fosse, qualsiasi sia lo stile, un qualcosa che maniente una parte di anonimità permettendo all'utente designer (artista e spirito libero) di mantenere una maggiore condizione di libertà.

Sono state quindi realizzate tre differenti moodboards con tre mesaggi alternativi.

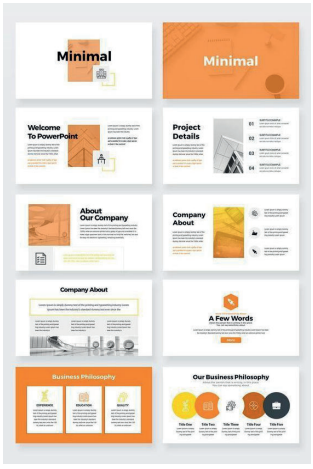

Landing-page

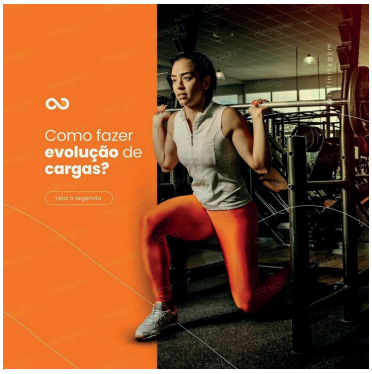
137.4


Lifestyle Design
The Minimalist
Lifestyle Design Persona
slavica zlatar-banika.com

sip & swirl

BUSY

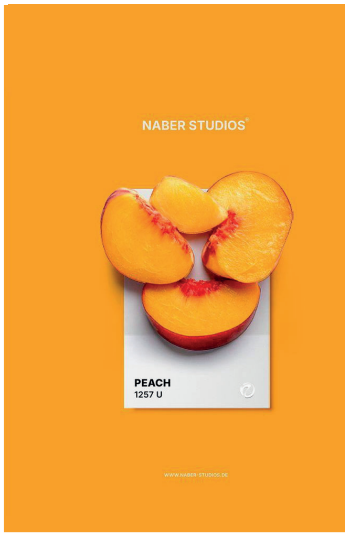

Minimal
Minimal
Welcome To PowerPoint
Project Details
About Our Company
Company About
Company About
A Few Words
Business Philosophy
Our Business Philosophy


Como fazer evolução de cargas?
Leia a legenda

Managing risk, ensuring growth
Dubex
Dubex

Презентация для кейтерингової компании
Есть, Шеф!
Основные форматы

greeting


NABER STUDIOS
PEACH
1257 U

2022
BOOK MOCKUP

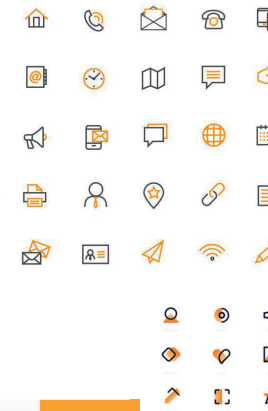
&
BOOK MOCKUP

created by
new
cannery
Orange
Design
Photography

PART

Employee
Manual
LINE 56
1
CULTURE

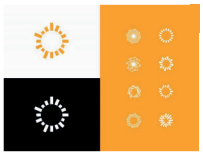
Orange
Banana

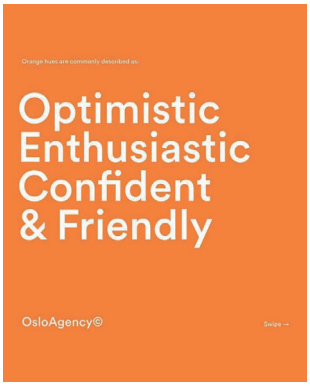


ELEMENTAL

2
인성교육
CHARACTER EDUCATION

greeting




Orange hues are commonly described as:
Optimistic
Enthusiastic
Confident
& Friendly
OsloAgency©
Swipe →

Orange Investments®

ORANGE / CITRUS SINENSIS
About
Feature
Nutritions

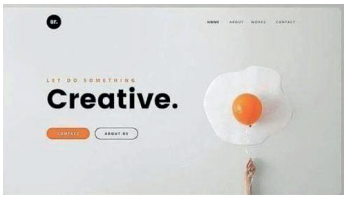
“ KEY SOURCE
of vitamin C for excellence ”

VITAMINS

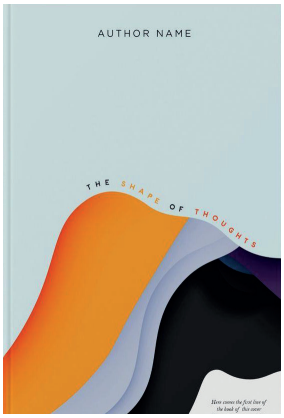
EASILY
TRANSFORMABLE

100%
CUSTOMER
STISFACTION

BUY TODAY

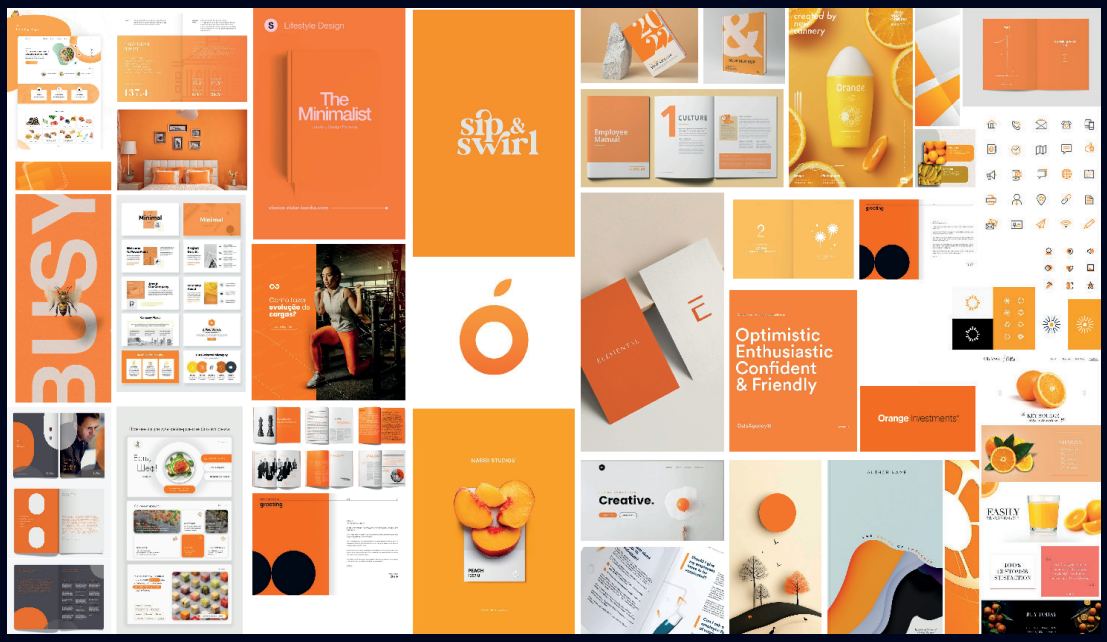

LET DO SOMETHING
Creative.

Should I give my employees leave to be vaccinated?


AUTHOR NAME
THE SHAPE OF THOUGHTS

Simple Freshness

Nella psicologia dei colori, l'arancione rievoca l'idea di so-
ciale, di calore e di energia. La il vibes applicato al proget-
to in tal senso sarebbe di invito al dialogo semplice e con
leggerezza.



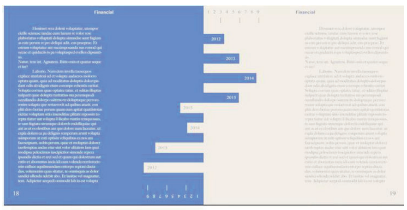
6.4.1 Moodboard Simple Freshness

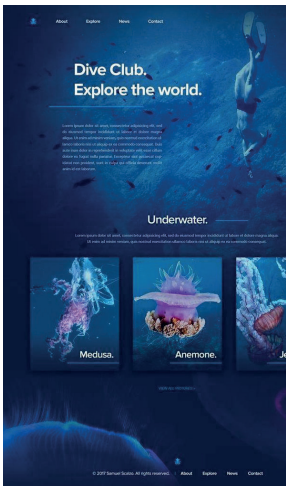
La prima moodboard, basata sul concetto di semplice freschezza mira a un'estrema semplicità usando l'arancione come accento e, in maniera parsimoniosa guidare all'attenzione sino a quando in pagine dedicate non si ha l'opzione inversa e un'esplosione di colore (arancione) per immergere ancora di più nel mood relativo.

Prendendo spunto dal concetto alla base della moodboard, anche le stesse immagini mirano a rievocare freschezza anche nei soggetti citando ad esempio frutta del medesimo colore come arance o pesche. mentre in altri casi possono rievocare semplice energia.

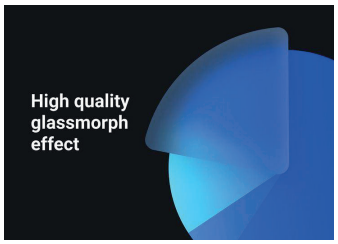
USO DEL COLORE

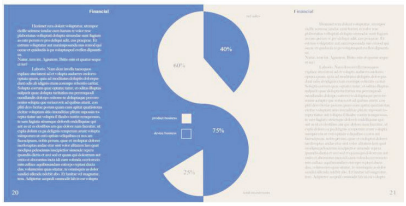
ARCHETIPO

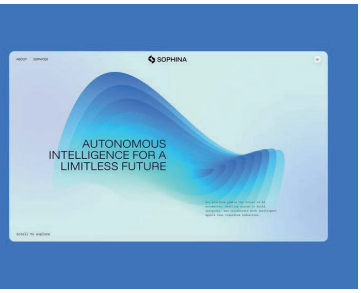


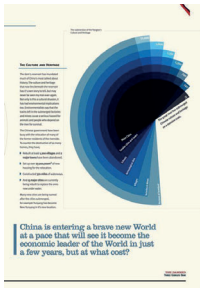

Dive Club.
Explore the world.
Underwater.
Medusa.
Anemone.

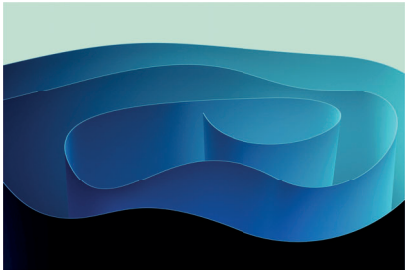
VECTOR HEADER
DESIGN
VECTOR HEADER
DESIGN
VECTOR HEADER
DESIGN

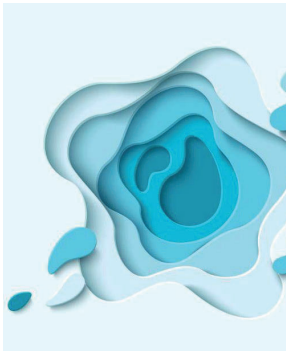

High quality
glassmorph
effect

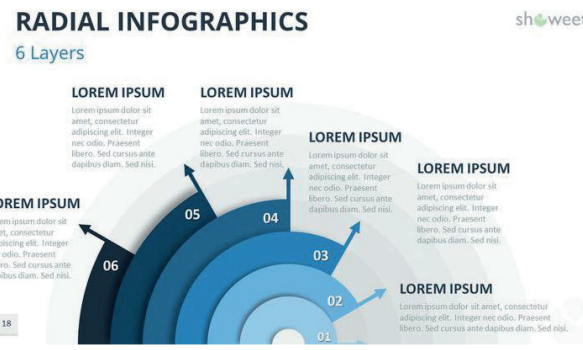



SOPHINA
AUTONOMOUS
INTELLIGENCE FOR A
LIMITLESS FUTURE


China is entering a brave new World
at a pace that will see it become the
economic leader of the World in just
a few years, but at what cost?





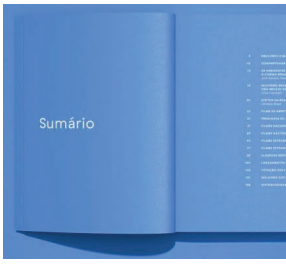

RADIAL INFOGRAPHICS
6 Layers
LOREM IPSUM
LOREM IPSUM
LOREM IPSUM
LOREM IPSUM
LOREM IPSUM
01
02
03
04
05
06

BLUE
PAPER CUT.

BLUE
PAPER CUT.

BLUE
PAPER CUT.

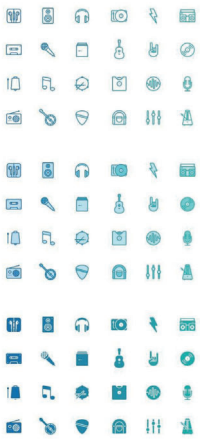
BLUE
PAPER CUT.

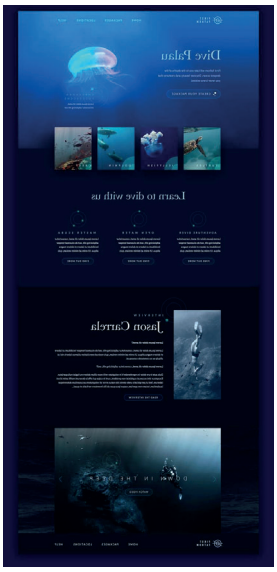

Sumário

PAPER CUT
BACKGROUND

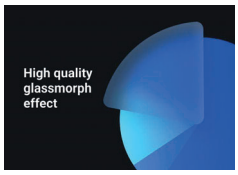
Jellyfish

6
The Great American Expansion



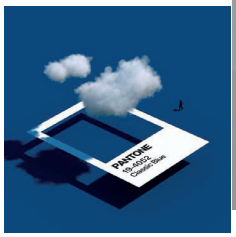

Dive Bilan
Learn to dive with us
Jason Garcia

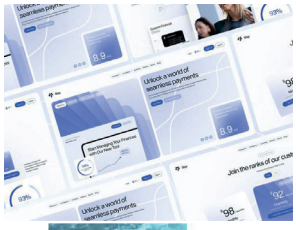
THE
EXPLORER


High quality
glassmorph
effect

AUTONOMOUS
INTELLIGENCE FOR A
LIMITLESS FUTURE

AI Technology

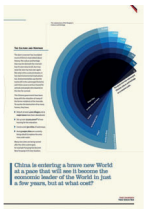

PANTONE
Solving
Color Stories



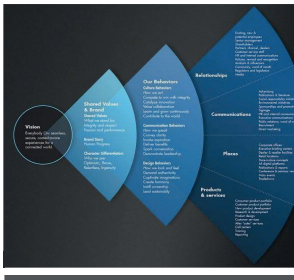
COMPANY
GRAPHIC
DESIGN
LOG IN

Tâm Phùng

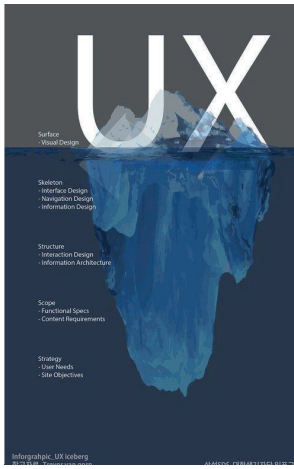
Contents
02
03
04
06
12
15
16
20

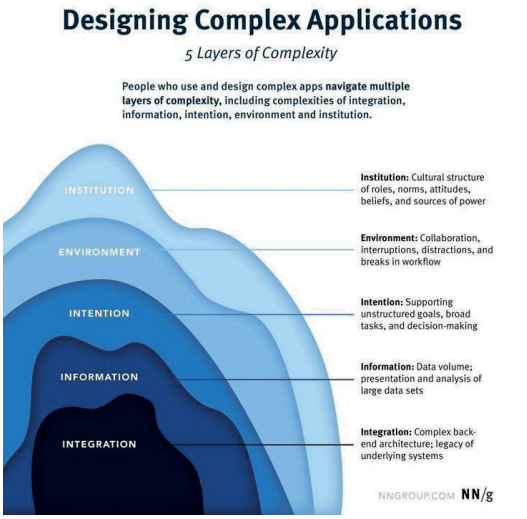

China is entering a brave new World
as a pace that will see it become the
economic leader of the World in just
a few years, but at what cost?

