



In collaborazione con



# UNIVERSITÀ DELLE TRE ETÀ

Anno Accademico 2025/2026



CULTURA

INFORMAZIONE

SVAGO



Roberto Brogi

## **Dietro l'Intelligenza Artificiale: la vita dei programmatori, gli algoritmi e l'impatto sulla nostra quotidianità**



Albatrós

Roberto Brogi  
**Dietro l'Intelligenza Artificiale:**  
la vita dei programmatori, gli algoritmi e  
l'impatto sulla nostra quotidianità



Albatrós

### **L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLA VITA DI TUTTI I GIORNI**

L'Intelligenza Artificiale è ampiamente utilizzata nelle principali piattaforme social che usiamo praticamente tutti i giorni, per migliorare l'esperienza degli utenti e ottimizzare la gestione dei contenuti. Ecco alcuni esempi di come viene impiegata su diverse piattaforme:

**YouTube<sup>41</sup>:** utilizza AI per raccomandare contenuti, migliorare i video, migliorare la ricerca e la comprensione dei video, generare sottotitoli e traduzioni automatiche e creare teprime dei video. Questi algoritmi permettono di personalizzare l'esperienza utente e renderla più accessibile. Sfrutta l'AI per...

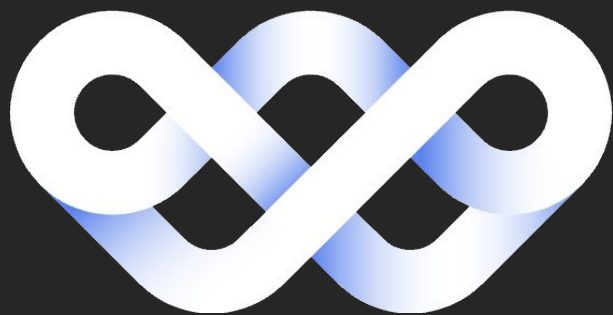




# Who in da house



**Roberto Brogi**  
Chief Technology Officer



PEOPLE FIRST



UNIVERSITÀ  
DI TORINO



tech\_specialist\_



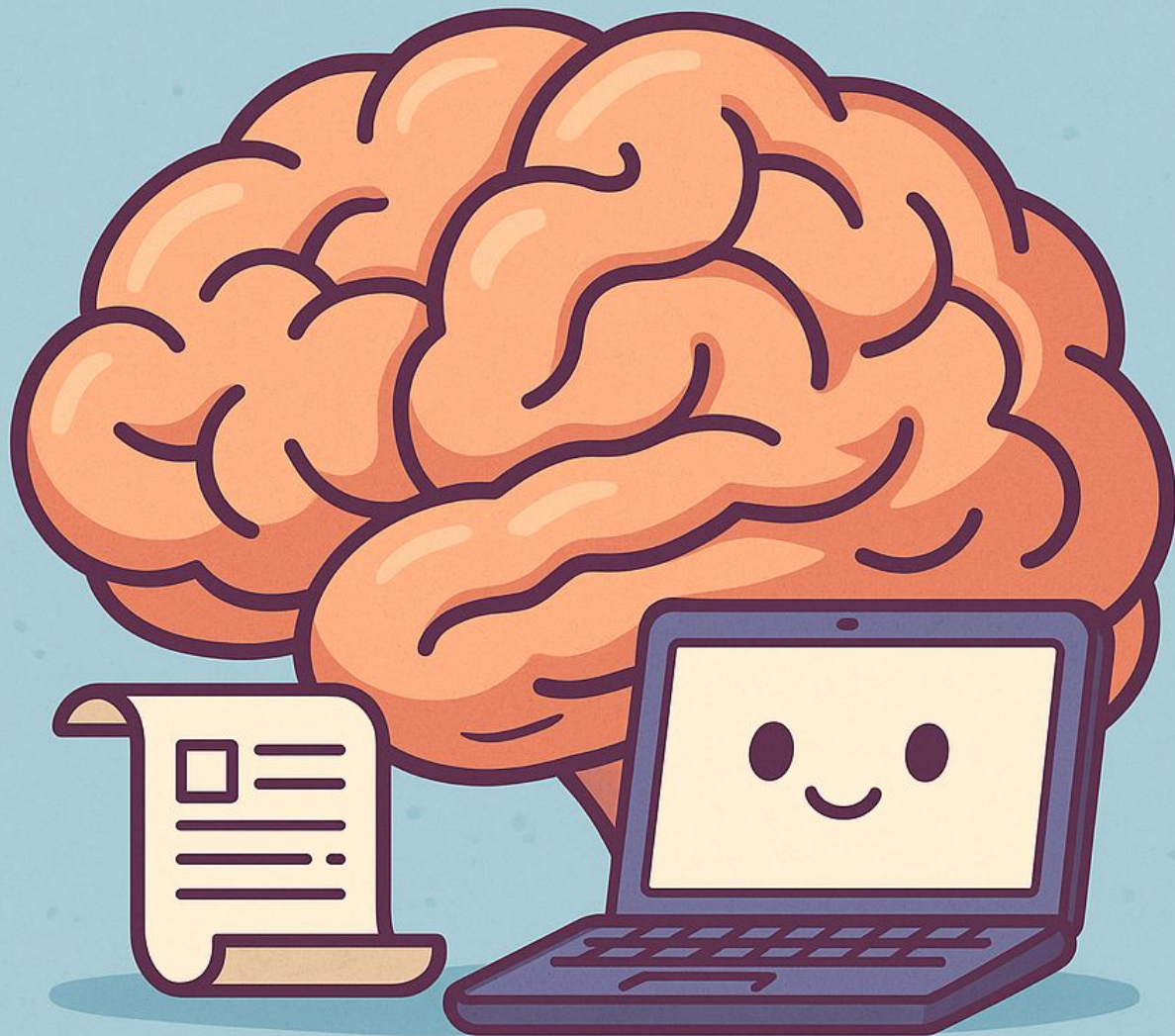
# L'idea del libro

Provare a spiegare le **app e  
le piattaforme digitali**

senza tecnicismi e capire  
perché l'AI fa così parlare in  
questo momento

Cos'è l'**Ai**





# Psico-Log.ia

## Di Cosa Parleremo

### Prima Parte

- Ai - Dove viene usata ieri e oggi
- Ai Family
- Differenze dei Modelli
- Agenti Intelligenti
- Deep Search

### Seconda Parte

- Identità e AI
- Effetti sulla socialità
- Meccanismi cognitivi e AI
- Dipendenza comportamentale
- Considerazioni etiche

# Studio OCSE

## **Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.**

Ha il compito di studiare e valutare le politiche del lavoro, della formazione e del welfare in Italia.

Misurare le capacità di literacy (comprendere testi), numeracy (usare numeri e informazioni matematiche) e problem solving in situazioni nuove.

32 Paesi/economie

Literacy (lettura e comprensione testi):

Italia  $\approx$  25<sup>a</sup> posizione su 32.

Numeracy (uso dei numeri):

Italia  $\approx$  28<sup>a</sup> posizione su 32.

Problem solving adattivo:

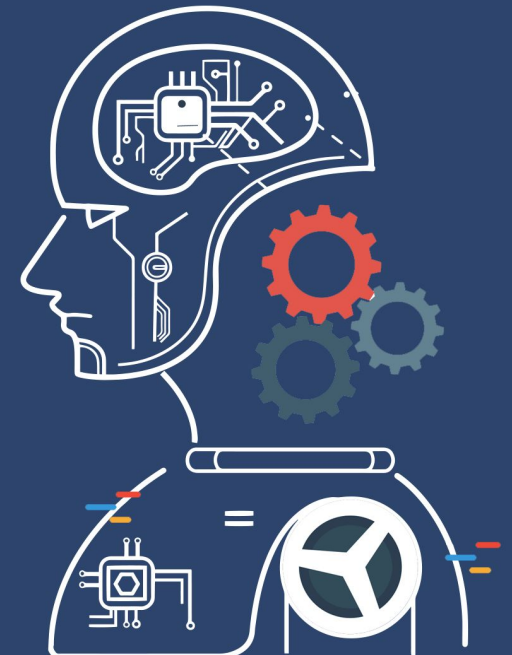
Italia  $\approx$  penultima (31<sup>a</sup> su 32).





# Definizione

L'**Intelligenza Artificiale (AI)** è definita come il processo attraverso cui macchine e sistemi informatici simulano i processi di intelligenza umana. Questa simulazione si realizza tramite la creazione e l'applicazione di **algoritmi** integrati in un ambiente di calcolo dinamico.



# Zio Bill

La prima regola di ogni tecnologia è che l'automazione applicata ad un'operazione efficiente ne **aumenterà l'efficienza**.

La seconda regola è che l'automazione applicata ad un'operazione inefficiente ne **aumenterà l'inefficienza**.



# Rivoluzione industriale

La rivoluzione portata dall'IA sarà 10 volte più grande di quella industriale e forse 10 volte più veloce.

potrebbe ridisegnare completamente le società, i mercati e le relazioni tra Stati, ma anche tra individui. E il rischio più grande, secondo Hassabis, non è l'apocalisse, bensì la **disuguaglianza**.



CEO - GOOGLE  
Demis Hassabis



# Rivoluzione industriale

Gli storici della tecnologia e i futurologi parlano spesso di **compressione temporale del progresso**.

Cambiamenti che un tempo richiedevano secoli oggi avvengono in pochi decenni, a volte persino in pochi anni.