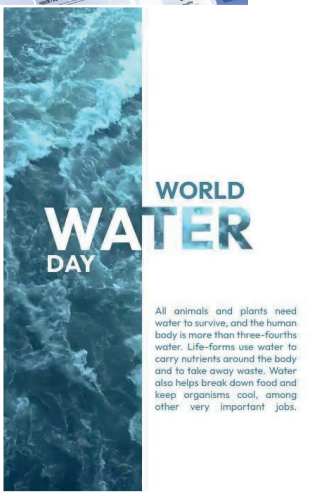
Common
Voice


Relationships
Communications
Places
Products
& services
Our Behaviors
Shared Values
& Brand
Vision

Unlock a world of
seamless payments
Join the ranks of our cust

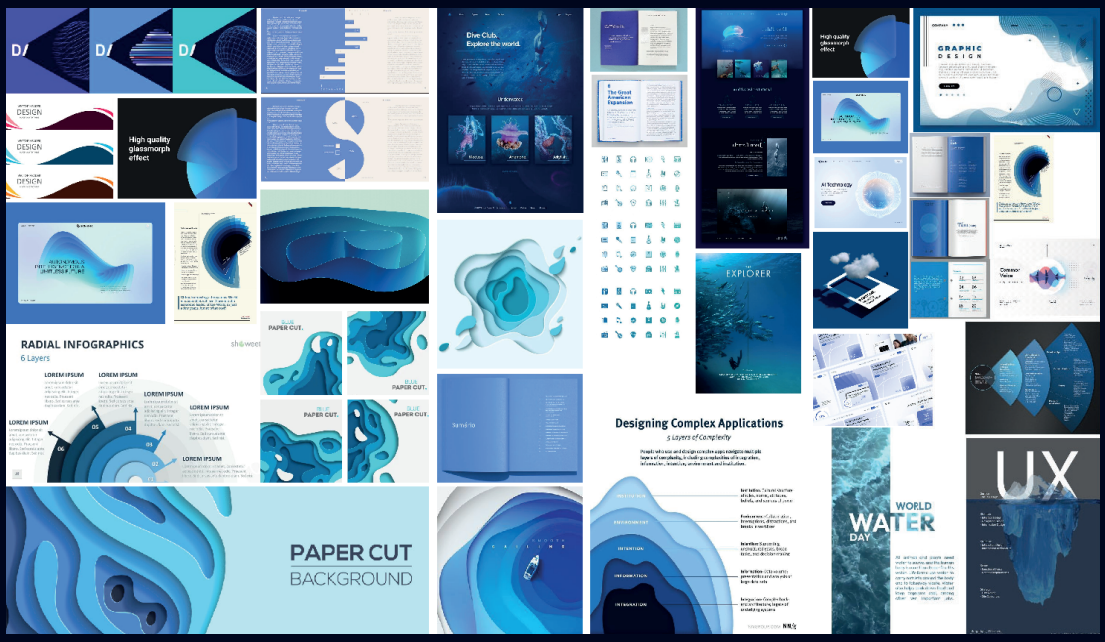

UX
Surface
- Visual Design
Skeleton
- Interface Design
- Navigation Design
- Information Design
Structure
- Interaction Design
- Information Architecture
Scope
- Functional Specs
- Content Requirements
Strategy
- User Needs
- Site Objectives


Designing Complex Applications
5 Layers of Complexity
People who use and design complex apps navigate multiple layers of complexity, including complexities of integration, information, intention, environment and institution.
INSTITUTION
ENVIRONMENT
INTENTION
INFORMATION
INTEGRATION
Institution: Cultural structure of roles, norms, attitudes, beliefs, and sources of power
Environment: Collaboration, interruptions, distractions, and breaks in workflow
Intention: Supporting unstructured goals, broad tasks, and decision-making
Information: Data volume; presentation and analysis of large data sets
Integration: Complex back-end architecture; legacy of underlying systems
NNGROUP.COM NN/g


WORLD
WATER
DAY
All animals and plants need water to survive, and the human body is more than three-fourths water. Life-forms use water to carry nutrients around the body and to take away waste. Water also helps break down food and keep organisms cool, among other very important jobs.

Deep knowledge

Nella psicologia dei colori, il blu è il colore della forza e della leadership, in questo caso la rievocazione sarebbe di invito a scrutare negli ‘abissi’ dell’informazione come l’euforia che si prova alle prime volte che si usa l’Ai avendo tutto e subito.



6.4.2 Moodboard Deep Knowledge

RIEVOCAZIONE DEL SIGNIFICATO

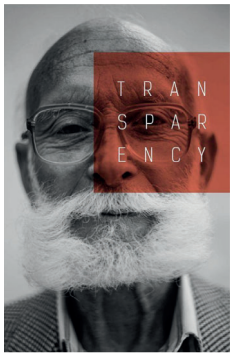
A differenza della prima, questa moodboard è meno concentrata sulla semplicità di per sé quanto sul rievocare il concetto degli abissi della conoscenza (da cui il nome) tra la conoscenza visibile e quella invisibile di modo da suscitare alla curiosità e indagare oltre.

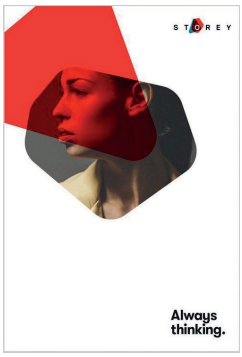
LAYERING

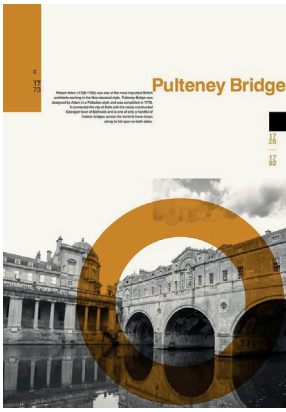
In questo caso il colore viene usato in una versione a layers in cui ogni layers rappresenta un insight più 'prezioso' e centrale della piattaforma.

Roger Sterling
Don Draper
Lane Pryce
Peter Campbell

NONE BUT OUR-SELVES CAN FREE OUR MINDS.
TODAY


TRANSPARENCY

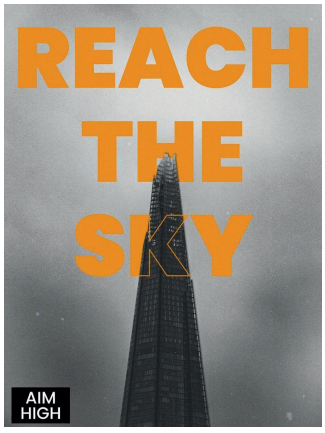

STOREY
Always thinking.


Pulteney Bridge

TOPMODEL

COLDBACK
#NOTCHE

LEGENDS
13
J.T. BARRETT

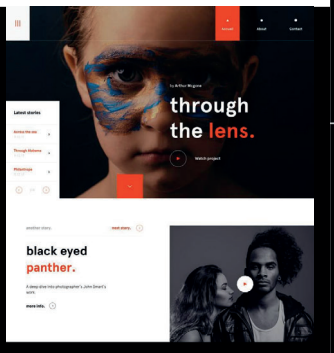

REACH THE SKY
AIM HIGH

SERENE
The tranquil balance of heart and mind.

Poppins
AaBb

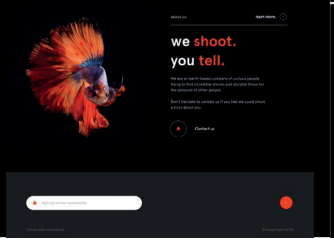
APOLLO 7
MANNED CSM TEST FL

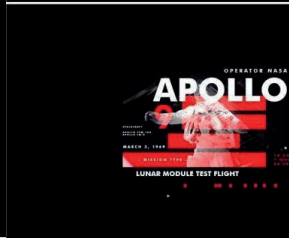
EDM
2020

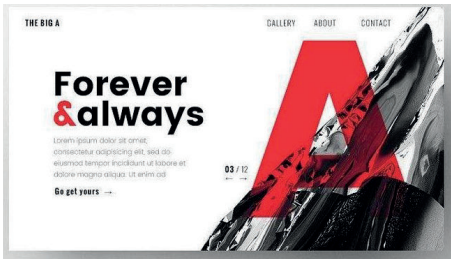

through the lens.
black eyed panther.

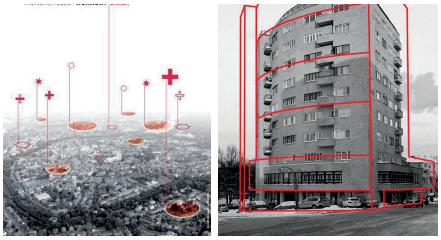
APOLLO 8
MANNED LUNAR ORBITER

Explore, Discover & Create.


we shoot. you tell.


APOLLO
LUNAR MODULE TEST FLIGHT


THE BIG A
GALLERY
ABOUT
CONTACT
Forever
&always
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad
Go get yours →
03 / 12

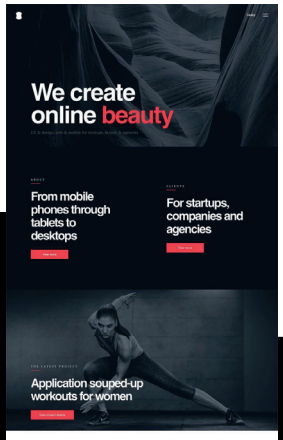


ALLES ZURÜCKGELASSEN

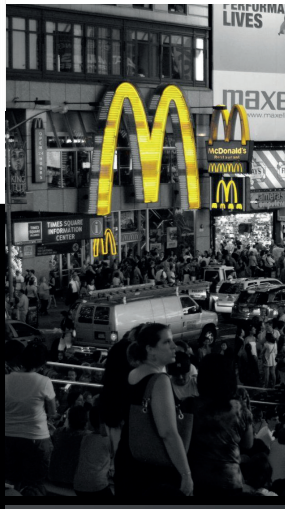
Drop Display
Projector
Collectors Edition
Lookbook /17
/2017

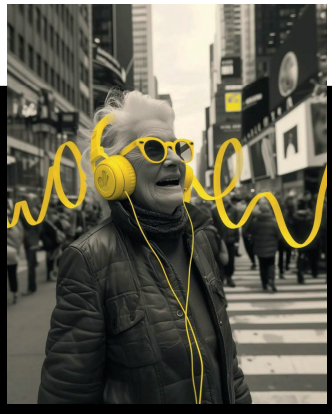
TOTALITÄR
LEIPZIG
1933 - 1945
10.9. - 9.11.
2008
Museum

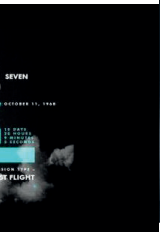
AFRYKA PÓŁNOCNA \ BLISKI WSCHÓD \ KAUKAZ \
HISTORIA, KTÓRA
DZIEJE SIE DZIŚ
BLISKI
NAM
ŚWIAT
DARIUSZ ROSIAK
DR PAWEŁ SREDZIŃSKI

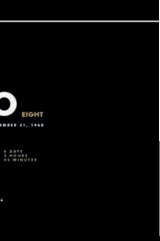

We create
online beauty
From mobile phones through tablets to desktops
For startups, companies and agencies
Application souped-up workouts for women
Web development step by step
Let us know you care about your online world
Twitter
Dribble

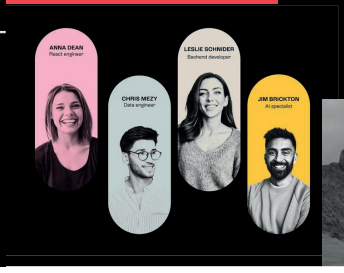
DESIGN
002


LIVES
McDonald's
TIMES SQUARE INFORMATION CENTER

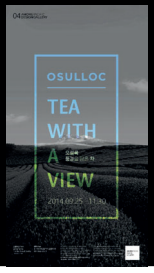


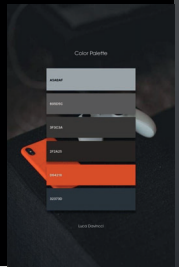

SEVEN




ANNA DEAN
React engineer
CHRIS MEZY
Data engineer
LESLIE SCHNIDER
Backend developer
JIM BRICKTON
AI specialist

PUNCAK JAYA

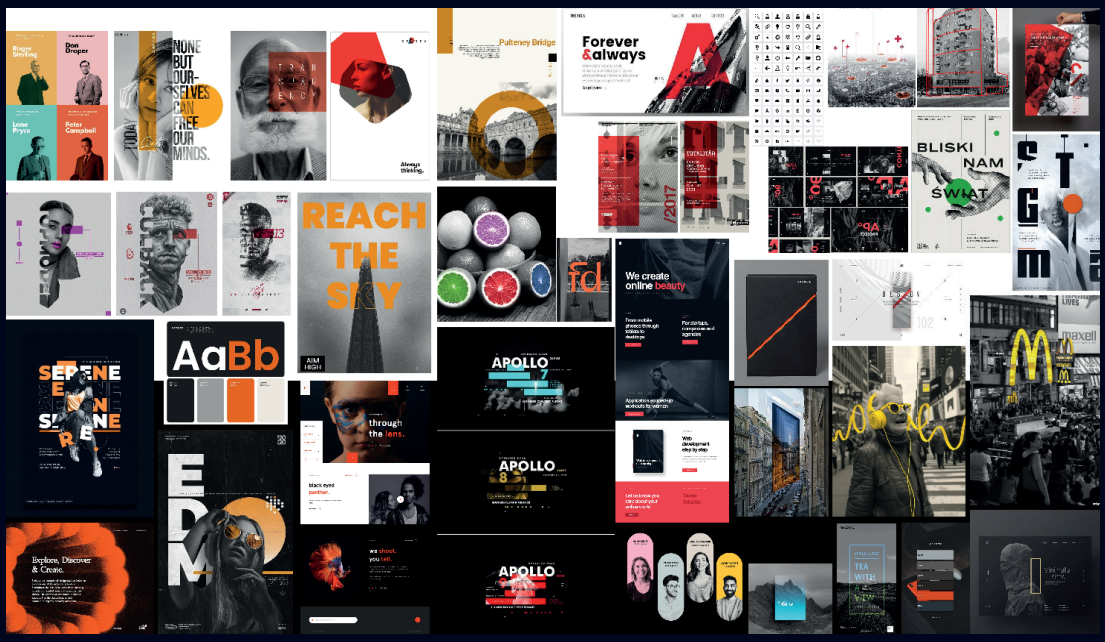

OSULLOC
TEA
WITH
A
VIEW


Color Palette

Minimalis
— simo

Focus and concentration

In questa moodboard il colore è pura funzione: è una lente di ingrandimento che a seconda dei casi da impressioni differenti e a seconda dei colori si possono trarre messaggi e interpretazioni anche opposti.



6.4.3 Moodboard Focus and concentration

USO DEL COLORE FUNZIONALE

Come suggerisce il nome, in questo caso i colori sono esclusivamente usati in funzione dell'uso che se ne fa. In questa moodboard il colore guida l'attenzione e definisce il tipo di umore a seconda della pagina e/o dell'azione compiuta mentre il resto delle informazioni rimangono in bianco e nero.

OSSERVAZIONE NON-GIUDICANTE

La versione reverse, per contro, sarebbe utilizzata con la funzione opposta. Tenendo conto della necessità di una natura non giudicante per osservare il settore Ai, il focus in questo caso sarebbe osservare il mood che il soggetto in bianco e nero permette di trapelare dai filtri colore attorno.

6.5 Scelta dell'apparato visuale

APPLICABILITÀ DELL'IDEA

Tra le tre moodboard si è poi dovuto scengliere quale fosse quella che meglio rapresentasse i contenuti pianificati nel wireframe e per questa ragione si è deciso che la più conveniente dal punto di vista stilistico fosse la Deep Knowledge. Questa si è preferita rispetto alle alternative siccome è una moodboard già più semanticamente associabile all'idea di Ai e con minori rischi di essere percepita con messaggi ad oggi ancora non di comune diffusione.

6.6 Prototipo

APPLICAZIONE INIZIALE DELL'IDEA

Sviluppati i wireframe e la componente visuale del progetti si è così potuto iniziare la prototipazione UX/UI del progetto. Avendo scelto Deep Knowledge come moodboard si è deciso sin dall'inizio di provare a rielaborare l'idea delle onde e della profondità data dal layering di colori differenti della stessa tonalità. Questo si è provato a fare su due piani: dal punto di vista UX, si è deciso di perseguire la narrativa che più il layer diventa scuro, più l'informazione sarà consistente e profonda. Al contrario, informazioni più comuni e standard saranno su tonalità più chiare sino a diventare bianche quale il formato standard di colore.

BILANCIAMENTO DEI COLORI

Il colore d'accento invece si è deciso dovesse essere qualcosa di profondamente contrastante di modo da adempiere alla funzionalità ma rispettare la gamma di colore di Deep knowledge.

Si è poi pensato a quali ulteriori messaggi e/o stili associare al colore dato che questo da solo non sarebbe stato sufficiente, pertanto, basandosi sull'idea della scoperta di informazioni si è deciso di aggiungere anche delle ombre che dovrebbero simulare dei fogli di layer successivi di informazioni appoggiati l'uno sopra l'altro.

Dal punto di vista visuale, questo ha avuto due principali conseguenze:

La narrativa in tutte le pagine è regolata da elementi visuali di layering blu mentre le immagini hanno semplicemente dei filtri colore sulla tonalità HEX # 213679.

6.6.1 Design system

ADATTAMENTO ALLE NECESSITÀ PRATICHE

Definito lo stile a caratteri generali si è così provato ad applicarlo all'ambito pratico e ai wireframes fatti in precedenza. Inizialmente si è provato ad usare il blu come colore primario e per i bottoni, solo che presto ci si è resi conto che non avrebbe attirato sufficiente attenzione per permettere di gerarchizzare correttamente gli altri contenuti, quindi, si è deciso di optare per il fucsia per le cta principali. Una volta però che si è provato ad applicare lo stesso colore anche sulle pagine di progetto ci si è resi conto che in realtà sarebbe stato meglio il blu siccome, è necessario che si attiri di meno l'attenzione per permettere all'utente di svolgere le sue azioni nella maniera più confortevole possibile.

FUNZIONE DEI COLORI

A seguito di queste sperimentazioni iniziali, pertanto si sono decisi i **tre colori e le relative funzioni**:

- Fucsia (# FF4190): attirare prima del contesto l'attenzione e orientare alle Call To Action principali.
- Blu scuro (# 2B73BC): definire il tono del progetto e le azioni che richiedono carattere e attenzione ma che al tempo stesso hanno necessità di integrarsi al contesto.
- Blu chiaro (# AACFEF): orientare all'attenzione e supportare l'utente nella gerarchizzazione dei contenuti ma rimanendo sempre in secondo piano e/o per azioni secondarie.

TIPI DI FONTS

In contemporanea si è dovuto decidere anche gli spessori e le tipologie dei font. A tal riguardo, l'idea alla base del servizio è che spezzando per quando possibile i chatbot nelle loro azioni essenziali e racchiudendo queste in

bottoni e/o sistemi di filtri sia possibile perfezionare il criterio di scelta. Questo approccio al problem solving d'altra parte comporta anche un forte livello di personalizzazione da parte dell'utente; per questo si è deciso che anche il font avesse senso che riflettesse questo criterio di semplicità. Si è deciso quindi di adottare la famiglia di fonts '**Albert Sans'** per il testo comune mentre la famiglia '**Josefin Sans'** per tutto ciò che ci si aspetta essere un font evocativo.

FUNZIONI DEI FONTS

Definite le tipologie di font si è quindi chiarito quali potessero essere le migliori spaziature per il sito web. Di seguito è proposta una sistematizzazione degli spessori dei fonts a seconda gli usi:

- 16 px: Paragrafi di testo e CTA secondarie.
- 25 px: Sottotitoli di sezione e CTA primarie.
- 40px: Titoli secondari e sottotitoli.
- 75px: Titoli primari.

Associati ai fonts si è poi deciso anche le seguenti spaziature principali e rispettivi usi:

- 8px: Paragrafi di testo e CTA secondarie.
- 16px: Impaginazone cards, padding bottoni, distanziamento cards.
- +32px: Spazio di transizione tra sezioni di pagina.

Per quanto riguarda cartteri speciali o titoli per hero sections e simili, tuttavia, si è deciso di scegliere le dimensioni più appropriate sul momento, le regole generali invece sono state inserite all'interno del design system.

Design system map

TIPOGRAFIA

Headline 1
H1 75px

Headline 2
H2 40px

Headline 3
H3 25px

Paragraph
H4 16px

Paragraph
P 14px

COLORE

- Primario #2B73BC
- Secondary #7e7e7e
- Azione #FF4190
- Bianco #FFFFFF
- Black #081422

SPACING

- 8px XS
- 12px S
- 16px M
- 32px L
- 48px XL
- 72px XXL

BOTTONI

- Primary — Default
- Primary — Hover
- Primary — Disabled
- Alternative — Default
- Alternative — Hover
- Alternative — Selected
- Alternative — Disabled

FORMS

Label
Placeholder

Label
Input text

Label
Input text

Checkbox

Radio button

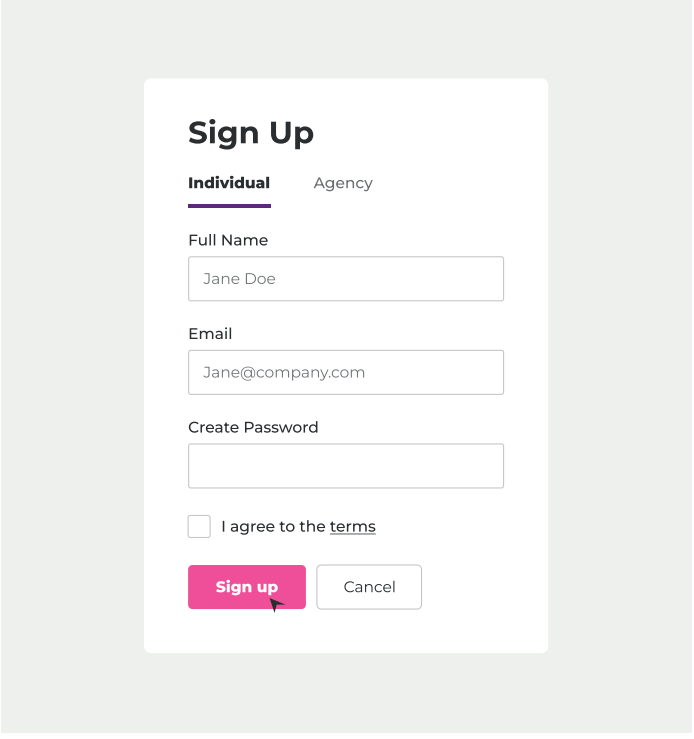
TABS

Tabs orizzontali
Tab Uno Tab Due Tab Tre

Hover
Tab Uno Tab Due Tab Tre

Tabs verticali
Tab Uno
Tab Due
Tab Tre

Hover
Tab Uno
Tab Due
Tab Tre


Sign Up
Individual
Agency
Full Name
Jane Doe
Email
Jane@company.com
Create Password
I agree to the terms
Sign up
Cancel

6.6.2 Homepage - prototipo

LA PAGINA MAESTRO DEL PROGETTO

Lo stile della homepage è stato il primo ad essere definito tra tutti quanti, questo di modo da comprendere uno ad uno tutte le varie ipotesi di utilizzo e le possibili varianti. di seguito sono elencate le funzionalità della pagina e il loro proposito:

UTILITÀ

- **Navigation bar** minimale di modo da concentrarsi sui contenuti.
- **Hero section** - permette di orientarsi direttamente alla pagina AI così da minimizzare i clicks necessari come richiede il settore.
- **Features** - elencare le funzionali principali promosse a seconda del target che si desidera raggiungere in quel momento.
- **Split the problem** - elencare la funzionalità più 'cool' che da fondamnto alle altre.
- **Ecosistema dei servizi offerti** - comprendere quali sono le funzionalità di AxceptAI (titolo deciso durante il workshop) e in che modo sfruttarle.
- **Privacy matter** - far sentire le necessità dell'utente ascoltate e dimostrarlo anche nel concreto mettendo in evidenza il form per la privacy sul trattamento dei dati.
- **Pricing** - catturare l'attenzione sugli scenari d'uso dell'utente
- **Plugin–ins** - mostrare al potenziale fruitore versatilità d'uso anche con i canali che lui/lei conoscono normalmente.
- **CTA di prova** - incitare l'utente all'uso.

AAI

CopyChecker Prices About Us Contact us Login Sign-up

AxeptAI

The AI that walks at your pace

Ask AxeptAI for an opinion on your project...

An e-commerce for teddies | A pink-coloured blog | A platform with many carousels | a mobile app granny-based | an iconic corporate landing page

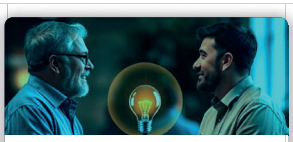
Features

Project assistance from idea generation up to copyright checking

Create function

Enhance the brainstorm sessions for webdesign.

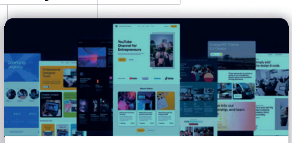
Create



Solution function

Find errors and devise alternative.

Resolve



Webpage generator

Editable professional looking pages in minutes.

Generate

Split up the problem

Are you lacking of mind hack skills about how to understand normal AI generation? Split up the issue into simple straight commands.

Split the problem

Channel

Tone of voice

Colour

Components

From your idea,

step by step,

at your pace,

up to the market...

Once the project is done, with the help of the Copyright Checker, correct your work in order to make it legally feasible then publish the result straight away.

View our propositions

Privacy matters

Your privacy is paramount to us: all data you provide is treated securely and confidentially. We provide end-to-end protection of information, ensuring that only you can access your content while using our AI.
For further informations we invite to outlook into our dedicated section!

Open the PDF

Unsure if the AI fits your needs?

Collaborate with your collegues on site to simplify work or stand alone to fasten yours.

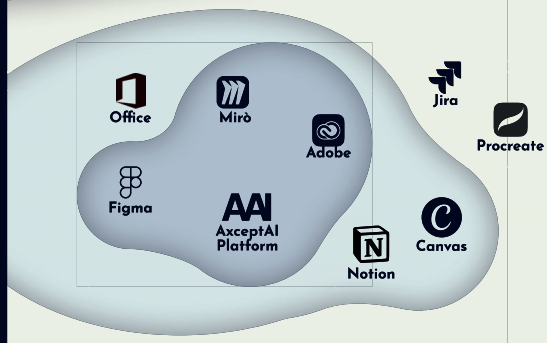
Free subscription.
All the basic fuctions active, limited yet consistent work.

Freelance
Made for all the designers who have to face themselves whole projects alone.

Agency
Subscription specialized into teamworking and cross-platform collaboration.

Enterprise
Made for large-size companies in need of personalized requirements from steps automatization up to privacy terms review.

View more | View more | View more | View more



Plug-ins where you need

Whenever you need a tool we have it. From designing into your favourite platforms such as Mirò or Figma up to ease collaboration with the final client into Notion, support to animatons into Procreate or to facilitate the dialogue with programmers with Jira.

Discover more

"A designer is a planner with an aesthetic sense."
- Bruno Munari, Design as Art

Plan your best AAI Interface

Do you think to be read to stand the hype to create platforms in minutes?

Try now for free

AAI

Making the world a better place through constructing elegant hierarchies

SOLUTIONS	SUPPORT	COMPANY	LEGAL
Our solutions	Pricing	About	Claim
Demo	Documentation	Blog	Privacy
Copychecker	Guides	Jobs	Terms
Insights	API Status	Press	
		Partners	

© 2025 AxceptAI.com All rights reserved Privacy Policy Terms & conditions

6.6.2 About us - prototipo

RICERCA DI UN CARATTERE COMUNE

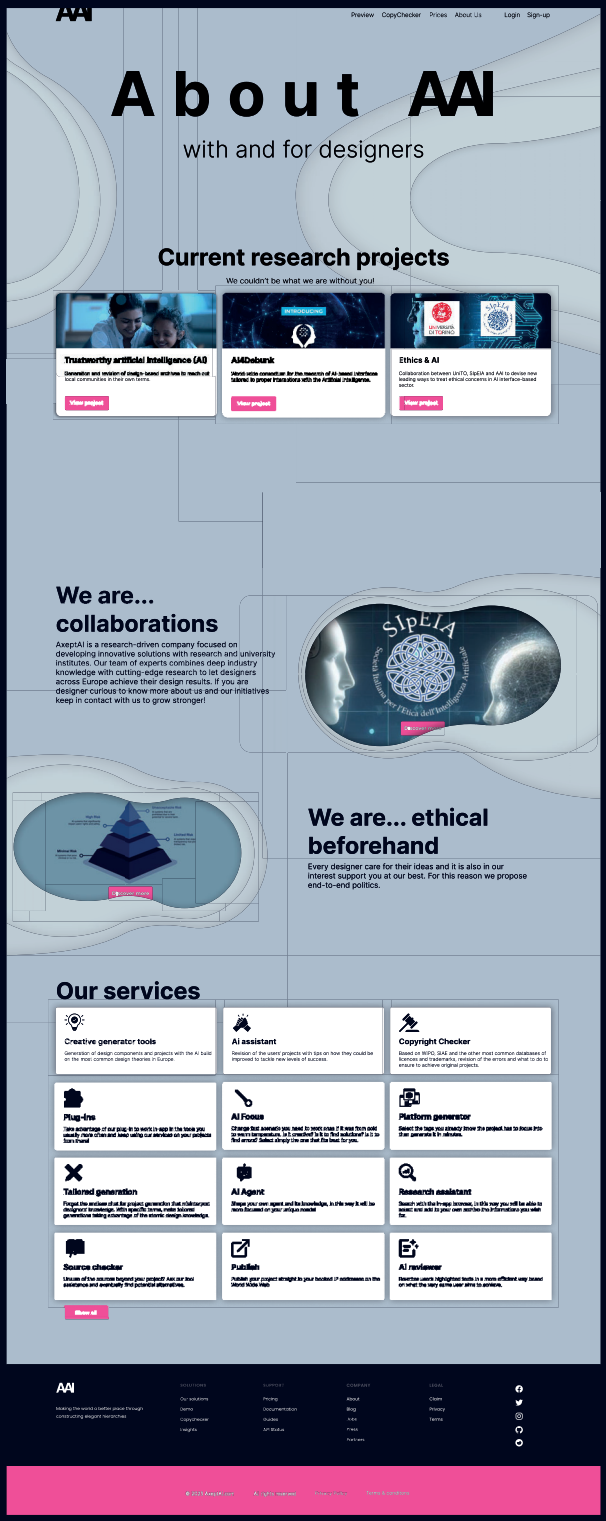
Lo stile della pagina about us, pensato per essere replicabile su tutte le pagine all'esterno del login, mira a focalizzare maggiormente l'attenzione sui contenuti ponendo al contrario più trasparenza sulle forme iconiche della homepage.

WE ARE...

In evidenza sono subito presentati i progetti a cui AxceptAI sta collaborando in quel momento mentre subito sotto si possono osservare una serie di sezioni di presentazione di ciò che è il servizio: collaborazione ed etica.

RICERCA DEL CONTATTO CON IL TERRITORIO

'**Collaborazione**' in particolare si stima che possa essere il vero game changer del servizio. Nello scenario presentato nella presente pagina infatti, la collaborazione con SIpEIA prevederebbe di coprogettare i valori dati alla fase della tokenization prima del machine learning di modo da garantirne, almeno in parte, un uso etico durante l'uso dell'utente. La parte finale prima del footer invece ha la funzione di elencare tutti i servizi che non sono messi in evidena in quel momento nella homepage.