**Sono bastati circa 6 mesi all'AI per stravolgere tutto**



## YouTube dove la usa?

CONTENUTI RACCOMANDATI

MODERAZIONE DEI CONTENUTI

RICERCA E COMPrensIONE DEI VIDEO

SOTTOTITOLI E TRADUZIONI AUTOMATICHE

GENERAZIONI DI ANTEPRIME

GENERAZIONI DEI SOTTOTITOLI



## Facebook dove la usa?

ALGORITMO DEL FEED DI NOTIZIE

RICONOSCIMENTO FACCIALE

TRADUZIONE LINGUISTICA

TARGETING DEGLI ANNUNCI

COMBATTERE DISCORSI D'ODIO E  
DISINFORMAZIONE

FUNZIONALITÀ DI ACCESSIBILITÀ





## Instagram dove la usa?

FEED E PAGINA ESPLORA

PUBBLICITÀ PERTINENTI

COMBATTERE IL BULLISMO E I COMMENTI  
INAPPROPRIATI

RICONOSCIMENTO E CLASSIFICAZIONE DELLE  
IMMAGINI

REELS CONSIGLIATI

RILEVAMENTO DELLO SPAM



## Tik Tok dove la usa?

LA PAGINA "PER TE" (FYP)

VIDEO EDITING E EFFETTI

SUONI CONSIGLIATI

MODERAZIONE DEI CONTENUTI

ANALISI TREND



# Tik Tok

## LinkedIn dove la usa?

CONSIGLI DI OFFERTE DI LAVORO

PERSONE CHE POTRESTI CONOSCERE

CONTENUTI DEL FEED

IDENTIFICAZIONE E TRACCIAMENTO DELLE  
COMPETENZE

SALES NAVIGATOR

RILEVAMENTO DELLO SPAM E DEI PROFILI NON  
AUTENTICI





Altri che la usano



SHEIN



NETFLIX



# Qli algoritmi

Sono progettati per **massimizzare il coinvolgimento** degli utenti perché il loro obiettivo principale è ottimizzare metriche di business come **il tempo speso su una piattaforma**, la probabilità di cliccare su un contenuto o l'acquisto di un prodotto.

## Modelli di Business

**Pubblicità:** Maggior tempo trascorso dagli utenti = più annunci visualizzati = più ricavi.

**Abbonamenti o acquisti:** Maggiore interazione con i contenuti = maggiore probabilità di conversione in acquisti o sottoscrizioni.

I recommendation system (Netflix, YouTube, TikTok, Amazon) sono costruiti per massimizzare l'interazione, aumentando la probabilità che l'utente continui a guardare, leggere o acquistare.



# Tracciamenti

## Metriche

**CTR (Click-Through Rate):** Percentuale di clic su un contenuto suggerito.

**Watch Time:** Tempo trascorso su un video/piattaforma.

**Retention Rate:** Percentuale di utenti che tornano a utilizzare il servizio.

**Conversion Rate:** Probabilità che un utente acquisti o sottoscriva un servizio.

**Session Duration:** Tempo totale trascorso sulla piattaforma in una singola sessione.

**Scroll Depth:** Quanto in profondità un utente scorre in una pagina o in un feed

ecc





# Tracciamenti

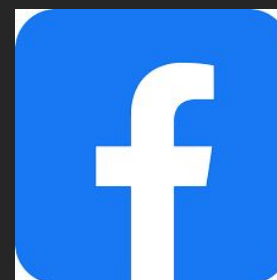
- Metriche di Engagement (Coinvolgimento)
- Metriche di Comportamento Utente (Mappa delle aree più cliccate o visualizzate)
- Metriche di Raccomandazione e Personalizzazione

## Metriche di Monetizzazione:

- Revenue Per User (RPU): Quanto un utente genera in termini di entrate per la piattaforma.
- Cost Per Click (CPC): Costo medio pagato dagli inserzionisti per ogni clic su un annuncio.
- Conversion Rate: Percentuale di utenti che compiono un'azione desiderata (acquisto, iscrizione).
- Customer Lifetime Value (CLV): Valore totale che un utente porta alla piattaforma nel tempo.
- Ad Impressions vs. Clicks: Quante volte un annuncio viene mostrato rispetto a quante volte viene cliccato.



App



∞ Meta





# Modello utente





# Il Tempo

La moneta del Social è il **tempo** perché le piattaforme digitali basano il loro modello economico sulla capacità di catturare e monetizzare l'attenzione degli utenti

più tempo trascorso sulla piattaforma = più annunci visti = più entrate per il social

Le piattaforme **competono** tra loro per catturare e **trattenere l'attenzione dell'utente** il più a lungo possibile.

Il tempo diventa un bene scarso e prezioso: più un social riesce a **monopolizzarlo**, meno spazio resta per la concorrenza (TV, libri, altre piattaforme e ovviamente vita reale).

Più tempo su una piattaforma = più dati raccolti sulle preferenze dell'utente, migliorando la personalizzazione dei contenuti e delle pubblicità.





# Come funziona l'Ai

**4 famiglie** principali dell'intelligenza artificiale che formano il pilastro delle tecnologie AI contemporanee.

**Elaborazione del Linguaggio Naturale (NLP):** L'NLP permette di interpretare, comprendere e generare linguaggio umano.

**Sistemi di Raccomandazione:** Questi sistemi analizzano i dati degli utenti per fornire suggerimenti personalizzati, migliorando l'esperienza utente.

**AI Predittiva:** identifica pattern e tendenze per fare previsioni su eventi futuri.

**AI Generativa:** Capace di ragionare e di creare contenuti nuovi e originali.

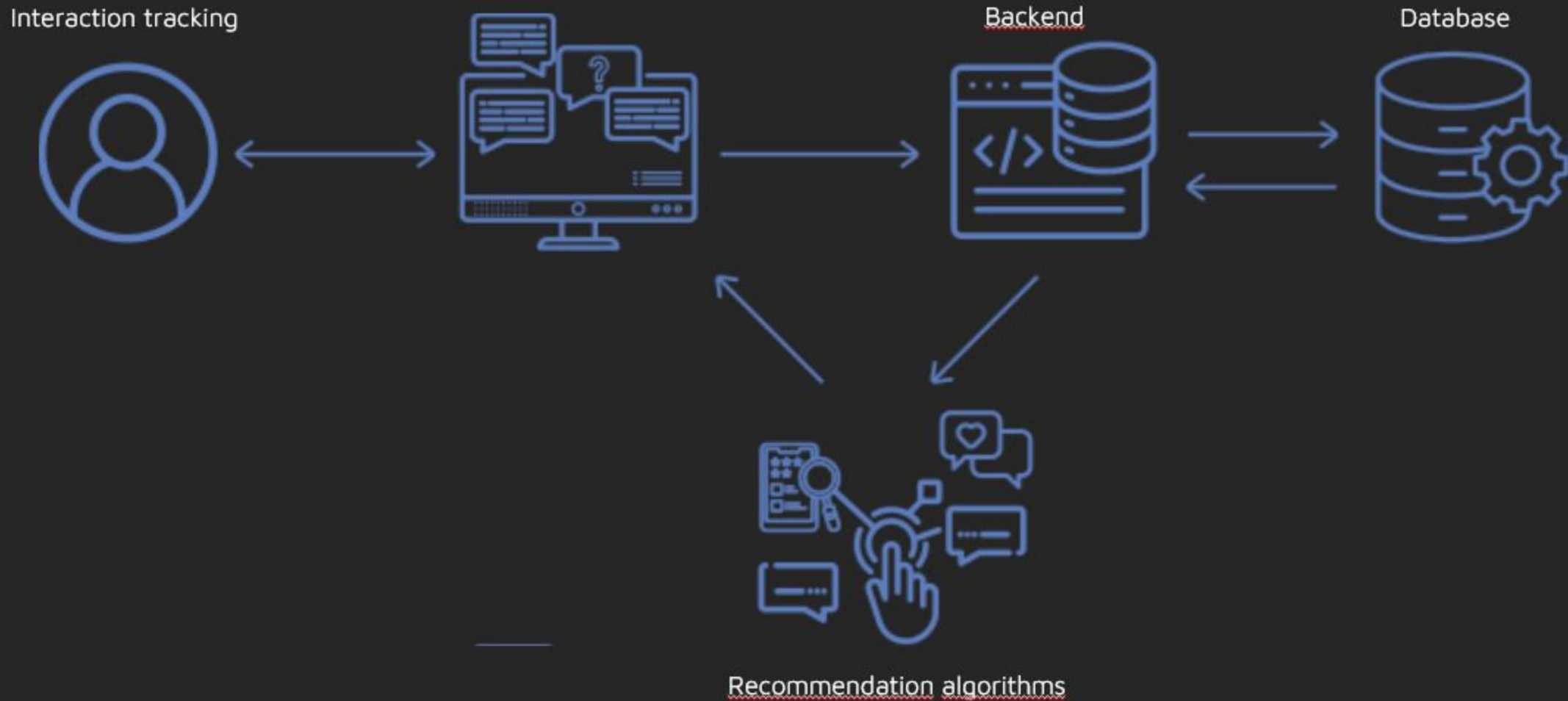


# NLP





# Recommendation systems



# Predictive Ai

L'Intelligenza Artificiale Predittiva si riferisce all'uso di algoritmi di **machine learning** e modelli statistici per analizzare i dati storici e attuali al fine di fare previsioni su eventi futuri.

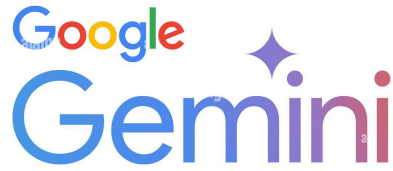
Questo tipo di AI utilizza pattern riconosciuti nei dati per identificare tendenze, comportamenti e potenziali risultati, permettendo così alle aziende e agli individui di prendere decisioni più informate basate su previsioni probabilistiche.