AAI
Preview
CopyChecker
Prices
About Us
Login
Sign-up
About AAI
with and for designers
Current research projects
We couldn't be what we are without you!
Trustworthy artificial intelligence (AI)
Discussion and revision of design-based workflow to reach out local communities in their own terms.
View project
AI4Debunk
Word-wide consortium for the research of AI-based interfaces tailored to proper interactions with the Artificial Intelligence.
View project
Ethics & AI
Collaboration between UniTO, SIpEIA and AAI to devise new leading ways to treat ethical concerns in AI interface-based sector.
View project
We are... collaborations
AxeptAI is a research-driven company focused on developing innovative solutions with research and university institutes. Our team of experts combines deep industry knowledge with cutting-edge research to let designers across Europe achieve their design results. If you are designer curious to know more about us and our initiatives keep in contact with us to grow stronger!
SIpEIA
We are... ethical beforehand
Every designer care for their ideas and it is also in our interest support you at our best. For this reason we propose end-to-end politics.
Our services
Creative generator tools
Generation of design components and projects with the AI build on the most common design theories in Europe.
AI assistant
Revision of the users' projects with tips on how they could be improved to tackle new levels of success.
Copyright Checker
Based on WIPO, ISAE and the other most common databases of licences and trademarks, revision of the errors and what to do to ensure to achieve original projects.
Plug-ins
Take advantage of our plug-in to work in app in the ease you usually work often and keep using our services as you access from there!
AI Focus
Choose the assistant you need to work now: if it was from cold to warm temperature, is it prescribed? Is it to find solutions? Is it to find errors? Select simply the one that fits best for you.
Platform generator
Select the topic you already know the project has to focus into: it can generate it in minutes.
Tailored generation
Forget the endless chat for project generation that misinterpret designers' knowledge. With specific tones, more tailored generations taking advantage of the atomic design knowledge.
AI Agent
Merge your own agent and its knowledge, in this way it will be more focused on your unique needs!
Research assistant
Search with the in-app browser, in this way you will be able to select and add to your own stories the information you visit for.
Source checker
Unsure of the sources beyond your projects? Ask our bot assistance and eventually find potential alternatives.
Publish
Publish your project straight to your hosted IP addresses on the World Wide Web
AI reviewer
Rewrites users' highlighted texts in a more efficient way based on what the story some user aims to achieve.
Show all
AAI
Making the world a better place through constructing elegant hierarchies
SOLUTIONS
Our solutions
Demo
CopyChecker
Insights
SUPPORT
Pricing
Documentation
Guides
API Status
COMPANY
About
Blog
Jobs
Press
Partners
LEGAL
Claim
Privacy
Terms

6.6.3 Prices - prototipo

OFFERTE PRODOTTO

Lo stile della pagina delle offerte è pensata per essere generalmente molto diretta e semplice cercando il minimo di apprezzamento estetico di modo da riuscire ad arrivare dritta al punto. Questa offre una serie di servizi alternati tra la versione gratuita, quella per freelancers, pacchetti di abbonamenti collettivi per agency e offerte enterprise per chi avesse necessità di servizi più personalizzati.

ATTUAZIONE DELL'INIZIATIVA ETICA

Per ragioni etiche tuttavia si è deciso di non pensare ne promuovere **offerte speciali per studenti/docenti** di modo da incentivare prima allo studio di termini tecnici e solo dopo comprendere come utilizzare lo strumento nella maniera più responsabile possibile nel mondo del lavoro.

6.6.4 Dashboard - prototipo

FUNZIONI PRINCIPALI

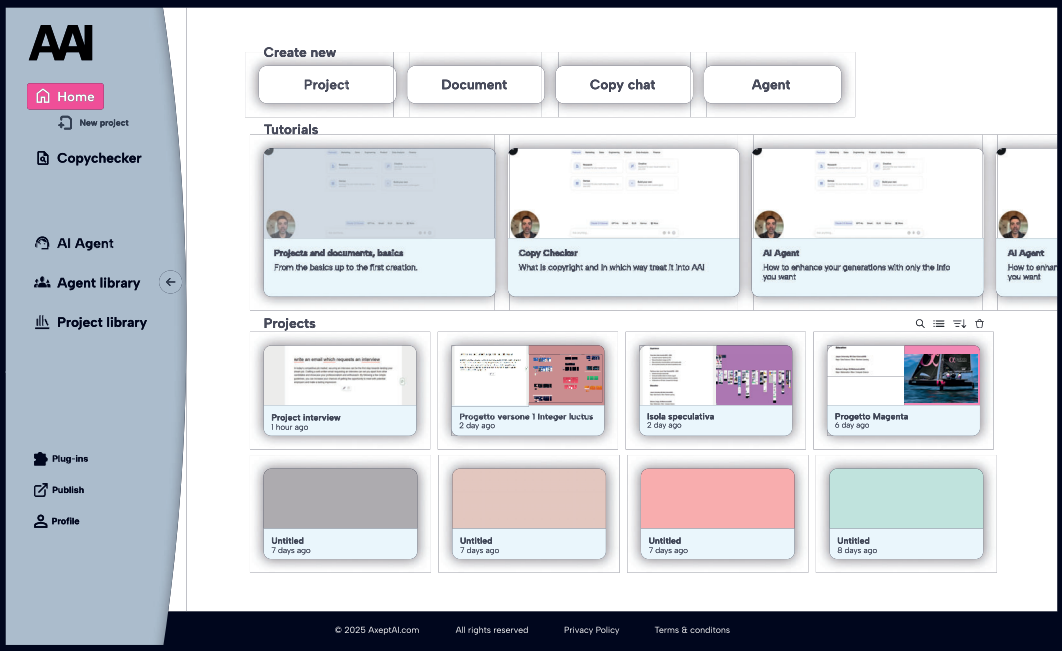
La dashboard, prima pagina personale dell'utente, è pensats per **garantire il più possibile il controllo** delle sue funzionalità attraverso la CTA di creazione rapida affianco, creazioni personalizzate all'interno della homepage, **tutorials per guidare all'uso** in caso di dubbi e un primo menu in cui si possono osservre i progetti utilizzati di recente e/o filtrarli per ricerche più specifiche.

CENTRALITÀ DELL'AGENTE

Esente da questa videata ma ugualmente importante è la funzionalità dell'agente prima creabile attraverso nome, descrizione di chi è, **modello di AI usato e links di reference personalizzati**, per poi essere costantemente aggiornabile in una pagina dedicata a quello che è il modello corrente. L'agente infatti, una volta creato l'account ha la funzionalità di filtrare e rendere più specifica la generazione dei contenuti a seconda della pagina scelta e/o del settore di competenze su cui si desidera potenziare la generazione, sia essa legale per il **servizio di copyright** checking, progettuale per comprendere e aumentare la consistenza in come i componenti sono approcciati tra di loro oppure testuale per avere maggiore consistenza nei tradizionali documenti di testo.

CENTRALITÀ DELL'AGENTE

Le librerie di agenti e di progetti invece hanno **funzione di archivio** globale di modo da rintracciare tutti i progetti o gli agenti creati in passato.


AAI
Home
New project
Copychecker
AI Agent
Agent library
Project library
Plug-ins
Publish
Profile
Create new
Project
Document
Copy chat
Agent
Tutorials
Projects and documents, basics
From the basics up to the first creation.
Copy Checker
What is copyright and in which way treat it into AAI
AI Agent
How to enhance your generations with only the info you want
Projects
Project interview
1 hour ago
Progetto versone 1 integer luctus
2 day ago
Isola speculativa
2 day ago
Progetto Magenta
6 day ago
Untitled
7 days ago
Untitled
7 days ago
Untitled
7 days ago
Untitled
8 days ago
© 2025 AxeptAI.com
All rights reserved
Privacy Policy
Terms & conditons

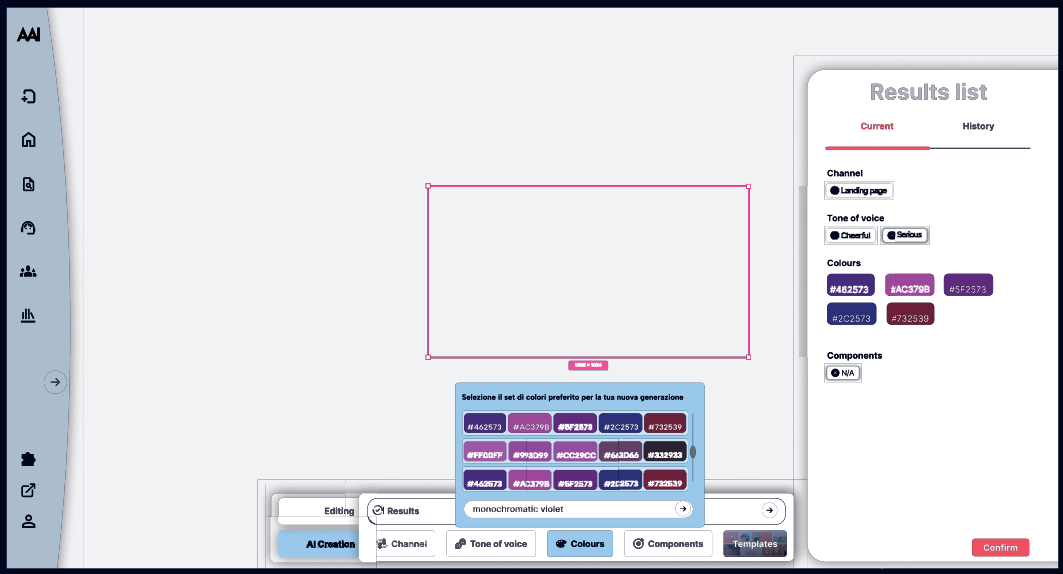
6.6.5 Progetto - prototipo

SCELTE PROGETTUALI E RAGIONI

L'interfaccia di progetto, **rievocando gli stili di Apple e FIgma**, mira ad essere **il più semplice possibile** e a gerarchizzare i compandi rispetto a solo quelli che servono in quel momento. Se si pensa poi che più di uno di questi potrebbero essere usati in contemporanea o rapida successione, la UX è pensata per garantire che questo potenziale disagio non avvenga: durante la generazione infatti si può scegliere tramite tag le eventuali informazioni che già si conoscono tra canale, tono di voce, palette colore e elementi che si sa già devono essere presenti all'interno della pagina (es. schede, caroselli, cards, aree di testo, etc...). Tenendo in considerazione poi che questi bottoni, presentati sotto forma di tags, potrebbero diventare anche decine, si è deciso di aggiungere una delle funzionalità aggiuntive per risparmiare click riselezionando automaticamente dalla cronologia tutti i tag di un determinato progetto precedente oppure di avere accesso rapido all'intero elenco dei tags selezionati in quel momento.

CONTROLLO DELL'UTENTE

La sidebar sulla sinistra permette poi di ottenere qualcosa che si è osservato raramente tra il centinaio di casi studio: la coerenza e standard tra dashboard e interfaccie d'uso. Attraverso un bottone infatti è possibile fruire della coerenza e controllo sull'interfaccia entrando o uscendo dal singolo progetto per **avere accesso in massimo 2–3 click all'intera area personale**. Con un bottone dedicato invece è possibile transitare direttamente allo spazio di documento collegato direttamente con quello di progetto.


Results list
Current
History
Channel
Landing page
Tone of voice
Cheerful
Serious
Colours
#462573
#AC379B
#5F2573
#2C2573
#732539
Components
N/A
Confirm
Selezione il set di colori preferito per la tua nuova generazione
Editing
Results
monochromatic violet
AI Creation
Channel
Tone of voice
Colours
Components
Templates

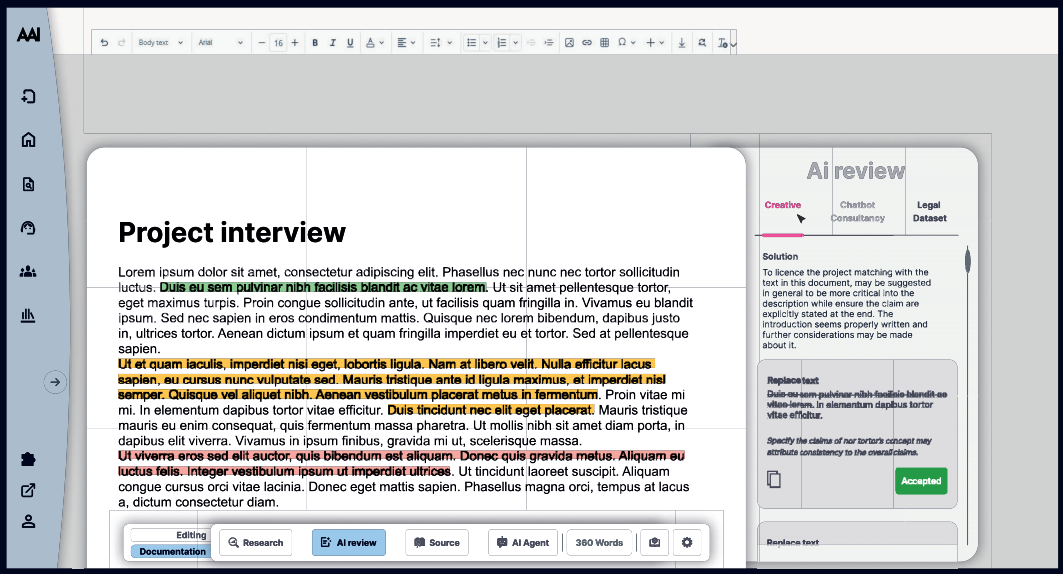
6.6.6 Documento - prototipo

AREA DI SUPPORTO AL PROGETTO

L'area del documento, raggiungibile sia dall'area progetto che dalla dashboard, a seguito delle conclusioni tratte nel workshop, è pensata per essere una **funzione secondaria** e supportare alla redazione di relazioni finali e/o documenti secondari descrittivi del progetto.

DATASETS USATI

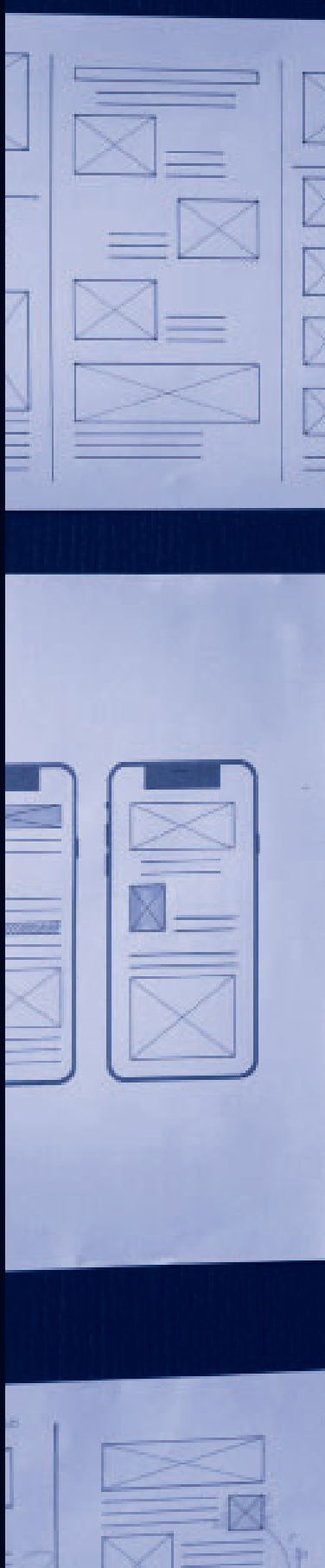
La pagina documenti infatti considera come datasets, **da un lato quello dell'agente** per comprendere in quel momento cosa interessa all'utente, ma da un altro lato ha come **secondo dataset quello della pagina di progetto** da cui trarre riferimenti e/o spiegazioni e/o citazioni.