# Generative ai



OpenAI  
ChatGPT



✱ Claude 3



deepseek

Addestrati su enormi quantità di dati. Studiano la probabilità di distribuzione e da qui generare contenuti nuovi, che replicano le caratteristiche **più probabili** dei dati di addestramento.

Basata su un meccanismo di attenzione, che si focalizza su particolari elementi di una sequenza di dati. Esattamente come la mente umana, che in una frase si focalizza su elementi essenziali come sostantivi, pronomi, aggettivi, verbi, comprendendone le relazioni, allo stesso modo i **Transformer** apprendono **relazioni di dipendenza a lungo raggio tra le parole in una sequenza.**

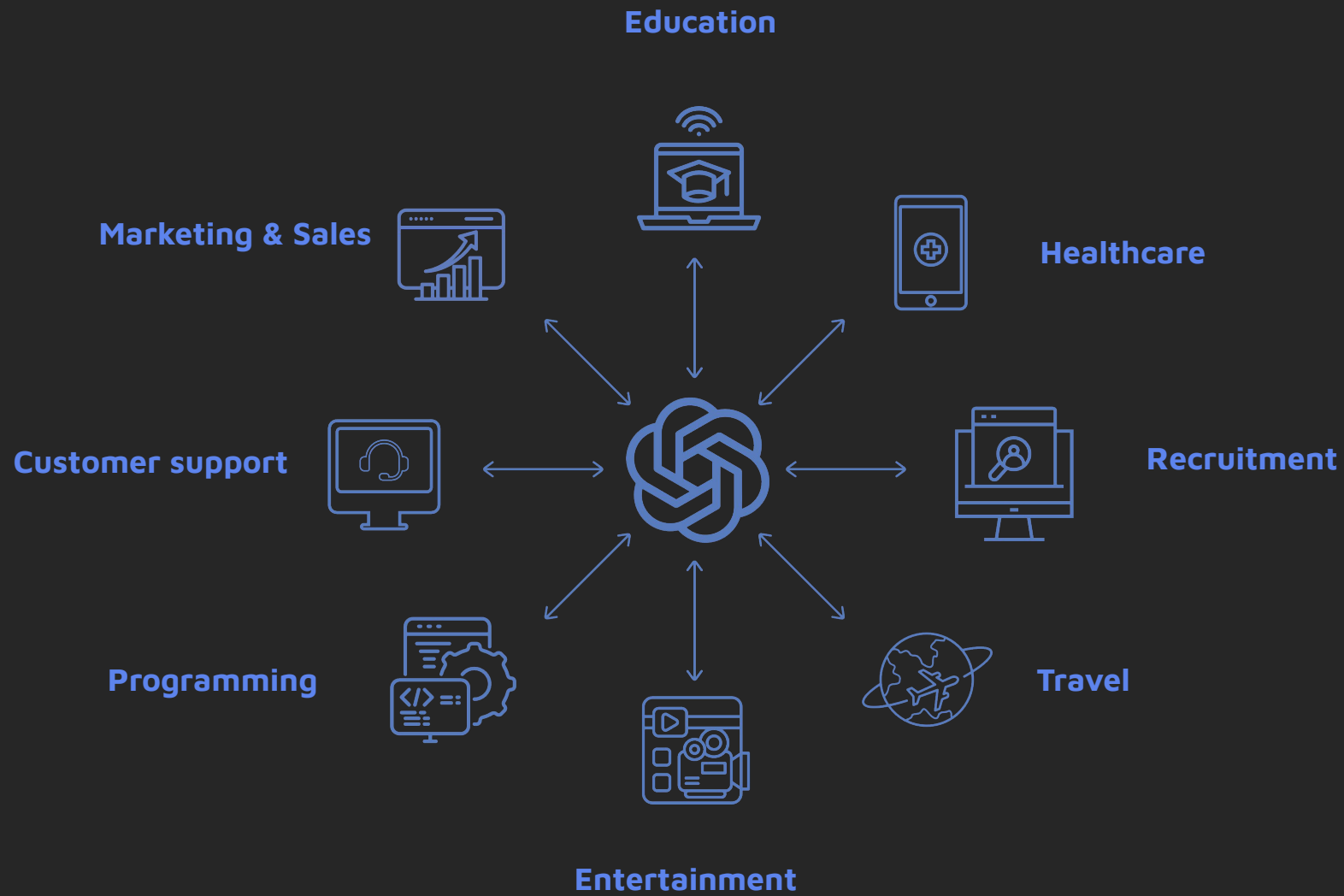
# Generative ai

Generano risposte in base alla **probabilità** delle parole più coerenti con l'input ricevuto.

Non hanno memoria del **progetto/Argomento** su cui stai lavorando (a meno di strumenti specifici con contesto persistente).

**Conoscenza limitata** in base all'addestramento temporale

[https://www.linkedin.com/posts/mattia-merlo\\_la-prima-vera-truffa-gentile-dellai-la-activit-y-7323994700221173760-7r42?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_desktop&rcm=ACoAAAVXq1wB8anQBxkrz306cNEfmo379ScvRSs](https://www.linkedin.com/posts/mattia-merlo_la-prima-vera-truffa-gentile-dellai-la-activit-y-7323994700221173760-7r42?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAAAVXq1wB8anQBxkrz306cNEfmo379ScvRSs)





# Modelli

Un modello in intelligenza artificiale (AI) è **una struttura matematica** che apprende da dati specifici per **fare previsioni o prendere decisioni** senza essere esplicitamente programmato per eseguire il compito.

machine learning + deep learning

Addestramento

Apprendimento

Valutazione

Predizione





# Modelli

Capire le differenze tra i vari modelli di intelligenza artificiale disponibili oggi non è soltanto un dettaglio tecnico, ma un vantaggio competitivo **strategico fondamentale**. Scegliere il modello giusto significa ottenere **risposte più precise**, risparmiare tempo e risorse economiche e migliorare la qualità dei risultati finali.

I modelli attuali **non sono tutti uguali**, alcuni eccellono nella rapidità e nella conversazione in tempo reale, altri nella logica e nel ragionamento approfondito, altri ancora nella conoscenza enciclopedica e nella capacità di gestire contenuti complessi e multimodali.

# Modelli

Ignorare queste differenze può portare a inefficienze, errori, o a scelte inadeguate rispetto agli obiettivi aziendali e progettuali.

Per questo è essenziale conoscere in maniera chiara le peculiarità di ciascun modello LLM e i loro casi d'uso ideali: solo così è possibile sfruttare al massimo il loro potenziale e trasformare l'intelligenza artificiale da semplice risorsa tecnica in uno strumento strategico per il successo aziendale e l'innovazione continua.

I modelli si dividono in due famiglie indipendentemente dal Provider (OpenAi, Gemini, ClaudeAi, ecc)

# Modelli

I modelli si dividono in **due famiglie** indipendentemente dal Provider (OpenAi, Gemini, ClaudeAi, ecc)

- modelli generalisti, volti a massimizzare conoscenza e fluidità (enciclopedici)
- modelli basati sul ragionamento

# Modelli

ChatGPT 4o ▾

Modello ⓘ

**GPT-4o** ✓

Ideale per la maggior parte delle domande

**GPT-4o con attività pianificate** BETA

Chiedi a ChatGPT di approfondire in seguito

**GPT-4.5** ANTEPRIMA RICERCA

Ottimo per la scrittura e lo sviluppo di idee

**o1**

Utilizza il ragionamento avanzato

**o3-mini**

Ragionamento rapido e avanzato

**o3-mini-high**

Perfetto per codifica e logica

Più modelli >

# Modelli di ChatQpt

La famiglia ChatQPT di OpenAI si suddividono in:

- modelli generalisti QPT-4.x, volti a massimizzare conoscenza e fluidità
- modelli basati sul ragionamento “o-series”



# Modelli di ChatQpt

Tutti i modelli che iniziano con QPT-4x sono modelli generalisti.

Modello con tanta conoscenza generale, fluidità e capacità creative.

Grazie alla sua conoscenza enciclopedica e abilità nello scrivere, è indicato praticamente in ogni contesto dove serve la massima qualità: dalla scrittura creativa (racconti, articoli) al supporto in compiti professionali (es. redazione di documenti, analisi di dati testuali), fino al ruolo di assistente intelligente in grado di fornire consigli dettagliati, brainstorming avanzato o tutoring su argomenti complessi.

Da non usare per problemi complessi dove serve del ragionamento

Rispondono subito con la frase più probabile data la domanda.



# Modelli di ChatQpt

Solitamente i modelli QPT-4x sono multimodali.

Ma cosa significa?

Che possono accettare e analizzare formati di differenti come testo, immagini, video e audio

# Modelli di ChatQpt

Tutti i modelli che iniziano con **ox** sono modelli **che utilizzano il ragionamento**.