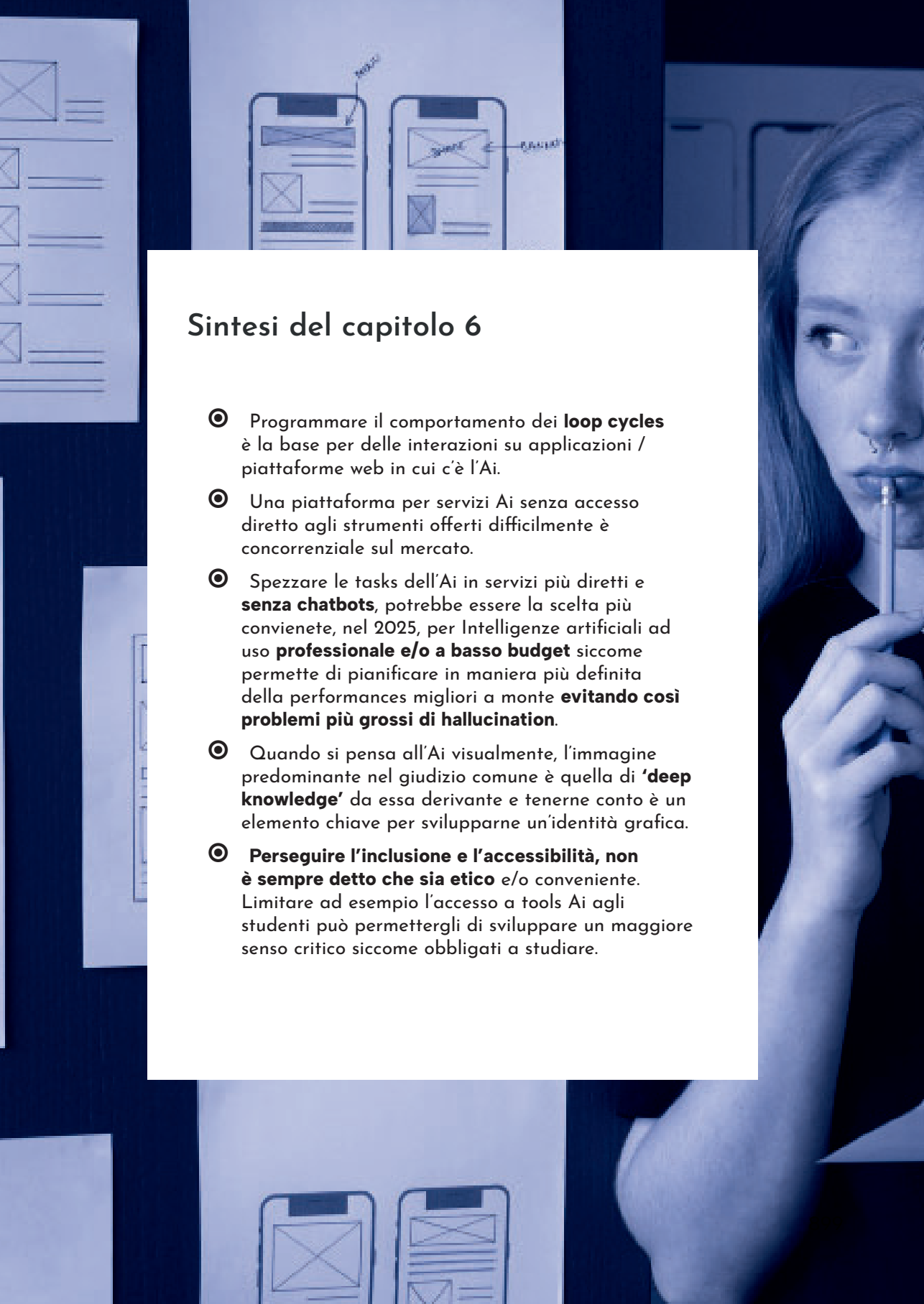

Project interview
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus nec nunc nec tortor sollicitudin luctus. Duis eu sem pulvinar nibh facilisis blandit ac vitae lorem. Ut sit amet pellentesque tortor, eget maximus turpis. Proin congue sollicitudin ante, ut facilisis quam fringilla in. Vivamus eu blandit ipsum. Sed nec sapien in eros condimentum mattis. Quisque nec lorem bibendum, dapibus justo in, ultrices tortor. Aenean dictum ipsum et quam fringilla imperdiet eu et tortor. Sed at pellentesque sapien.
Ut et quam iaculis, imperdiet nisi eget, lobortis ligula. Nam at libero velit. Nulla efficitur lacus sapien, eu cursus nunc vulputate sed. Mauris tristique ante id ligula maximus, et imperdiet nisl semper. Quisque vel aliquet nibh. Aenean vestibulum placerat metus in fermentum. Proin vitae mi mi. In elementum dapibus tortor vitae efficitur. Duis tincidunt nec elit eget placerat. Mauris tristique mauris eu enim consequat, quis fermentum massa pharetra. Ut mollis nibh sit amet diam porta, in dapibus elit viverra. Vivamus in ipsum finibus, gravida mi ut, scelerisque massa.
Ut viverra eros sed elit auctor, quis bibendum est aliquam. Donec quis gravida metus. Aliquam eu luctus felis. Integer vestibulum ipsum ut imperdiet ultrices. Ut tincidunt laoreet suscipit. Aliquam congue cursus orci vitae lacinia. Donec eget mattis sapien. Phasellus magna orci, tempus at lacus a, dictum consectetur diam.
Editing
Documentation
Research
AI review
Source
AI Agent
360 Words
Ai review
Creative
Chatbot Consultancy
Legal Dataset
Solution
To licence the project matching with the text in this document, may be suggested in general to be more critical into the description while ensure the claim are explicitly stated at the end. The introduction seems properly written and further considerations may be made about it.
Replace text
Duis eu sem pulvinar nibh facilisis blandit ac vitae lorem. In elementum dapibus tortor vitae efficitur.
Specify the claims of nor tortor's concept may attribute consistency to the overall claims.
Accepted
Replace text

Etica Ai

E’ responsabilità del designer prevedere l’uso dell’etica nell’Ai.

Il designer, sia esso UX researcher, UX designer, conversational, product o qualsiasi altra forma, ha una responsabilità etica enorme negli impatti che l’Ai ha sulla società dato che questi ruoli progettano e/o si basano sulle interazioni dell’utente con il suo contesto nativo.





Sintesi del capitolo 6

- Programmare il comportamento dei **loop cycles** è la base per delle interazioni su applicazioni / piattaforme web in cui c'è l'Ai.
- Una piattaforma per servizi Ai senza accesso diretto agli strumenti offerti difficilmente è concorrenziale sul mercato.
- Spezzare le tasks dell'Ai in servizi più diretti e **senza chatbots**, potrebbe essere la scelta più convienete, nel 2025, per Intelligenze artificiali ad uso **professionale e/o a basso budget** siccome permette di pianificare in maniera più definita della performances migliori a monte **evitando così problemi più grossi di hallucination**.
- Quando si pensa all'Ai visualmente, l'immagine predominante nel giudizio comune è quella di **'deep knowledge'** da essa derivante e tenerne conto è un elemento chiave per svilupparne un'identità grafica.
- **Perseguire l'inclusione e l'accessibilità, non è sempre detto che sia etico** e/o conveniente. Limitare ad esempio l'accesso a tools Ai agli studenti può permettergli di sviluppare un maggiore senso critico siccome obbligati a studiare.

Capitolo 7

User testing

Definizione dei testing

Principali criticità

Consigli generali

capitolo 7:

User testing

RICERCA DELLE PERSONE

Definito il prototipo si è quindi proceduto alla fase successiva: quella dell'usability testing. In questo caso, sono state ricercate 5 figure di designers di modo tenere conto delle regole statistiche associate al livello di saturazione indicato da Pernice and Rosala (2024). Si è poi pensato con che logica contattarle e in che modo farlo, purtroppo per via dei tempi ristretti associati alla tesi, non si è potuto fare un'usability testing a livello nazionale/internazionale come si è fatto per le interviste e il workshop. Ci si è però assicurati che tutte le figure coinvolte siano designers in grado di s**aper usare interfacce collaborative**, che **conoscano le basi del web design** e che abbiano **famigliarità con softwares come Figma o Mirò**, in quanto softwares reputati più vicini alle funzionalità ricercate dal servizio di AxceptAI.

RICERCA DEL TIPO DI TEST DA SOTTOPORRE

Ci si è poi chiesto **quale tipo di usability testing proporre** data la natura ancora embrionale del prototipo, per questa ragione quindi si è scelto **'Le domande potenti nel testi di esperienza' per prototipi a media fedeltà** siccome si è già in possesso di un prototipo funzionale ma non tutte le funzionate associate sono attive (Lewrick, et. al., 2020).

7.1 Criterio di scelta delle domande

Compresi il contesto e a chi proporre le domande è sorta una criticità, con quale criterio scegliere le domande e in che modo farlo?

FORMULAZIONE DELLE DOMANDE

Per rispondere a questa domanda si è deciso nuovamete di far riferimento alle riflessioni proposte da Pernice and Rosala (2024), del **gruppo NN/g** in cui viene spiegata la differenza tra usability testing e interviste oltre a quali sono gli scopi principali dei due strumenti progettuali.

Tenendo quindi a mente le considerazioni fatte da Pernice, Rosala e Lewrick, si è deciso di prendere spunto da Lewrick et. al., (2020) e dalle domande potenti del design thinking nella seguente selezione:

- Il prototipo fa quello che ci si aspetta?
- Qual'è la reazione degli utenti al design del prodotto?
- L'utente riesce a capire intuitivamente cosa fare?
- Che cosa è al posto sbagliato o non è necessario?
- Se l'utente avesse la bacchetta magica cosa cambierebbe nel prodotto?

MODULAZIONE DEI PIANI DI TESTING

Oltre a queste domande, si è pensato anche di citare quelle associate all'umore e allo stato d'animo dell'utente a cui si sta proponendo il testi, la risposta a queste però potrebbe essere soggettiva anche per via di cause esterne al progetto come ad esempio svegliarsi dell'umore sbagliato quella mattina, pertanto si è deciso di escluderle.

7.2 Scelta delle funzioni core

Definiti i criteri di scelta delle persone e delle domande è arrivato quindi il momento di sviluppare le funzioni chiave su cui chiedere agli intervistati di concentrarsi.

FUNZIONE CORE PER RIMANERE SUL MERCATO

Si è quindi deciso che la prima e sicuramente più necesaria funzione core, siccome requisito di base del mercato, dovesse essere **la funzionalità della hero section**. In questa sezione è possibile **accedere direttamente in pochi click** al servizio nele sue funzioni di base e permettere velocemente all'utente di testarne le capacità. Come accennato nel secondo capitolo infatti (Epoch AI, n.d.), di Ai radicalmente innovative che propongono servizi gratuiti innovativi, c'è ne sono una al mese e da questa elevata competizione tra big tech, sono spesso le piccole attività e/o i nuovi progetti basati sui precedenti standard a farne le spese.

LE ALTRE FUNZIONI CORE

A seguito di essa si è quindi deciso le funzioni chiave che più delle altre, a seguito del grado di approfondimento e sviluppo raggiunto durante la tesi, avrebbe avuto senso inserire nell'user testing.

Si è quindi prevista la lista:

- Velocità ed efficacia di accesso alla **Hero section**,
- Creazione di un **nuovo progetto**,
- Applicazione dei **filtri** alla creazione,
- **Check del copyright** e della consistenza del progetto,
- **Export.**

Dati generali emersi dall’user testing

Mediamente le persone hanno compreso senza problemi le funzionalità del servizio e il loro utilizzo sembrano esserci però problemi associati alle azioni di export e di collegamento ai plug-ins.

5 tasks

Tasks totali proposte

93,3% successo

Tasso di successo medio

15–20 min

Durata media del test

6 testers

User testers

4,2/5

Valutazione media finale

7.3 Svolgimento del test

Il test di efficacia d'uso del servizio Ai è stato svolto su 6 persone, in cui in momenti separati, ognuno di loro è entrato in una call virtuale e, condividendo lo schermo ha fruito del servizio.

FUNZIONE CORE PER RIMANERE SUL MERCATO

Una volta all'interno del prototipo, i 6 testers sono stati **liberi di scegliere** cosa fare e trovandosi davanti a tre possibilità: accedere tramite **sign–up** (il metodo più convenzionale), accedere tramite la **hero section oppure fruire prima della home page**. Generalmente la totalità dei partecipanti al test ha preferito quasi esclusivamente la hero section, mentre **solo il 50% di questi ha preferito consultare prima la homepage** e le istruzioni derivanti da essa mentre nessuno ha scelto la strada convenzionale.

LE ALTRE FUNZIONI CORE

Una volta compiuta l'azione iniziale ci si è così incamminati per ciascuno di loro nella successione di tasks culminanti nell'export. **Per evitare però di rischiare di sviare l'utente, le domande potenti** pianificate in precedenza sono state fatte **solo al termine del flusso d'uso**, così da non indurre per sbaglio in potenziali errori scambiati come falsi indizi.

TEMPI DI SVOLGIMENTO

Si è però notata una sostanziale differenza nella velocità d'uso di chi ha fruito prima dei contenuti della homepage e di chi no, mentre infatti il 50% che ne ha fruito ha impiegato mediamente **3–5 minuti**, differente è stato per chi non lo ha fatto impiegando al contrario **10–15 minuti.**

Si è notato infatti che la diffenza sostanziale tra questi due gruppi di fruitori è stata la più o meno percepita funzionalità del servizio e quello che ci si sarebbe potuti

aspettare da esso. Nessuno dei testers tuttavia ha avuto da ridire rispetto ai comandi e alla loro efficacia in itinere trovandoli anzi semplci e non immaginando soluzioni alternative più istintive.

L'EXPORT DIFFICILE DA TROVARE

Di particolare difficoltà però è stata a fase di export in cui si è raggiunto il livello di saturazione per le persone che **non sono riuscite a comprendere da sole che l'export sarebbe potuto avvenire tramite plug-in**.

SUGGERIMENTI ALL'USO

Al termine dei testing poi, alla domanda su che cosa avrebbero voluto modificare se avessero avuto una bacchetta magica, **3 su 6 degli utenti hanno suggerito che una videata di anteprima all'hovering sui bottoni** associati ai filtri di creazione con l'Ai avrebbero potuto aumentare ulteriormente l'istintività della fruizione. Uno in particolare tra di loro, per validare questa tesi, ha spiegato che ad esempio i tone of voice possono essere molto soggettivi e se si avesse un qualcosa che suggerisce cosa aspettarsi per ciascuo dei termini, questo permetterebbe di rendere più prevedibile l'Ai evitando così innumerevoli tentativi che anzi potrebbero generare frustrazione. Altre potenziali criticità invece sono emerse dalla pagina di inizio progetto in cui, appena entrati dopo la hero section, tutti o quasi i testers sono riusciti (speriemntando l'interfaccia) ad arrivarci con però dei tempi mediamente attorno ad 1-3 minuti o più. **5 su 6 dei testers, rispetto a questo punto hanno suggerito che la sezione dell'Ai creation è difficile da vedere** e che piuttosto potrebbe essere invertita con quella di editing venendo usata, quest'ultima solo dopo che la creazione è avvenuta.

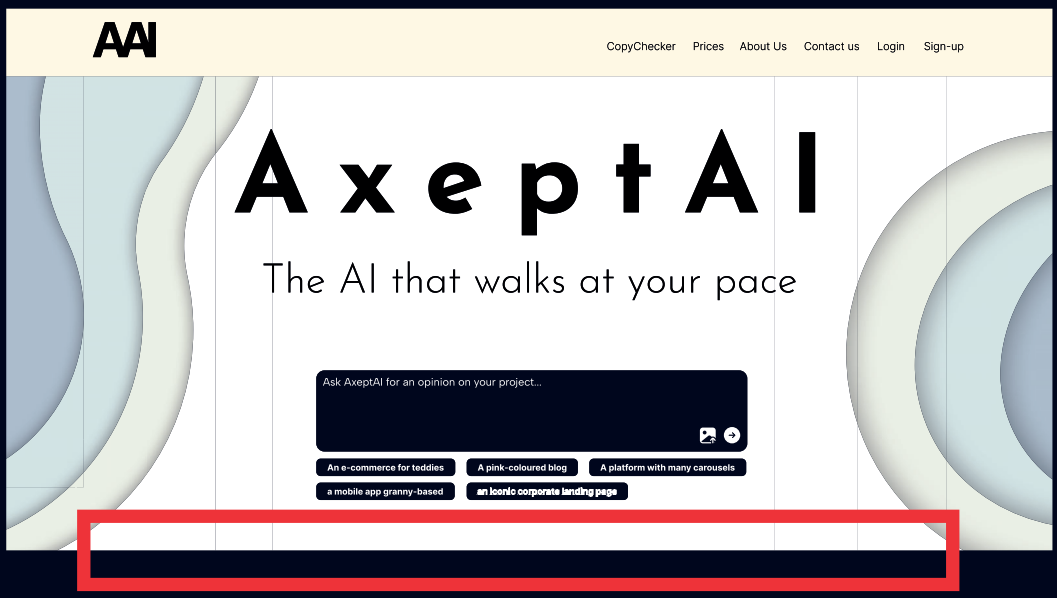
7.3.1 Hero section

SCELTE PIÙ COMUNI

Dall'user testing, 3 su 6 dei partecipanti hanno preferito cercare di accedere direttamente al servizio tramite la hero section, altri 3 invece hanno preferito consultarlo mentre nessuno ha scelto di accedere tramite login/sing-up ne gli è venuto da interagirvi se non richiesto.