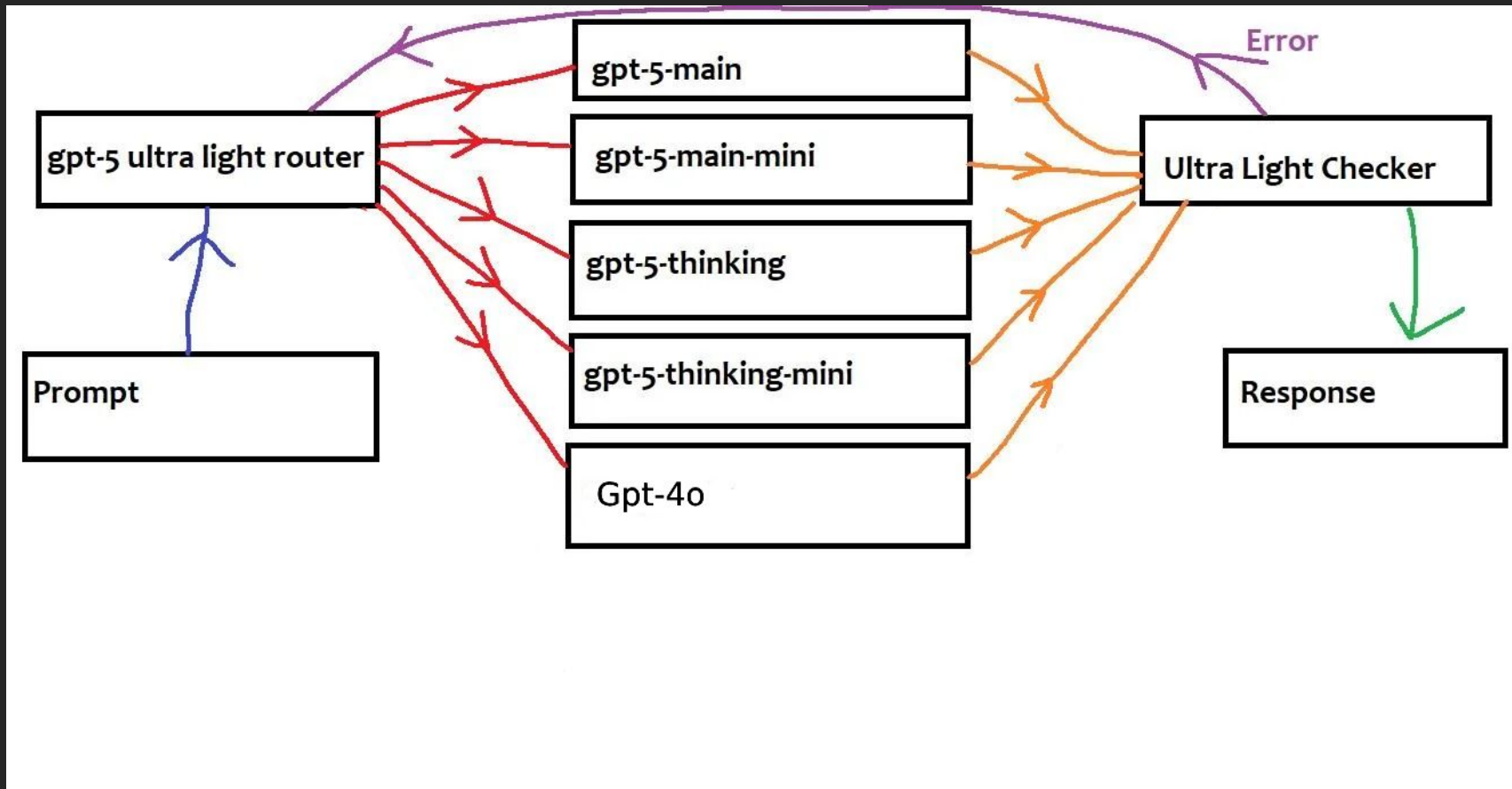
Il modello sa pianificare e svolgere mentalmente dei passaggi logici per arrivare a una risposta.

Tutti i modelli LLM generano una risposta parola per parola basandosi su ciò che “hanno imparato”, ma non tutti “pensano” esplicitamente prima di rispondere.

Il modello internamente scrive (o simula) una sorta di ragionamento passo-passo, come se stesse risolvendo un problema su un taccuino mentale, per poi produrre la conclusione. Questo approccio, spesso chiamato chain-of-thought, permette di affrontare con maggiore successo compiti complessi

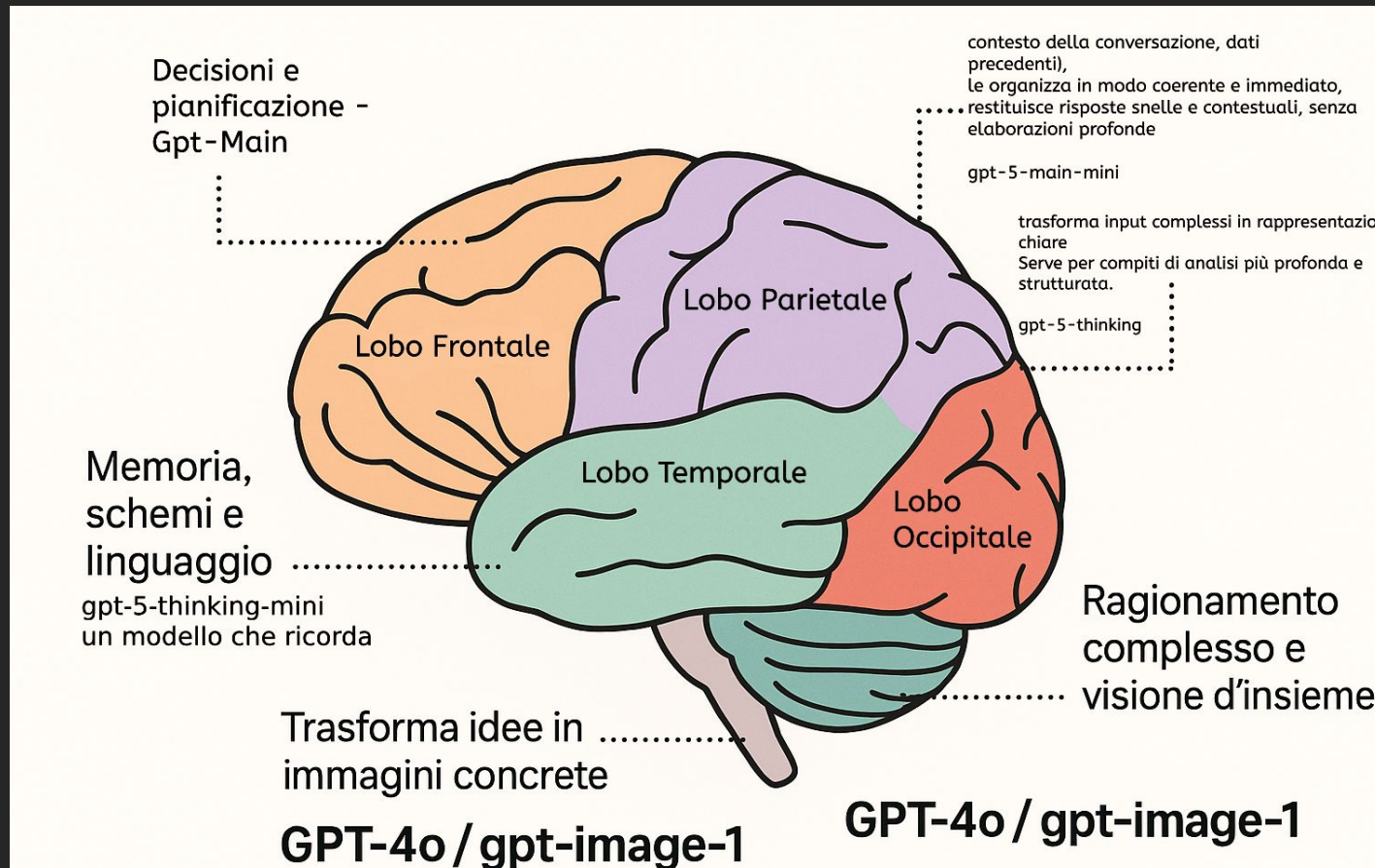
# Modelli di ChatQpt

ChatQpt 5 - cosa cambia



# Modelli di ChatQpt

## Cambiamento importante



# Modelli di Google Gemini

Anche in questo caso si dividono in modelli **senza ragionamento** e **con ragionamento**

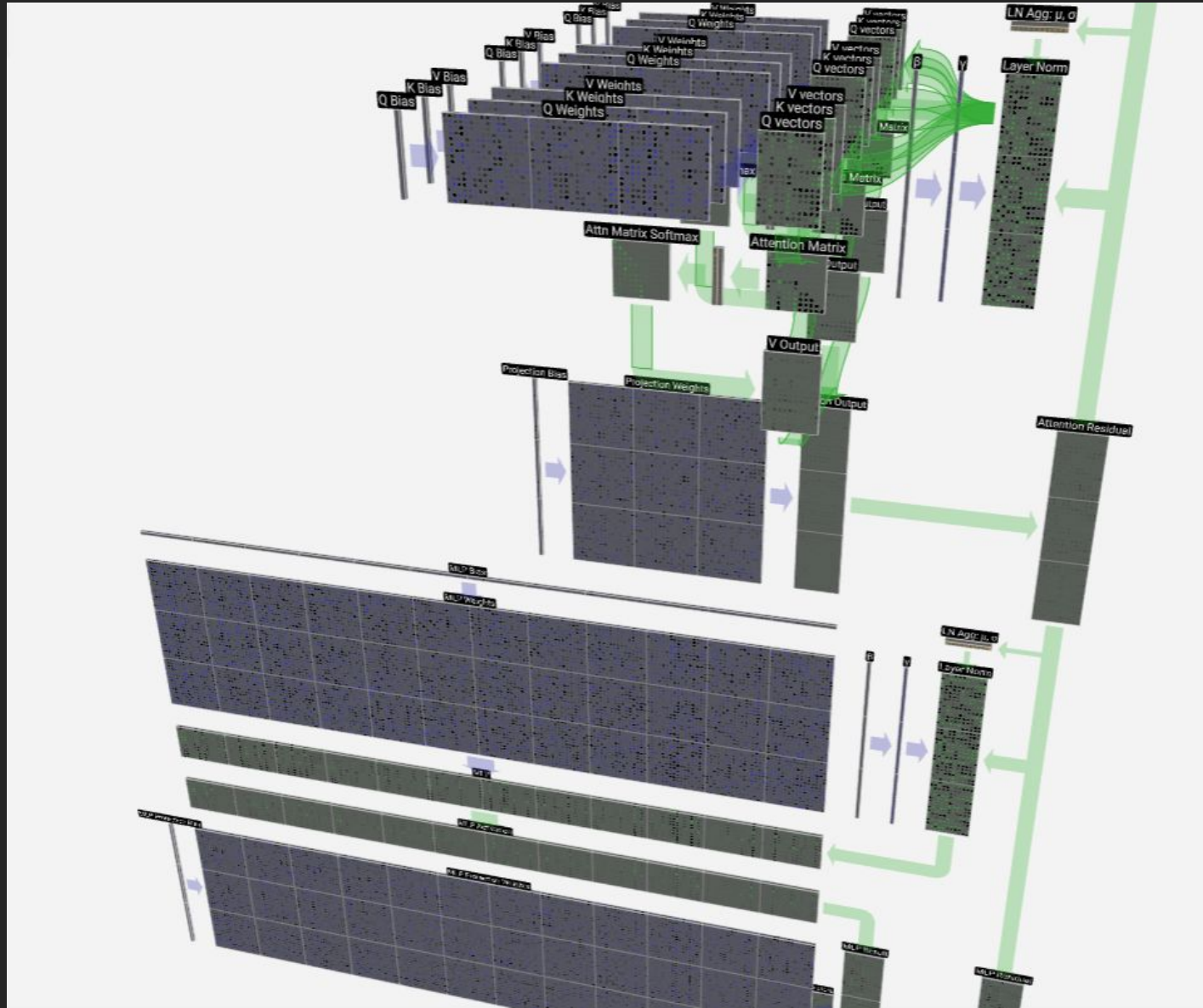
## Generalista

- Flash 2.0

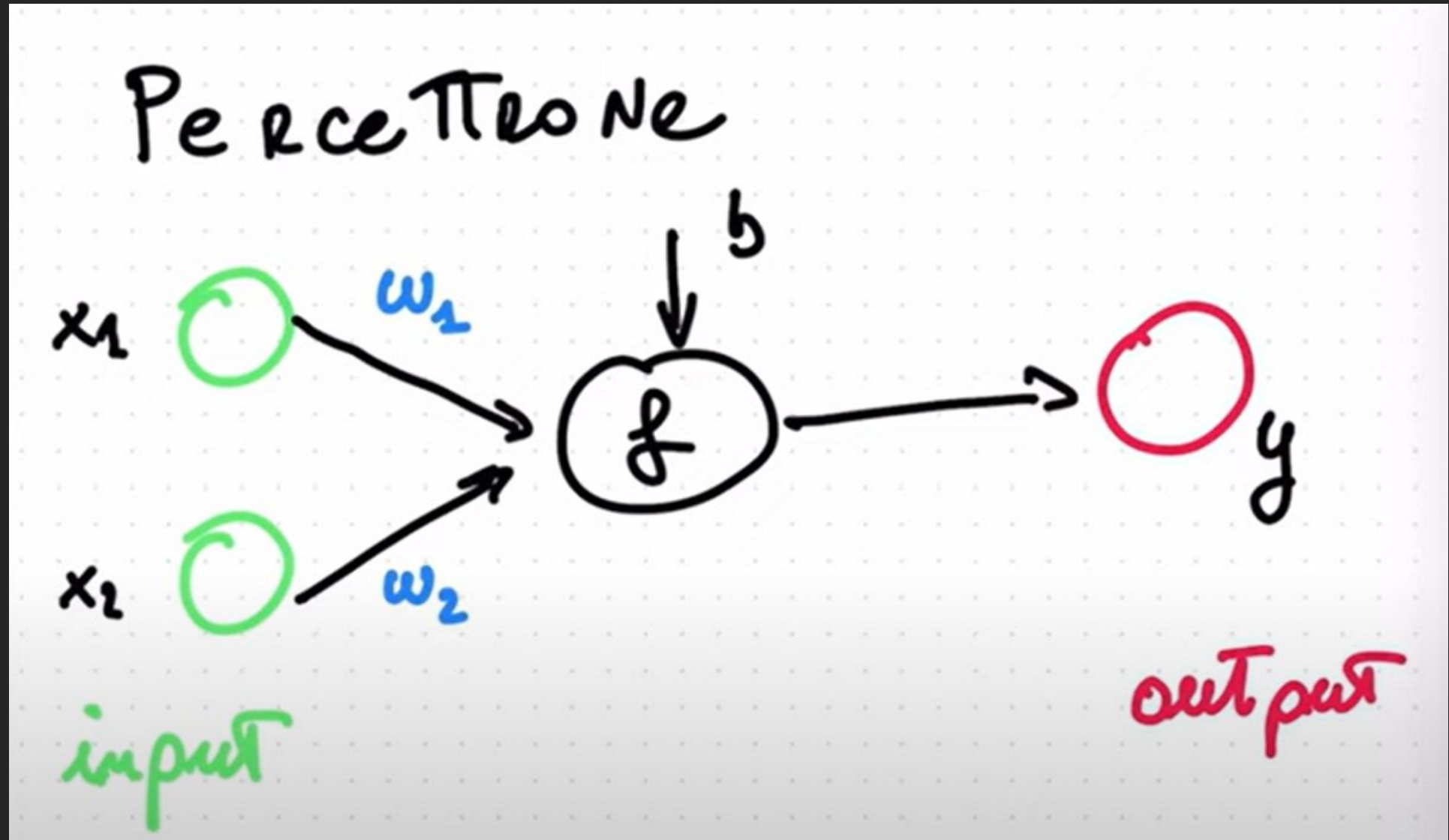
## Ragionamento

- Flash 2.5
- Flash 2.5 PRO

# Rappresentazione LLM

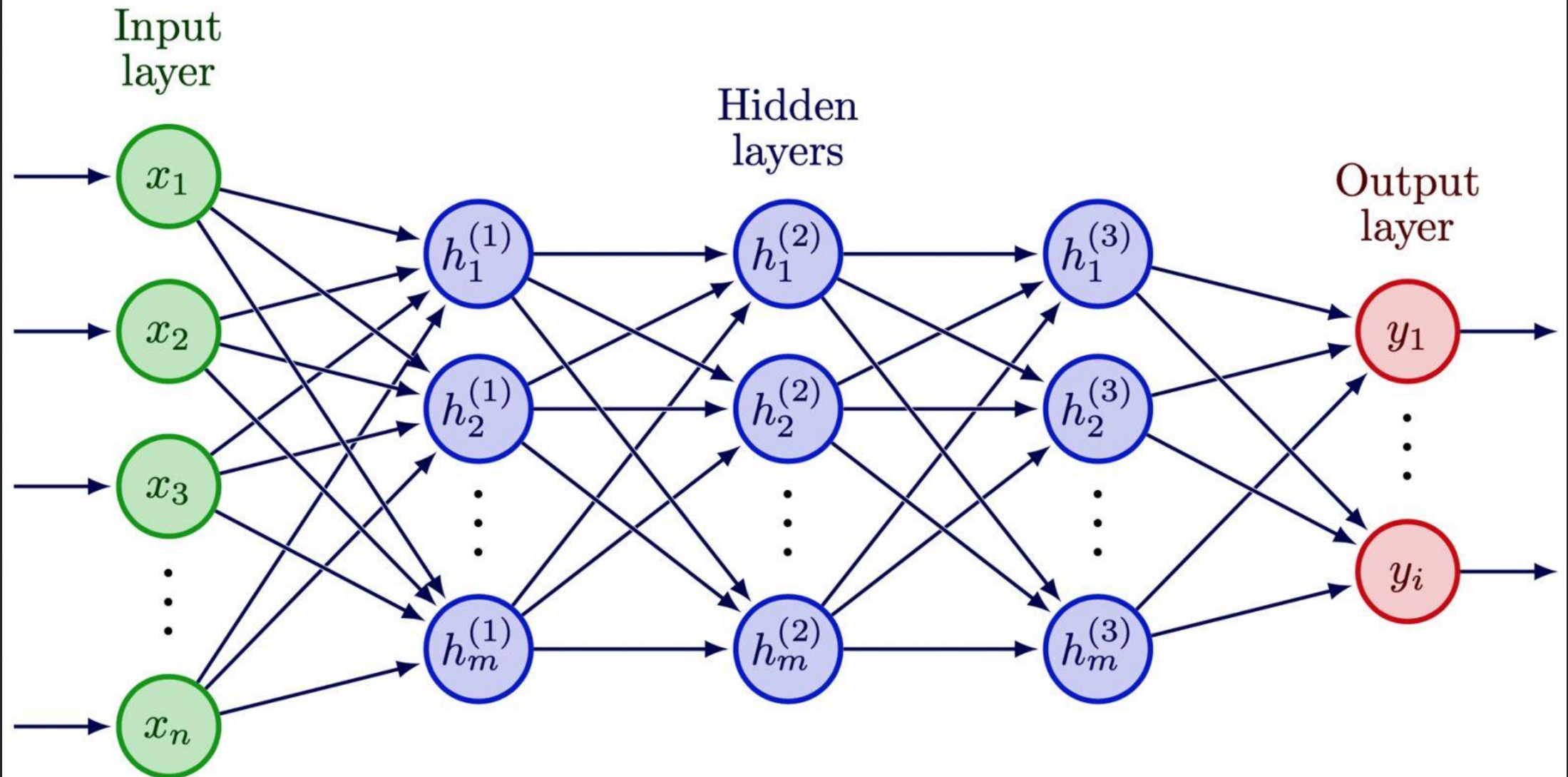


# Rappresentazione LLM





# Rappresentazione LLM



# Modelli di Deep search

Il termine “Deep Search” (ricerca approfondita) si riferisce a una nuova generazione di funzionalità nei chatbot avanzati che combinano l’intelligenza di un LLM con la potenza di un motore di ricerca. Invece di limitarsi a consultare la propria conoscenza interna, un modello con Deep Search può navigare sul Web, leggere documenti e raccogliere informazioni in tempo reale per conto dell’utente, per poi fornire un risultato elaborato.