CAUSE DELLE SCELTE

Terminato il testing, ad ogni modo, ha chi ha avuto accesso diretto alla pagina di progetto, è stato chiesto come mai non avessero preferito fruire prima della homepage e la risposta più comune tra di loro è stata l'assenza di un elemento come una freccia o qualcosa di simile che gli facesse capire che home non era solo quella della videata.



Problema rilevato

3 su 6 dei testers hanno compreso con difficoltà che sotto la hero section ci sarebbero stati altri contenuti da fruire.

Potenziali soluzioni

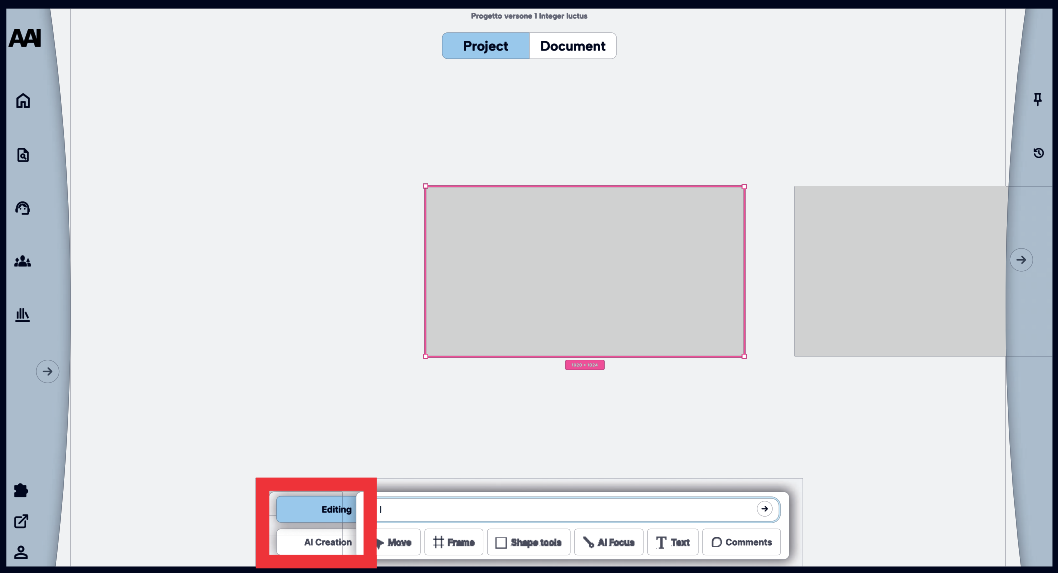
Spostare più in alto i contenuti delle features di modo da far inturne la presenza oppure inserire una freccia al centro, sotto la text area, con la medesima funzione.

7.3.2 Pagina progetto

POSIZIONE TROPPO NASCOSTA

Una volta che gli utenti sono entrati nella pagina progetto poi, quasi tutti hanno speso la maggior parte del tempo in un momento di acclimatamento in cui comprendere come orientarsi e le relative funzioni principali dell'interfaccia.

5 su 6 dei testers, anche dopo aver trovato il bottone di Ai creation, hanno espesso insofferenza per la posizione, aspettandoselo anzi nella posizione di editing. Anche se in ritardo ad ogni modo, tutti i testers sono riusciti a comprendere dove trovare il bottone.



Problema rilevato

5 su 6 dei testers hanno impiegato diversi minuti a comprendere come accedere ai contenuti Ai indicando che la posizione del bottone Ai creation non è istintiva.

Potenziali soluzioni

Spostare più in altoil bottone dell'Ai creation e potenzialmete invertendolo con quello di editing secondo la logica di quale fruirne prima.

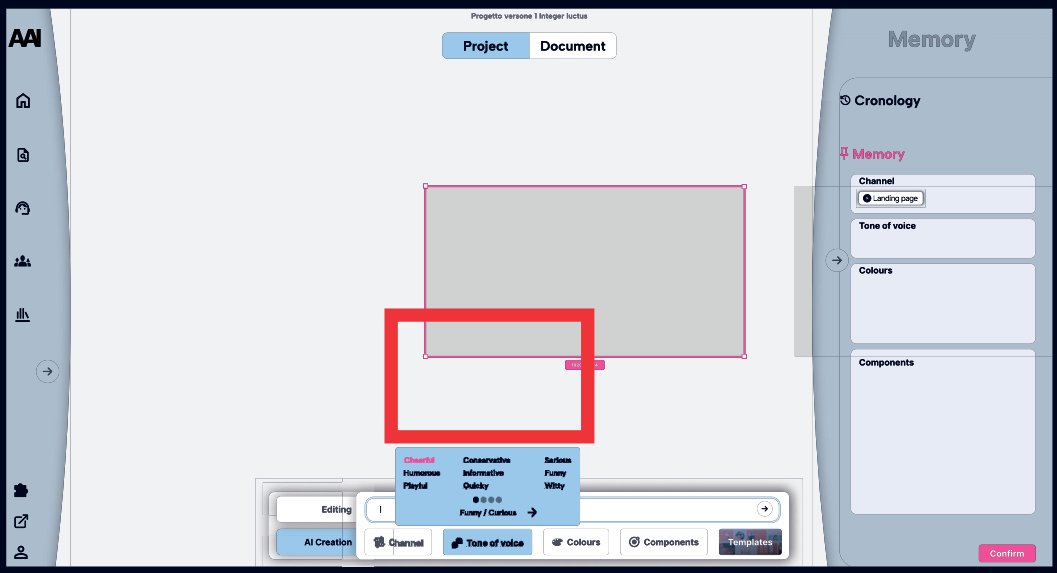
7.3.3 Selezione dei filtri

FILTRO DI SUCCESSO

La funzione dei filtri, tra tutte quelle sperimentate, è stata quella più **apprezzata e ritenuta istintiva** anche se quella con più azioni e possibilità di scelta. A causa forse anche dei limini del prototipo, però c'è stata insofferenza da parte dei partecipanti all'idea che questi sistemi di filtri potessero essere interdipendenti e volontari in base alle necessità del fruitore.

SUGGERIMENTI DI ULTERIORE SVILUPPO

Al termine poi del testing, quando si sono chieste le domande potenti 3 su 6 dei partecipanti hanno suggerito opzioni di **anteprima all'hovering** per far meglio comprendere le possibilità del tag e non creare frustrazione. E' da sottolineare tuttavia che questo è il loro giudizio personale mentre loro personalmente sono stati in grado di comprenderne lo svolgimento senza alcun minimo di difficoltà.



Problema rilevato

6 su 6 dei testers hanno fruito correttamente del processo senza rischio di errori.

Potenziali soluzioni

Per ottimizzare ulteriormene la fruizione, i testers al termine hanno suggerito di valutare se inserire una videata di anteprima di esempio applicativo del tag.

7.3.4 Copychecker

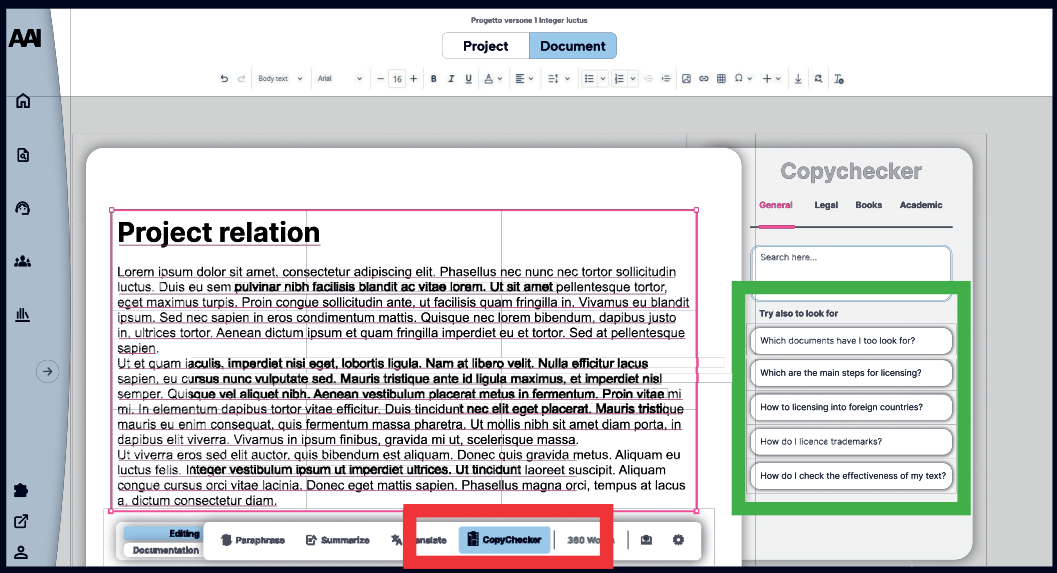
FUNZIONE COPYCHECKER CHIARA

Una volta finito il processo di generazione tramite Ai, è stato poi chiesto ai 6 testers di provare a fruire anche della pagina documento, in particolare della funzione di counceling sul copyright chiamata Copychecker.

POTENZIALE INCOMPRENSIONE

Mediamente tutti sono riusciti a comprendere senza problemi le funzionalità, si è però verificato un problema con uno dei 3 testers che non ha fruito della homepage. Questa persona infatti, essendosi persa le informative sulla funzionalità del servizio, non ha saputo attribuire il significato di copyright al termine della CTA. Una volta all'interno tuttavia, la debolezza è stata subito risolta leggendo le domande più comuni suggerite dal servizio.

Questo ha permesso di comprendere che se la fruizione in itinere non ha problemi, ulteriori e più chiari messaggi potrebbero essere dati in fase informativa nelle pagine antecedenti il login.



Problema rilevato

6 su 6 dei testers hanno fruito correttamente del processo senza rischio di errori.
1 su 6 dei testers ha però avuto forti dubbi sul comprendere cosa è la funzione.

Potenziali soluzioni

Rendere più efficacie il sottotitolo nella hero section e/o palesare più direttamente la funzione della CTA prima dell'azione di controllo del copyright.

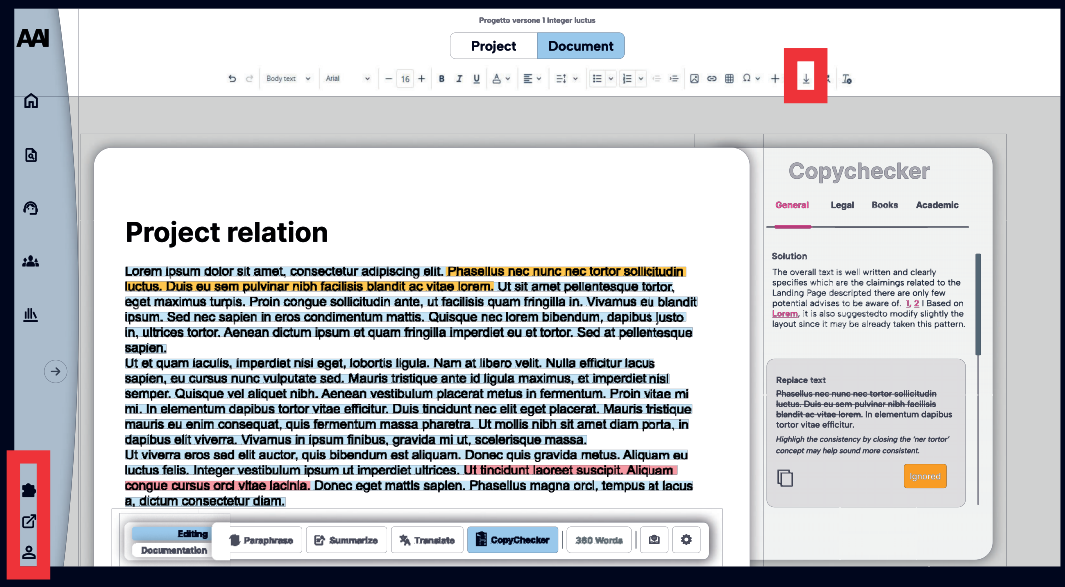
7.3.5 Funzione di export

SCENARIO D'USO

Quando si è poi arrivati al termine della generazione e del controllo sul copyright, si è quindi presentato ai testers il seguente **scenario 'pseudo-realistico'** da quanto emerso dalle interviste: "ora che hai completato il flow d'uso, hai però necessità di integrare i isultati generati dall'Ai nel tuo progetto di modo da non dover rifare il lavoro, come puoi fare per esportare il tutto?".

IL PULSANTE INVISIBILE

Da quanto emerso solo una dei 6 partecipanti vi è arrivata direttamete e senza intoppi mentre **altri 3 hanno confuso** il bottono di download del solo testo per l'export complessivo. Uno in particolare poi ha spiegato che normalmente si aspetta di trovarsi quest'opzione in alto a destra e mai avrebbe pensato di guardare nella direzione opposta.



Problema rilevato

5 su 6 dei partecipanti, non sono riusciti a comprendere che export e plug-ins erano associati.
3 su 6 dei testers hanno pensato che il download del testo fosse l'opzione di export.

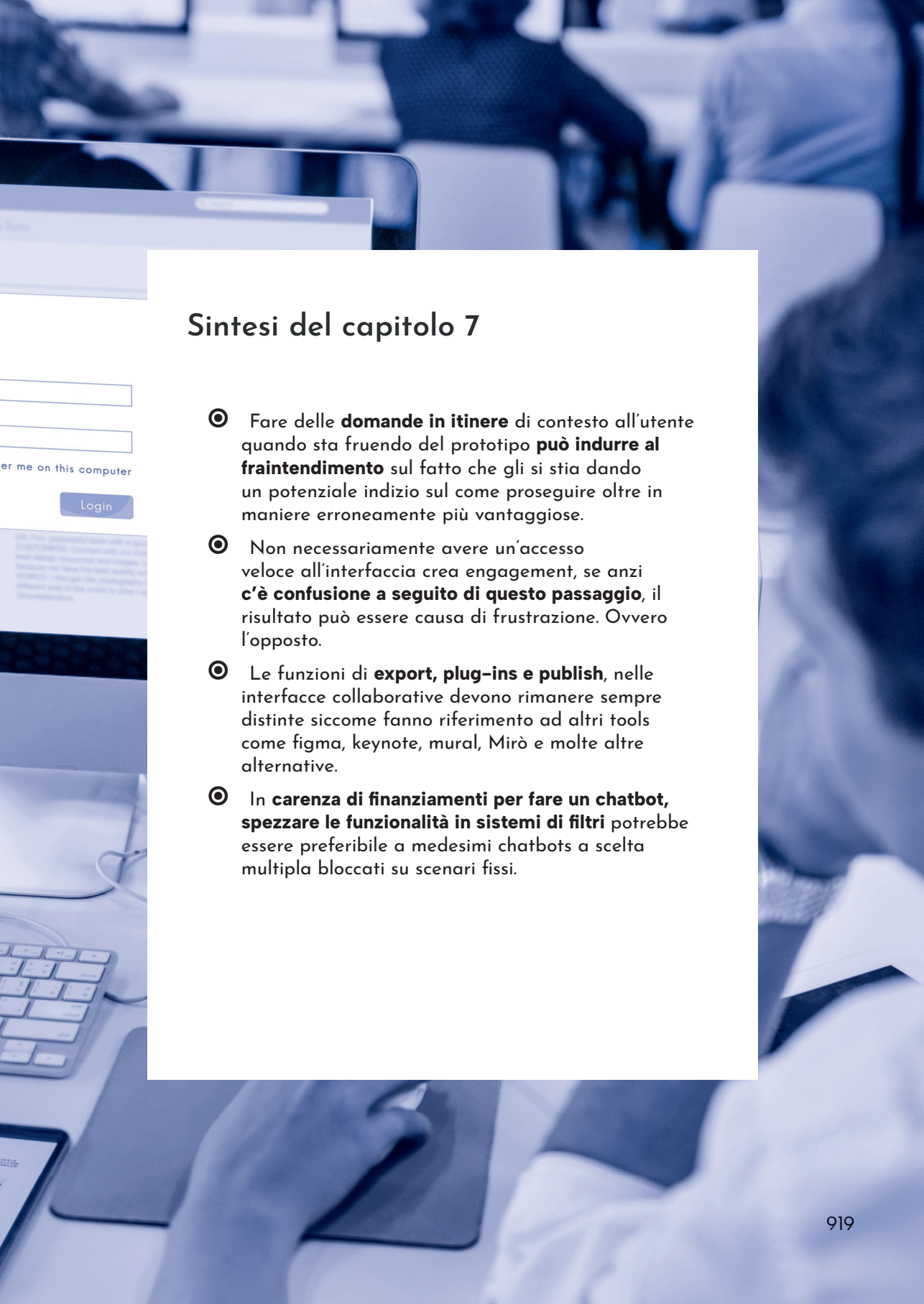
Potenziali soluzioni

Rendere più efficacie il sottotitolo nella hero section e/o palesare più direttamente la funzione della CTA prima dell'azione di controllo del copyright.