L’utente ottiene risposte più aggiornate e fondate su dati reali (perché l’AI va a verificare sul momento), con il vantaggio di ricevere un testo già sintetizzato e leggibile.

# AI agents

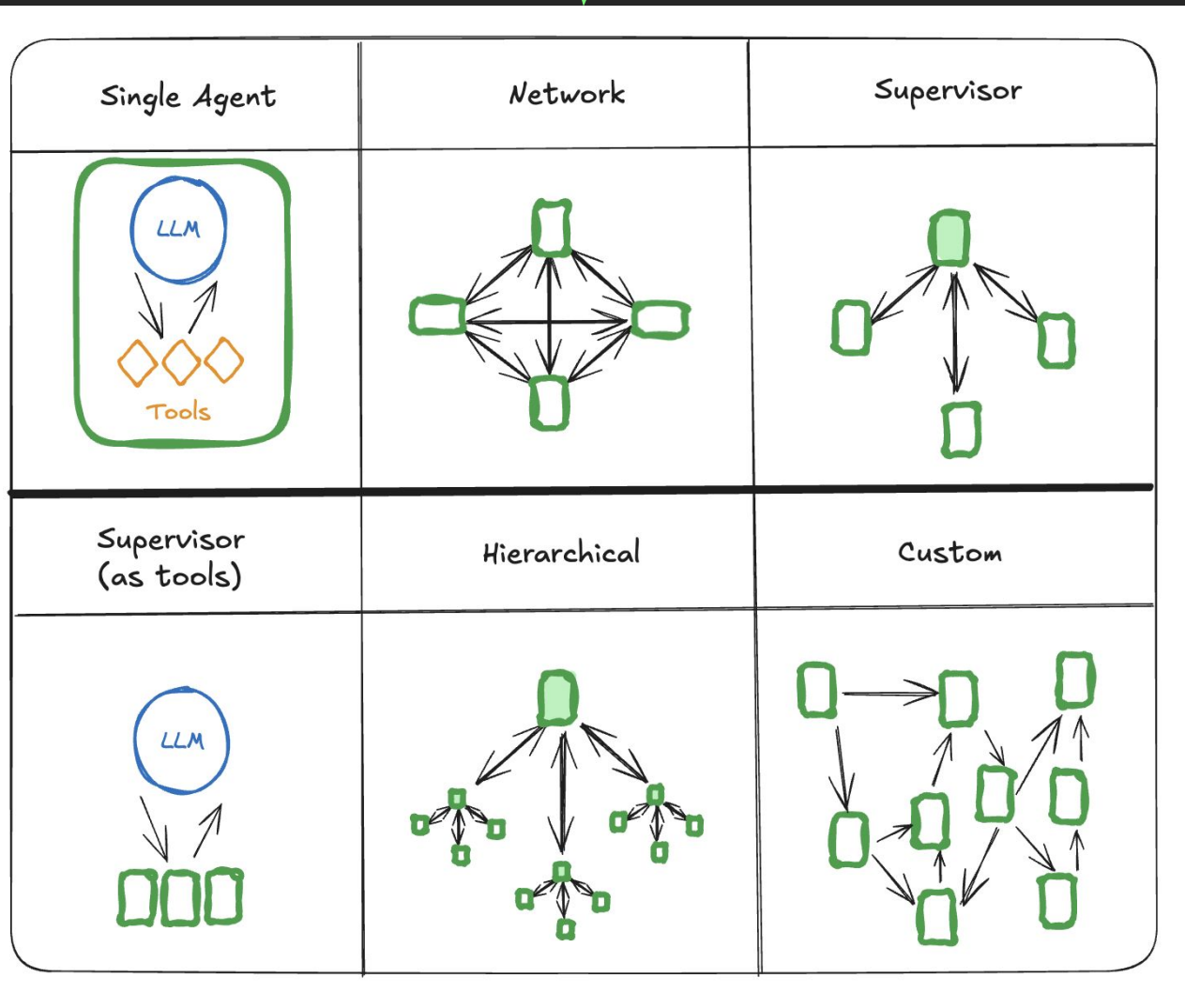
Un AI agent (agente di intelligenza artificiale) è un'entità autonoma:

- Percepire l'ambiente
- Elaborare le informazioni
- Agire in modo autonomo



# AI agents

Richiesta dell'utente



Risultato

# Contesto

In ambito AI, il contesto è l'insieme di **informazioni, conoscenze o dati rilevanti** che aiutano un modello di linguaggio a produrre risposte accurate e pertinenti.

Il contesto è fondamentale perché permette al modello di comprendere e interpretare correttamente domande o richieste, evitando ambiguità e migliorando la precisione delle risposte.





# Synthetic Human

Un Synthetic Human, in ambito Ai, è un'entità artificiale creata per imitare in maniera integrata le caratteristiche, i comportamenti e, in alcuni casi, i processi cognitivi degli esseri umani. In altre parole, si tratta di una rappresentazione umana "sintetizzata" mediante l'uso combinato di tecnologie come la modellazione digitale, la generazione di immagini tramite reti neurali (ad es. GAN). L'obiettivo è creare un "umano artificiale" che possa interagire in modo realistico con gli utenti o che possa essere impiegato in simulazioni, applicazioni di assistenza virtuale, formazione o ricerca, replicando non solo l'aspetto fisico ma anche aspetti comportamentali ed emotivi tipici dell'uomo.

# Synthetic Humans<sup>TM</sup>

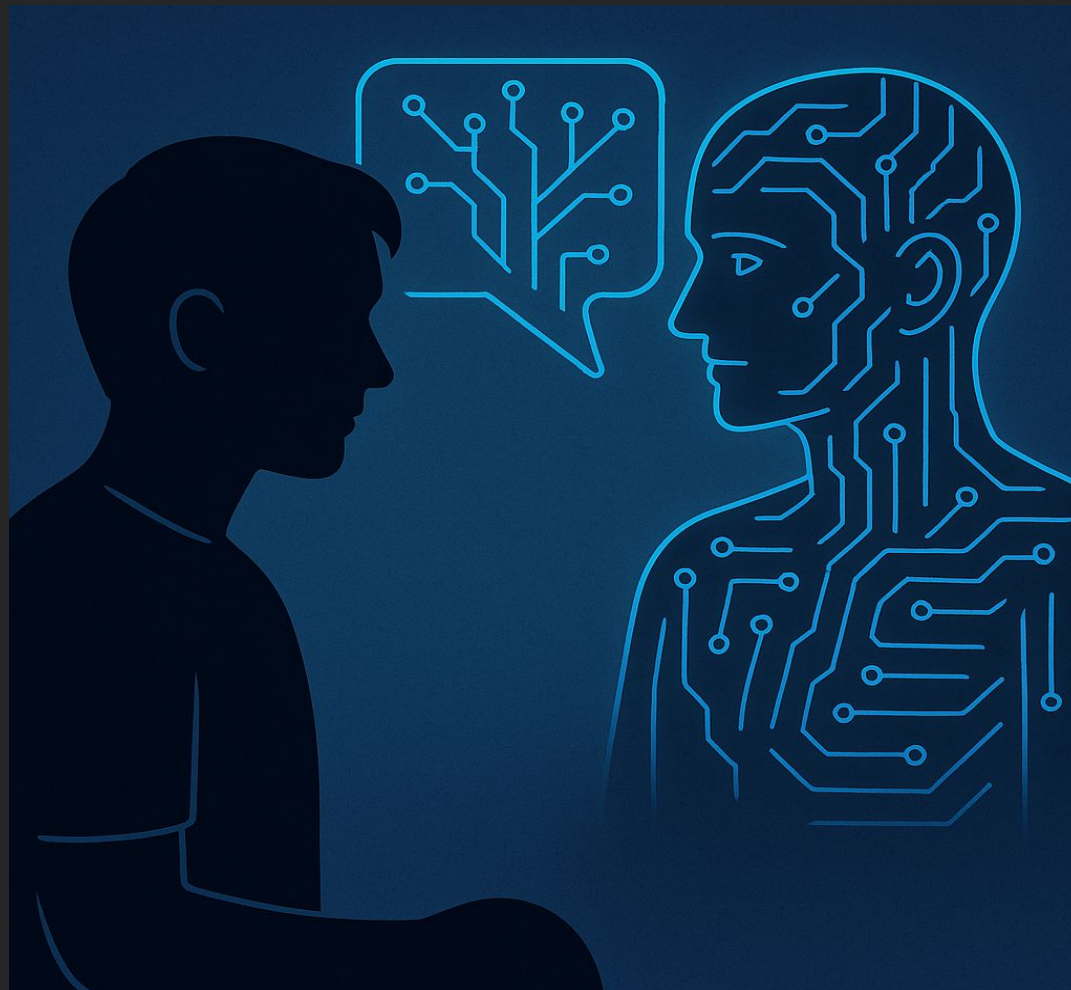




# Synthetic Human



# Chi interagisce con l'AI?





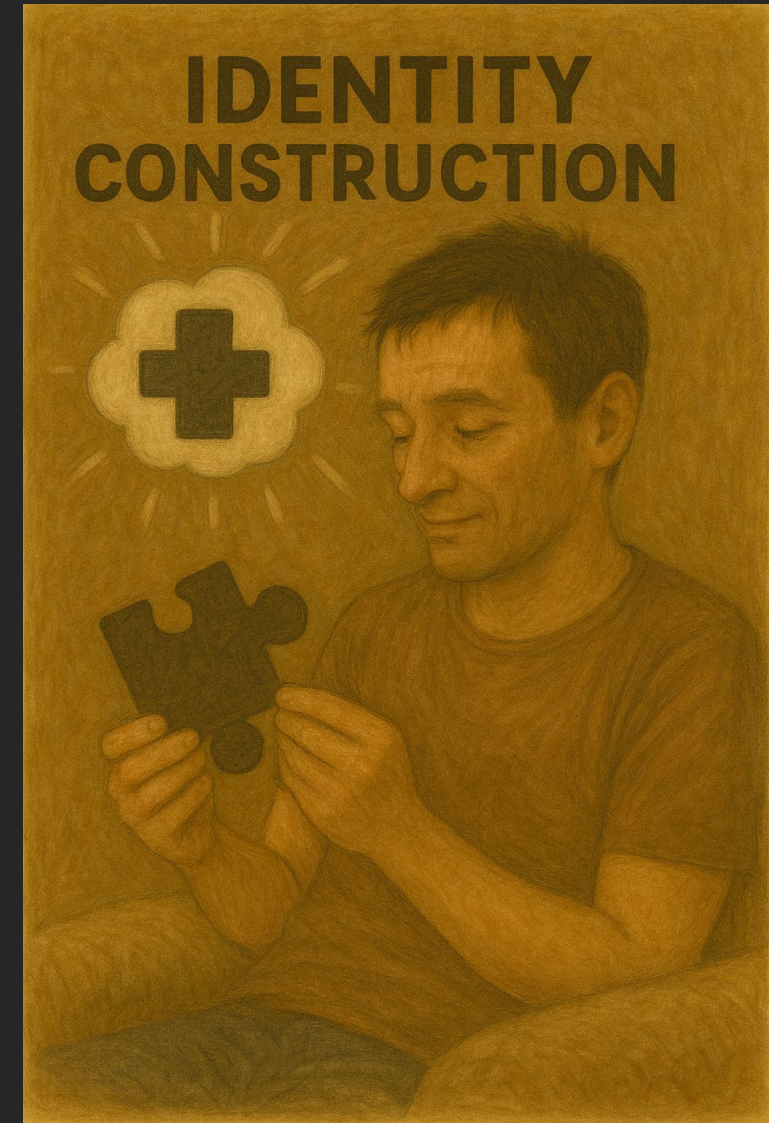
# Antropomorfismo

Gli esseri umani, per loro natura, tendono ad attribuire qualità umane a oggetti o entità non umane—a maggior ragione quando interagiscono con sistemi di Intelligenza Artificiale dotati di linguaggio o comportamenti simulativi.



# Costruzione dell'identità e validazione esterna

L'interazione con sistemi di Intelligenza Artificiale—soprattutto quelli presenti nei social media, nei motori di raccomandazione o nelle app conversazionali—può agire come uno **specchio sociale artificiale-non autentico**. Le risposte, i suggerimenti personalizzati o i feedback impliciti ricevuti da questi sistemi contribuiscono **a rinforzare o modificare l'immagine che abbiamo di noi stessi**.



Sul piano psicologico, questo processo può influenzare:

- **La percezione del proprio valore** (soprattutto negli adolescenti e nei giovani adulti),
- **La costruzione dell'identità narrativa**, basata su esperienze mediate digitalmente,
- **La tolleranza alla disapprovazione**, che può ridursi quando il confronto è filtrato da un sistema che "ci conferma" costantemente.

In assenza di un'educazione critica all'uso dell'IA, il rischio è che la tecnologia diventi non uno strumento, ma un criterio di misura del sé.



# Autopercezione e identità digitale

L'interazione continua con sistemi di Intelligenza Artificiale contribuisce a generare un'identità digitale. Uno dei concetti emergenti in ambito psicologico è quello di "Sé algoritmico": una rappresentazione del Sé plasmata, rinforzata e talvolta distorta dai dati che l'algoritmo raccoglie, analizza e restituisce sotto forma di suggerimenti, predizioni o categorizzazioni.



In questo processo:

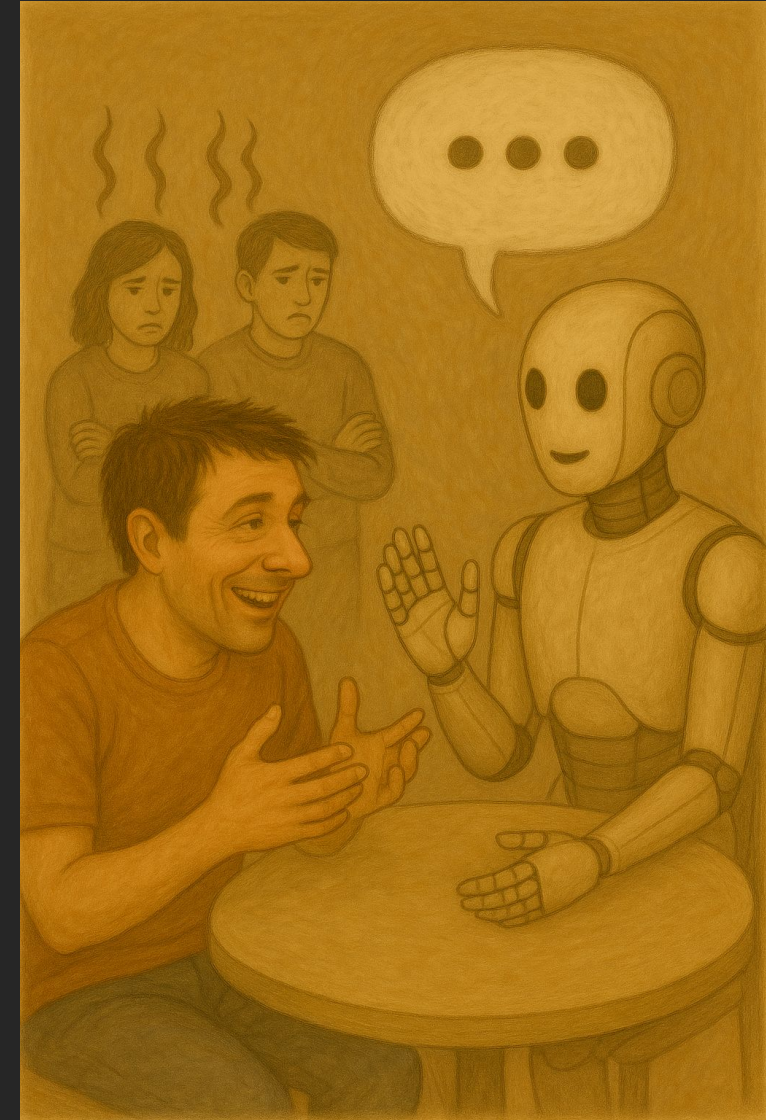
- **I feedback predittivi** (es. contenuti suggeriti, pubblicità mirate, risposte automatiche) fungono da specchio algoritmico che definisce chi siamo e chi dovremmo essere.
- **I dati comportamentali** diventano la materia prima con cui il sistema “costruisce” un profilo identitario che può essere interiorizzato come proprio.
- **L'identità digitale** assume un peso crescente, influenzando il modo in cui ci percepiamo offline e il modo in cui ci relazioniamo con gli altri.

# Effetti sulla socialità

L'uso prolungato di sistemi basati su Intelligenza Artificiale può influenzare in modo significativo le dinamiche relazionali e il funzionamento sociale degli individui.

L'utilizzo dell'intelligenza artificiale e soprattutto dei chatbot AI come potenziale strumento di sostegno allo studio, alla quotidianità e, talvolta, di sostegno in momenti di difficoltà personali.

Le interazioni umane vengono progressivamente sostituite o mediate da interfacce artificiali.





## 3 conseguenze psicologiche

**Riduzione dell'empatia:** l'abitudine a interagire con entità che non provano emozioni reali può abbassare la soglia di riconoscimento e risposta agli stati emotivi altrui, compromettendo lo sviluppo o il mantenimento di competenze empatiche.

**Diminuzione della tolleranza alla frustrazione:** l'immediatezza e la prevedibilità delle risposte dell'IA abitua a una gratificazione istantanea, rendendo più difficile affrontare situazioni relazionali complesse, ambigue o frustranti nella vita reale.

**Aumento dell'evitamento sociale:** per alcuni soggetti, in particolare quelli con tratti ansiosi o difficoltà relazionali, l'interazione con l'IA può diventare una forma di rifugio, contribuendo a evitare il confronto diretto con gli altri, con un impatto negativo sullo sviluppo delle abilità sociali.

# FOMO

Paura di essere tagliati fuori dalle proprie reti sociali

Chi è più colpito?

Sembra interessare particolarmente gli **adolescenti**, che riescono a trascorrere **almeno quattro ore al giorno sui social**.

Anche gli adulti non sono esclusi da questo fenomeno.

Adolescenti di **sexso maschile** sembrano essere i soggetti più interessati dal disturbo.

I soggetti più a rischio: adolescenti **più insicuri** e con **una bassa autostima**.

Per gli adolescenti sono i canali preferenziali attraverso cui comunicare, stabilire e mantenere relazioni.