Protipazione Ai

Prototipare l'Ai deve necessariamente includere dei loop systems.

Quando si prototipa per delle sperimentazioni d'uso dell'Ai è normale considerare che l'azione non riesca al primo colpo, questo però comporta la necessità di maggiore realismo e consistenza sull'output generato che deve essere flessibile a più alternative.



Sintesi del capitolo 7

- Fare delle **domande in itinere** di contesto all'utente quando sta fruendo del prototipo **può indurre al fraintendimento** sul fatto che gli si stia dando un potenziale indizio sul come proseguire oltre in maniere erroneamente più vantaggiose.
- Non necessariamente avere un'accesso veloce all'interfaccia crea engagement, se anzi **c'è confusione a seguito di questo passaggio**, il risultato può essere causa di frustrazione. Ovvero l'opposto.
- Le funzioni di **export, plug–ins e publish**, nelle interfacce collaborative devono rimanere sempre distinte siccome fanno riferimento ad altri tools come figma, keynote, mural, Mirò e molte altre alternative.
- In **carenza di finanziamenti per fare un chatbot, spezzare le funzionalità in sistemi di filtri** potrebbe essere preferibile a medesimi chatbots a scelta multipla bloccati su scenari fissi.

Capitolo 8

Riflessioni

Il percorso svolto

Necessità del progetto Ai

I prossimi steps suggeriti

Le potenzialità successive

Capitolo 8:
Riflessioni

8.1 Punto di partenza.

RICERCA INIZIALE

Nel progetto si è partiti da zero nel conoscere e definire quello che è l'intelligenza artificiale nel 2024/2025.

Si è partiti innanzitutto dall'osservare quella che è la percezione teorica e generale del settore attraverso l'analisi desk e la rapida evoluzione dell'Ai nell'ultimo decennio. Compresa la natura mutevole del paradigma tecnologico e culturale Ai (che porta lo strumento a inserirsi in quasi tutte le branche della conoscenza umana), si è poi osservato con il dialogo come questo venisse percepito dai designers fruitori. Nelle interviste clienti in Italia, si sono quindi osservati pregiudizi e desideri dei designers, mettendoli solo dopo a confronto con l'opinione degli esperti internazionali che hanno autorevolezza in altre nazioni, in cui l'Ai è più consolidata come USA, India o altri paesi europei.

NECESSITÀ DEL WORKSHOP

Appreso tutto ciò, però, è ancora rimasto difficile comprendere quali potessero essere le interazioni nel pratico che i designers adottano nell'interagire con questi strumenti che sentono così lontani ma vicini a loro.

Nel workshop successivo quindi, si è scoperto che **l'intelligenza artificiale si desidera che abbia una duplice funzionalità**: da ul lato un'approccio etico e consistente, ma dall'altro che l'Ai sia uno strumento senza emozioni che possa fare il lavoro al posto nostro.

STATO DI FATTO DEL CONTESTO PRIMA DEL PROGETTO

Al termine di questa ricerca ci si è quindi trovati davanti a uno scenario, come spiega Federico Anastasi, estremamente frammentato in cui le Big Tech come Meta, Google, OpenAi e molti altri ogni 2 settimane propongono cambi di paradigma e i governi che hanno bisogno minio di anni per adattarsi a dei cambiamenti minimi anche in Europa dove i diritti a riguardo sono più sviluppati.

IL RUOLO DEL DESIGNER

Terminato il workshop e definita la design challenge si è quindi compreso un'aspetto fondamentale delle sfide del presente di questo settore: l'importanza del ruolo di figure di mediazione alla comunicazione come i designers sono essenziali per adottare approci etici nel campo dell'Ai. Queste stesse figure di comunicazione e mediazione, sono però spinte anche verso un'altra sfida che impedisce l'approccio più etico che il mondo richiede: la competizione del mercato è sfrenata e se non vi si sta al passo, si rischia il fallimento senza poter contribuire ne sul piano funzionale ne etico. Un esempio iconico a tal riguardo è la competizione tra Deepseek e OpenAI nel garantire più privilegi agli utenti che però al tempo stesso si tramutano in più costi energetici per generazione da parte delle imprese per ricavare più utenti.

8.2 Necessità di avere un servizio Ai e Soluzioni dell'user testing.

NASCITA DEL BISOGNO

In questo scenario nasce quindi la necessità di un progetto etico in cui **il designer per primo possa adottare pratiche etiche nell'uso dell'Ai** e possa quindi **diventare un esempio positivo anche per tutti gli altri** e fare da ponte culturale anche grazie all'Ai da cui il nome 'Ai Bridge' della tesi.

CONTESTO DELLA DESIGN CHALLENGE

Progettare AI per il design non è però ne semplice ne scontato. **Il design è un settore transdisciplinare** che **a sua volta media tutto ciò che l'Ai stessa non riesce a risolvere** (ad esempio la comunicazione interprersonale, verbale, socio-antropologica, di empatia grafica, etc). Il proggetto di tesi Ai Bridge a questo punto si trova davanti una nuova sfida: rispettare le necessità del designer, i suoi tempi e la sua volontà di non essere sostituito; ma al tempo stesso fornigli uno strumento che non lo emancipi socialmente dal ruolo che gli è richiesto nella società in quanto mediatore di saperi. A tal riguardo infatti, l'obiettivo del progetto è stato sin dall'inzio creare un'Ai che eviti il sovraccarico cognitivo del designer ma al tempo stesso non rischi di sostituire o promuovere pratiche eticamente scorrette come il non studiare la terminologia tecnica del settore.

Compresigli aspetti etici e culturali in cui il progetto è demandato dal contesto a muoversi, si sono poi delineate le funzionalità. Per questo problema si è però notato che già molte intelligenze artificiali sono state proposte per il design ma molto spesso vengono considerate inefficaci

siccome focalizzate su singoli dettagli come scelta del colore, forma, icone, generazione di singole pagine e/o chatbots che non riesco a cogliere le sfumature che il progettista richiede.

RISPOSTA AL PROBLEMA

Per rispondere a questa problematica funzionale si è quindi pensato che la soluzione fosse **spezzare il problema in parti più semplici** che anche delle attività senza possibilità di grande finanziamento, come quelle che potrebbe avere OpenAI, potrebbero perseguire. Si è deciso quindi di non porre al centro del servizio un chatbots ma anzi dividere le sue funzioalità in sistemi di filtri coerenti in modo tale che l'utente possa generare le informazioni con dei classici bottoni. In questo modo anche chi non si fida dell'Ai può usufruirne come un normale strumento professionale mentre i più esperti e appasionati, comprendendone il funzonamento profondo possono ottenere anche dei risultati sopra la media.

APPLICAZIONE DELL'IDEA PROGETTUALE

Seguendo questa idea progettuale, **il designer quindi può sfruttare la terminologia appresa dal suo stesso settore per attivare i percorsi neuronali dell'Ai più diretti** e rapidi alle sue necessità grazie a ciò che il termine rappresenta. Da un'altro punto di vista, questa soluzione comporta un duplice vantaggio: da un lato l'azienda si stima spenda di meno per sessione di generazioni siccome l'utente ottiene il risultato in minori trials ma da un altro punto di vista il designer utente non si sente mortificato di vedersi portare via il proprio lavoro da una macchina. Comprense queste necessità si è quindi poi sviluttato il prototipo finale e la relativa visual identity per poi sviluppare lo user testing.

SUCCESSO DEL PROGETTO

Una volta definito il prototipo e aspetti correlati si è quindi osservato come dei designers, che normalmente fruiscono di piattaforme collaborative e conoscono i temrini tecnici per interagirvi, rispondono alle soluzioni offerte.

Malgrado la complessità data dal numero di input alternativi che si possono dare alla macchina, tutti i designers sono riusciti a risolvere le tasks principali progettate (il sistema di filtri per la generazione e il comando di copychecker). Si sono però riscontrati due problemi associati alle altre funzioni che il servizio offre. Si è notato che spingere l'utente a fruire direttamente dell'Ai prima di dargli informazioni può comportare forte confusione e difficoltà nel comprenderne il funzionamento mentre in fase di export, ulteriori studi hanno necessità di essere compiuti per comprendere esattamente il significato che i designers danno a plug-in, publish ed export.

I LIMITI DELLA RICERCA

Se infatti dalle inteviste dei designers clienti è stato chiesto a gran voce avere uno strumento che possa andare al passo con il proprio progetto e i propri conteuti, ulteriori ricerche hanno necessità di essere svolte per comprendere esattamente in che modo le interazioni con l'Ai possono adattarsi al di fuori delle sole piattaforme online.

A differenza della piattaforma infatti, compiere azioni di import/export, pensare plug-ins per altri softwares e pubblicare dei progetti, ha necessità di un'altro elemento che non è rilevante considerare per una piattaforma / app.

A seconda del software e del tipo di interfaccia infatti,

gli utenti possono acquisire comportamenti e pratiche differenti ma in ogni caso perfezionate nel tempo per essere meno dispendiose di risorse. In questo contesto, un plug-in con le dinamiche e lo standard della propria piattaforma immerso in ambienti che non sono i suoi potrebbe risultare disturbante se non poco efficace.

LA COMPLESSITÀ DIETRO L'EXPORT.

Per quanto riguarda strettamente gli export invece, gli utenti testers hanno avuto difficoltà anche solo a immaginare come questo step si possa compiere. Questo feedback da parte degli user testing suggerisce che anche solo una parte ha già usato tools di generazione Ai, quasi nessuno ha avuto necessità di esportarli. Ulteriori studi e ricerche riguardo a questo punto potrebbero quindi meglio far comprendere le dinamiche uomo-macchina non solo all'interno di piattaforme web ma aprire anche possibilità a soluzioni per il settore Vision (sensoristica per interagire con il mondo reale).

8.3 Sviluppi del progetto

CORREZIONI CONSIGLIATE

A seguito delle conclusioni tratte dal termine dell'user testing, si trae quindi una lista di ponteziali correzioni che nel breve termine, se si continuasse il progetto, potrebbero essere usate per implementarne ulteriormente l'efficacia:

- Incentivare la fruizione della homepage prima di accedere all'Ai tramite hero section.
- Sostituire lo scenario di editing con quello di Ai creation all'interno della pagina progetto.
- Aggiungere hovering alla sezione filtri (eventualmete).
- Cambiare il termine di 'copychecker' nella relativa CTA in qualcosa di più diretto.
- Cambiare il sottotitolo della hero section nelle funzioni esplicite del servizio (generazione e copyright).
- Eliminare la funzione di download del testo e/o correggere la coerenza e standard per la funzione di export.

I LIMITI DELLA RICERCA

Va però ricordato che le funzionalità sviluppate durante questo progetto rimangono a livello di UX/interaction design e se applicate a contesti di mercato, ulteriori studi dovrebbero essere compiuti sulle esatte metodologie di transizione dei valori (a livello di machine learning) dei contenuti generati tra l'uno e l'altro filtro. Nel caso si dovesse continuare ulteriormente lo sviluppo dell'idea, inoltre, si consiglia di sviluppare e consolidare a livello di UX research anche la componente di plug–ins/ export in quando centri dei suoi pain points e dell'interazione che l'utente normalmente svolge.

8.4 Conclusione

In conclusione quindi, il progetto di tesi sviluppato in questa ricerca esplorativa ha permesso di comprendere quali sono le principali necessità che i designers hanno nel relazionarsi con l'intelligenza artificiale, in che modo questo può avvenire e quali possono essere gli esempi pratici con cui ottenere le conseguenti soluzioni.

DIFFICOLTÀ DEL PRESENTE.

Il progetto finale in tal senso si mostra come un'esempio pratico di quelle che possono essere alcune delle potenziali solzuioni, a differenza di quelle che si possono trovare su internet (Sitch, Lovable, Relume, Uizard, etc.), tuttavia, ha due vantaggi ulteriori:

- Inclusione anziché sostituzione della performance dell'Ai.
- Maggiore efficienza stimata dei chatbots nel raggiungere il risultato richiesto dall'utente per numero di reiterazioni.

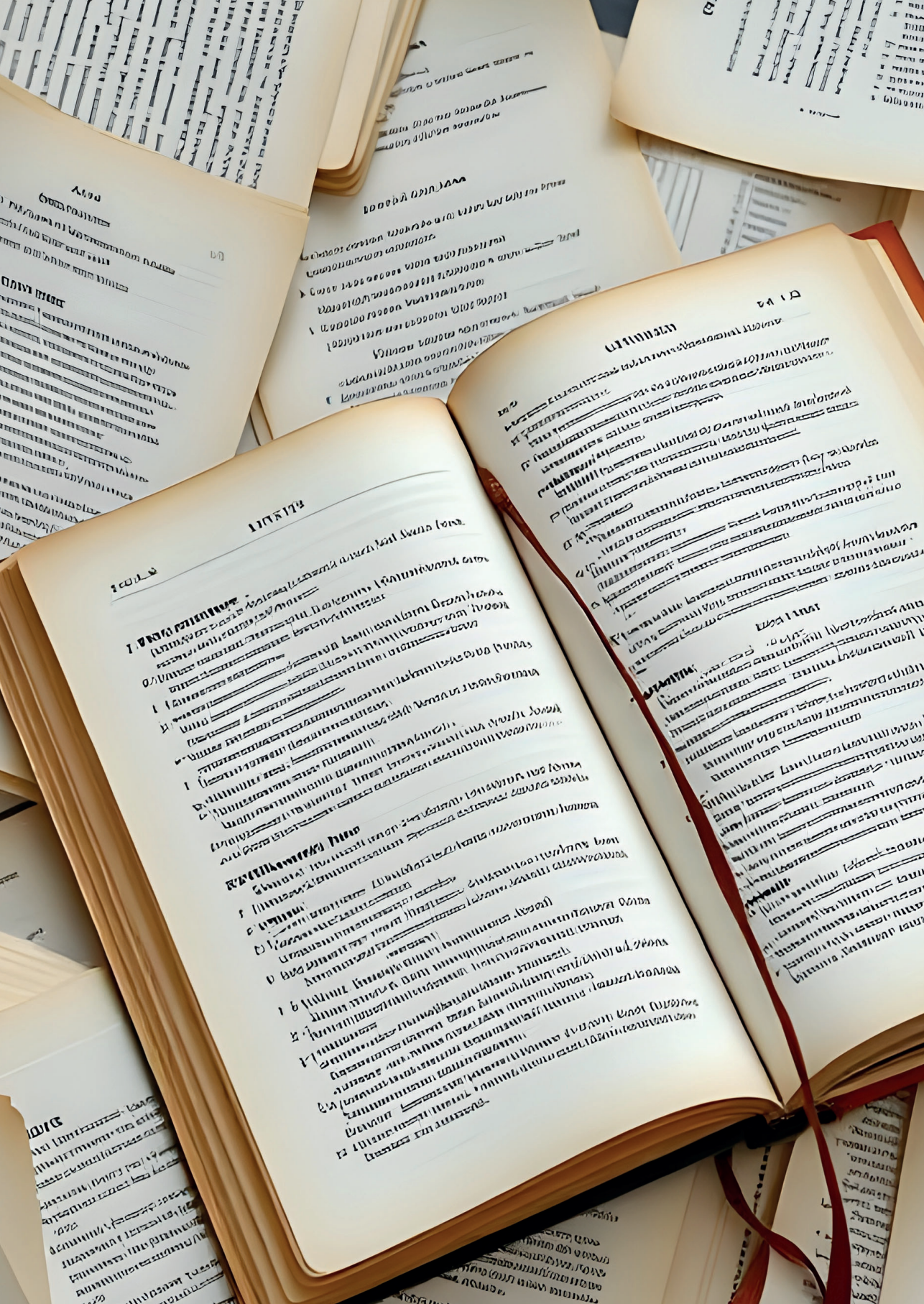
In senso più lato poi, il progetto esplorativo di tesi del settore Ai ha permesso di comprendere che l'ambitente dell'intelligenza artificiale ha un elevato grado di informazioni apparentemente inesplorate per le discipline di Design del Politecnico di Torino.

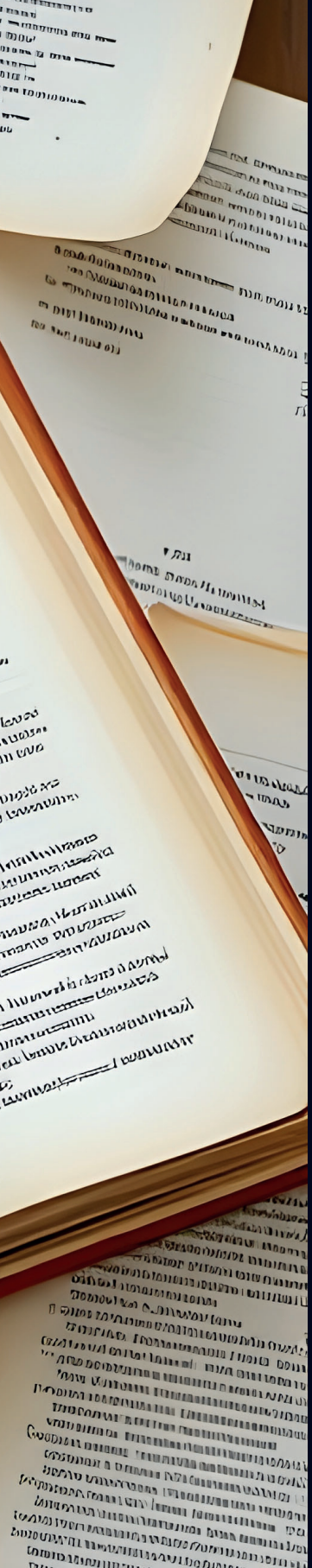
Protipazione Ai

E’ responsabilità del designer indagare su come dialogare con l’Ai per evitare ulteriori disagi sociali.

Sintesi del capitolo 8

- Il designer ha due desideri verso l'intelligenza artificiale: che rimanga uno strumento e che sia consistentemente creativa nel fornire i dati ma senza rubargli il lavoro.
- E' **innazitutto responsabilità del designer**, in quanto 'mediatore di saperi' e 'al centro' delle discipline, trovare un modo per dare l'esempio nell'uso etico dell'intelligenza artificiale.
- Le funzioni di **plug–ins ed export** non possono essere trattate come tutte le altre funzioni core in quanto **bisognose prima di maggiori dati** sul campo a livello di **UX Research**.
- La tesi ha l'obiettivo di presentare un modo per **interconnettere anziché sostituire** le discipline di cui normalmente l'Ai ne ha la funzionalità.





Riferimenti bibliografici

Siti di riferimento.

Bibliografia.

Riferimenti bibliografici

Sitografia

1. Ravenscroft, T., & Ravenscroft, T. (2023, November 20). If designers don't embrace AI the world "will be designed without them" says AirBnb founder. Dezeen. https://www.dezeen.com/2023/11/20/airbnb-founder-brian-chesky-artificial-intelligence-interview/
2. What is the history of artificial intelligence (AI)? (n.d.-b). Tableau. https://www.tableau.com/data-insights/ai/history
3. Haritonova, A., & Haritonova, A. (2023, July 11). Generative AI Market Map: State, Trends, & Apps [Infographic]. PixelPlex. https://pixelplex.io/blog/generative-ai-market-map/
4. Research, S. D. C. M. (2024, June 1). Artificial Intelligence (AI) market Will Grow at a CAGR of 37.90% from 2024 to 2031. Cognitive Market Research. https://www.cognitivemarketresearch.com/artificial-intelligence-ai-market-report
5. OpenAI revenue, valuation & growth rate. (n.d.). Sacra. https://sacra.com/c/openai/
6. Statista. (n.d.). Artificial Intelligence - Global | Statista Market Forecast. https://www.statista.com/outlook/tmo/artificial-intelligence/worldwide#market-size

7. Data on notable AI models. (2024b, June 19). Epoch AI. https://epoch.ai/data/notable-ai-models#explore-the-data
8. Daiki – EU AI Act Compliance. (n.d.). Daiki. https://dai.ki/eu-ai-act/
9. AI Ethics Part One: Navigating Pressures for Responsible AI. (2025, January 21). Alvarez & Marsal | Management Consulting | Professional Services. https://www.alvarezandmarsal.com/insights/ai-ethics-part-one-navigating-pressures-responsible-ai
10. Karathanasis, T. C. a. T. (2024, March 9). Tools for navigating the EU AI Act: (2) Visualisation Pyramid – MIAI. MIAI. https://ai-regulation.com/visualisation-pyramid/
11. Preparing for the EU AI Act: A C-Suite Action Plan – EU AI Act. (n.d.). https://www.euaiact.com/blog/c-suite-action-plan-preparing-for-eu-ai-act
12. Rhite – Leading the way to Trustworthy AI. (n.d.). https://rhite.tech/en/
13. Thompson, A. (2021, March 2). China's 'Sharp Eyes' program aims to surveil 100% of public space. Center for Security and Emerging Technology. https://cset.georgetown.edu/article/chinas-sharp-eyes-program-aims-to-surveil-100-of-public-space/
14. There's an AI for that® – browse AI tools for any task. (n.d.). There's an AI for That. https://theresanaiforthat.com/
15. Basheer, S. (2025, April 14). 100 Practical applications and use cases of Generative AI. Dubai Future Foundation. https://www.dubaifuture.ae/reports/100-practical-applications-and-use-cases-of-generative-ai/
16. Toschi, A. M. L. (2022, September 2). Blockchain e

Intelligenza Artificiale – La corsa all'oro nella validazione dei dati. AI4Business. https://www.ai4business.it/intelligenza-artificiale/blockchain-intelligenza-artificiale/

17. SingularityNET - next generation of decentralized AI - SingularityNET - next generation of decentralized AI. (2024, December 19). SingularityNET - Next Generation of Decentralized AI. https://singularitynet.io/
18. Frontier AI LLMs, assistants, agents, services | Mistral AI. (n.d.). https://mistral.ai/
19. Humble, J. (2023, June 23). What is the Double Diamond Design Process? The Fountain Institute. https://www.thefountaininstitute.com/blog/what-is-the-double-diamond-design-process
20. Gibbons, S. (2024, April 23). Design Thinking 101. Nielsen Norman Group. https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/
21. Design Council. (n.d.). History of the Double Diamond - Design Council. https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/history-of-the-double-diamond/
22. Contributori di Wikipedia. (2024, March 24). Double Diamond. Wikipedia. https://it.wikipedia.org/wiki/Double_Diamond
23. Tools | Service Design tools. (n.d.). https://servicedesigntools.org/tools
24. Damgaard, S. (2024, August 9). The AI-powered 'Stingray' model for innovation. BOI (Board of Innovation). https://www.boardofinnovation.com/blog/the-ai-powered-stingray-model-innovation/
25. I divari territoriali nel PNRR: dieci obiettivi per il Mezzogiorno. (n.d.). https://www.istat.it/comunicato-stampa/i-divari-territoriali-nel-pnrr-dieci-obiet-

tivi-per-il-mezzogiorno/

26. Rosala, M. (2024, November 11). How many participants for a UX interview? Nielsen Norman Group. https://www.nngroup.com/articles/interview-sample-size/

27. Elenco dei professionisti/e del design di Torino e Piemonte. (n.d.). TorinoDesign.info. https://torinodesign.info/

28. WIPO – World Intellectual Property Organization. (n.d.). WIPO – World Intellectual Property Organization. https://www.wipo.int/portal/en/index.html

29. Nagel, W. (2020, November 18). Multiscreen UX Design – Wolfram Nagel – Medium. Medium. https://wolframnagel.medium.com/multiscreen-ux-design-3e17d1f0731

30. The disciplines of User Experience design. (n.d.). Visual.ly. https://visual.ly/community/Infographics/computers/disciplines-user-experience-design

31. Creative lives in progress. (n.d.). Creative Lives in Progress. https://creativelivesinprogress.com/

32. Dream Canvas Creations LLC. (n.d.). Press & media coverage | Dream Canvas Creations. Dream Canvas Creatio. https://www.dreamcanvascreations.com/press

33. Maribeth Woodford. (n.d.). Pixieset. https://aicc.pixieset.com/maribethwoodford/

34. Karjalainen, A. (2024, November 27). How Enterprise AI agents work – Cognitive Architecture explained | Sema4.ai. Medium. https://medium.com/sema4-ai/whats-inside-an-enterprise-ai-agent-1394fad33c1e

35. Poduska, J. (2023, September 15). LLM Monitoring and Observability — A summary of techniques and

approaches for responsible AI. Medium. https://medium.com/data-science/llm-monitoring-and-observability-c28121e75c2f

36. AI meets Design Toolkit. (n.d.). Gumroad. https://aixdesign.gumroad.com/l/toolkit

37. Sharma, H. (2023, June 10). Custom chatbot for websites using LangChain, Azure OpenAI API, FAISS. Medium. https://blog.gopenai.com/custom-chatbot-for-websites-using-langchain-azure-openai-api-faiss-6b9b00240c15

38. Computerphile. (2025, January 28). DeepSeek is a Game Changer for AI - Computerphile [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=-gY4Z-9QlZ64

39. Pernice, K., & Rosala, M. (2024, February 29). User interviews 101. Nielsen Norman Group. https://www.nngroup.com/articles/user-interviews/

40. Thinkscape Technology — Thinkscape. (n.d.). Thinkscape. https://www.thinkscape.ai/thinkscape-technology

41. UNANIMOUS AI - We amplify intelligence. (2021, November 9). UNANIMOUS AI. https://unanimous.ai/

Bibliografia

1. Spallazzo, D. (2021, May 24). Machine learning for designers. Enable designers to merge users' needs with machine learning capabilities in the idea generation and problem framing phases. https://hdl.handle.net/10589/173637
2. Turing, A. M. (1950). Computing Machinery and Intelligence. Mind, 49–49, 433–460. https://redirect.cs.umbc.edu/courses/471/papers/turing.pdf
3. Miller, G. J. (2022). Stakeholder roles in artificial intelligence projects. Project Leadership and Society, 3, 100068. https://doi.org/10.1016/j.plas.2022.100068
4. G Voss, W. G. (2020). Cross-Border data flows, the GDPR, and data governance. In Washington International Law Journal (Vol. 29, Issue 3) [Journal-article]. https://digitalcommons.law.uw.edu/wilj/vol29/iss3/7
5. Zhang, S., Meng, Z., Chen, B., Xia, Y., & Zhao, X. (2021). Motivation, social emotion, and the acceptance of artificial intelligence Virtual Assistants—Trust-Based Mediating effects. Frontiers in Psychology, 12. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.728495
6. Shang, R., Hsieh, G., & Shah, C. (2024, July 25). Trusting your AI agent Emotionally and cognitively: Development and validation of a semantic differential scale for AI trust. arXiv.org. https://arxiv.org/abs/2408.05354v1
7. Gao, D. K., Haverly, A., Mittal, S., Wu, J., & Chen, J. (2024). AI Ethics. International Journal of Business Analytics, 11(1), 1–19. https://doi.org/10.4018/ijban.338367
8. Esmaeilzadeh, H., Sampson, A., Ceze, L., University of Washington, & Microsoft Research. (2012). Neural acceleration for General-Purpose approximate programs. In Proceedings of the 45th Annual IEEE/ACM

International Symposium on Microarchitecture.

9. Philipsen, R., Brauner, P., Biermann, H., & Ziefle, M. (2022). I Am What I Am – Roles for Artificial Intelligence from the Users' Perspective. AHFE International. https://doi.org/10.54941/ahfe1001453
10. Wang, L., Liu, Z., Liu, A., & Tao, F. (2021). Artificial intelligence in product lifecycle management. The International Journal of Advanced Manufacturing Technology, 114(3–4), 771–796. https://doi.org/10.1007/s00170-021-06882-1
11. Xu, Y., Liu, X., Cao, X., Huang, C., Liu, E., Qian, S., Liu, X., Wu, Y., Dong, F., Qiu, C., Qiu, J., Hua, K., Su, W., Wu, J., Xu, H., Han, Y., Fu, C., Yin, Z., Liu, M., . . . Zhang, J. (2021). Artificial intelligence: A powerful paradigm for scientific research. The Innovation, 2(4), 100179. https://doi.org/10.1016/j.xinn.2021.100179
12. Cautela, C., Mortati, M., Dell'Era, C., & Gastaldi, L. (2019). The impact of Artificial Intelligence on Design Thinking practice: Insights from the Ecosystem of Startups. Strategic Design Research Journal, 12(1). https://doi.org/10.4013/sdrj.2019.121.08
13. Wang, M., & Pan, X. (2022). Drivers of artificial intelligence and their effects on supply chain resilience and performance: An Empirical analysis on an emerging market. Sustainability, 14(24), 16836. https://doi.org/10.3390/su142416836
14. Böttcher, T., Weber, M., Weking, J., & Krcmar, H. (2022). Value drivers of artificial intelligence. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/360335863_Value_Drivers_of_Artificial_Intelligence
15. Duncan, M. C., Miller, M. E., & Borghetti, B. J. (2023). Analysis and Requirement Generation for Defense Intelligence Search: Addressing Data Overload through Human–AI Agent System Design for Am-

bient Awareness. Systems, 11(12), 561. https://doi.org/10.3390/systems11120561

16. Applied imagination; principles and procedures of creative thinking : Osborn, Alex F. (Alex Faickney) Internet Archive. (1953). Internet Archive. https://archive.org/details/appliedimaginati00osborich/page/n13/mode/2up
17. Groeger, L., & Schweitzer, J. (2014). Transformational leadership, design thinking and the innovative organization. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/279853991_Transformational_leadership_design_thinking_and_the_innovative_organization
18. Sturabotti, D., Surace, R., Lanzillo, E., Zurlo, F., Cautela, C., Galimberti, L., Andrea Morelli, Mariangela Campalani, Ilaria Donà, Valentina Latronico, Anna Barbara, Giorgia Burzio, Venere Ferraro, Ignazia Maria Alessandra Dal Piva, Carlo Branzaglia, Yara Cutolo, Andrea Jandoli, Lorenzo Bono, Federica Brumen, . . . Marco Tortoioli Ricci. (2024). I Quaderni di Symbola 2024. Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI.
19. Patterson, E., & Erturk, E. (2015). An Inquiry into Agile and Innovative User Experience (UX) Design. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/282673247_An_Inquiry_into_Agile_and_Innovative_User_Experience_UX_Design
20. Munari, B. (2024). Da cosa nasce cosa (35th ed., Vols. 1996–2024). Laterza.