**\*\*Santagostino**

# Heuristic thinking

Sono le scorciatoie mentali che ci aiutano a decidere più rapidamente, ma al prezzo di una progressiva rinuncia al pensiero critico.

Due fenomeni psicologici sono particolarmente rilevanti in questo contesto:

- **Cognitive offloading**: la tendenza a esternalizzare la memoria o la risoluzione dei problemi su strumenti esterni (come smartphone, motori di ricerca o IA), riducendo l'attivazione di risorse cognitive interne.
- **Automation bias**: la predisposizione a fidarsi automaticamente delle soluzioni proposte da un sistema automatizzato, anche quando sono errate, sovrastimando la precisione e l'autorità della macchina.



In particolare:

- Il **bias cognitivo della conferma** è una distorsione del pensiero che porta le persone a **cercare, selezionare, interpretare e ricordare** le informazioni in modo da confermare le proprie credenze preesistenti, ignorando o sminuendo ciò che le contraddice.

Anche i modelli di IA, specialmente quelli basati su apprendimento automatico (machine learning), possono amplificare il bias della conferma, se:

- I **dati di addestramento sono sbilanciati** (es. prevalgono opinioni favorevoli a una certa ipotesi).
- Gli algoritmi **vengono ottimizzati su metriche che privilegiano le risposte attese** dagli utenti.
- I **sistemi di raccomandazione** (es. social network, e-commerce) selezionano contenuti simili a quelli già visualizzati, **rafforzando convinzioni esistenti**.

# Conseguenze e criticità

**Polarizzazione:** rafforzamento di opinioni estreme, perché le persone vedono solo ciò che conferma i propri punti di vista.

**Overfitting cognitivo:** l'utente interpreta ogni risposta dell'IA come conferma, anche quando non è supportata da evidenze.

**Convalida apparente:** l'IA, per compiacere l'utente, può restituire contenuti coerenti con la domanda ma non oggettivamente neutrali o critici.

Il bias cognitivo della disponibilità è una scorciatoia mentale attraverso cui le persone valutano la probabilità o la frequenza di un evento basandosi su quanto facilmente riescono a ricordarne un esempio, anziché su dati oggettivi.

Es: *“se riesco a ricordarlo facilmente, allora dev’essere frequente o probabile.”*

Questa euristica influenza il giudizio, spesso in modo distorto, perché la memoria è influenzata da vividezza, emotività o recenti esposizioni, non da rappresentatività statistica.



Il bias della disponibilità è implicato nell'intelligenza artificiale (IA) sia a livello utente che a livello modello, influenzando il modo in cui i sistemi vengono usati, progettati e percepiti.

Gli utenti tendono a fidarsi di ciò che ricordano più facilmente o che è più immediatamente accessibile, anche se non è statisticamente rilevante o rappresentativo.

Bias della disponibilità nei modelli di IA:

Il bias può emergere nella progettazione o nel comportamento degli algoritmi, specialmente quando si utilizzano modelli di tipo statistico o probabilistico

# Conseguenze e criticità

Il bias della disponibilità è sfruttato spesso inconsapevolmente nei sistemi di:

**Motori di ricerca:** (Google, Bing).

**Social Network:** (Facebook, Tik Tok)

**Sistemi di raccomandazione:** (Netflix, Amazon)

Questi sistemi tendono a mostrare **contenuti recenti, cliccati o emozionalmente impattanti**, che diventano più “disponibili” nella mente degli utenti.

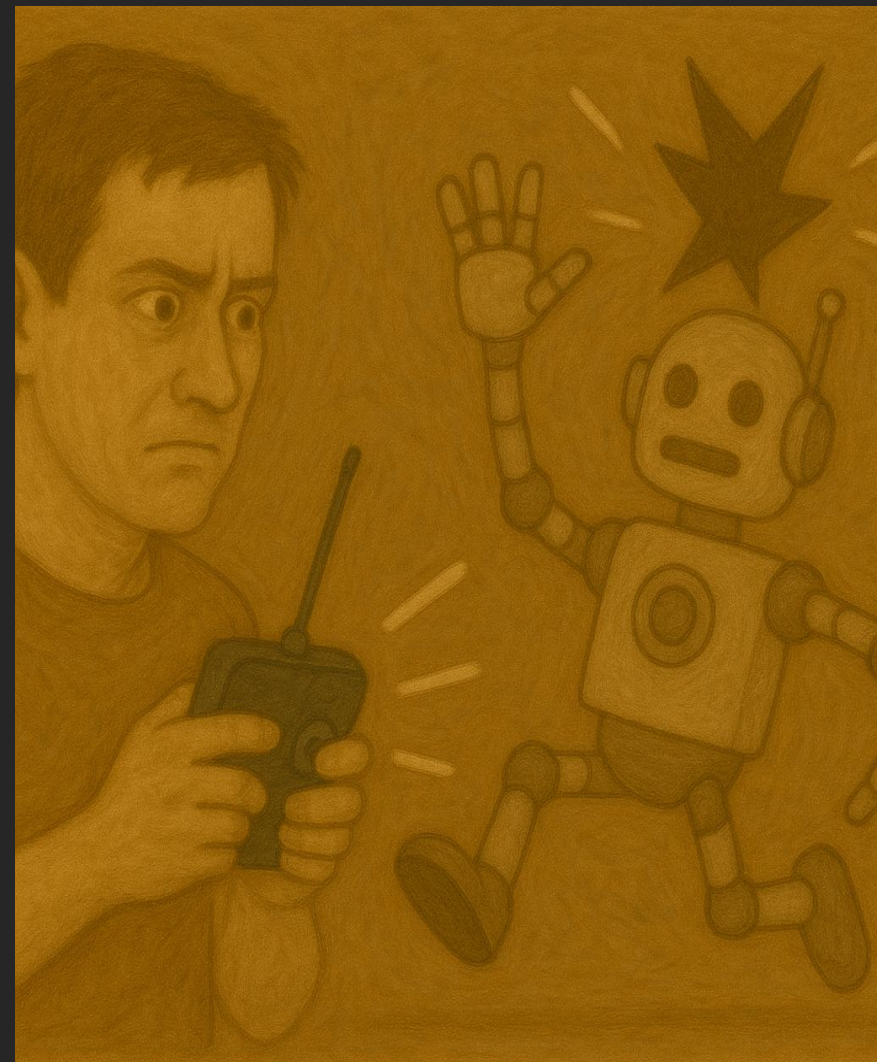
Questo **deforma la percezione della realtà** e può rinforzare convinzioni errate (es. fake news, stereotipi).

# Controllo e imprevedibilità

Si attiva una forma di ambivalenza psicologica:

Da un lato, il desiderio di controllo, sicurezza e conferma;

Dall'altro, il piacere della sorpresa, della scoperta e della possibilità che "qualcosa di nuovo" emerga da un sistema apparentemente meccanico.



# Rinforzo e dipendenza comportamentale

Le interazioni con l'Intelligenza Artificiale, soprattutto attraverso le app, gli assistenti virtuali e le piattaforme personalizzate, attivano meccanismi di **rinforzo positivo intermittente**.

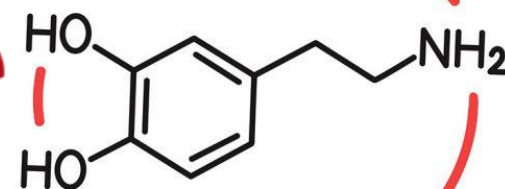
Le risposte immediate, pertinenti e spesso gratificanti fornite dall'IA funzionano come veri e propri **rinforzatori**, che aumentano la probabilità di reiterare il comportamento.



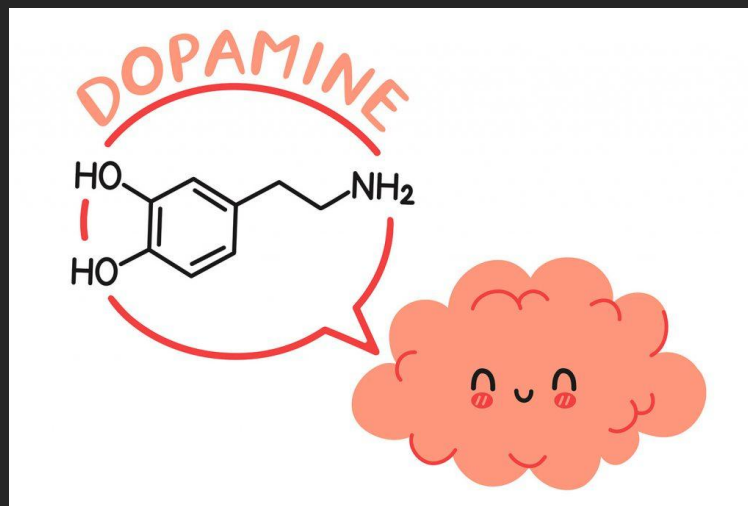
# WHY



DOPAMINE









# Analizziamo un po' di dati

In Italia 8 bambini su 10 tra i 3 e i 5 anni sanno usare il cellulare dei genitori.

Il 30% dei genitori usa lo smartphone per distrarli o calmarli già durante il primo anno di vita

il 70% al secondo anno.

Solo il 29% dei genitori chiede consiglio ai pediatri sugli eventuali rischi per la salute psicofisica derivanti da un'esposizione precoce ai dispositivi.

# Analizziamo un po' di dati

0-2 anni si stanno formando le basi delle funzioni cognitive, emotive e sociali. L'esposizione precoce a dispositivi digitali può interferire con lo sviluppo di abilità fondamentali come la regolazione delle emozioni e le capacità di attenzione.

Gli smartphone attivano il sistema dopaminergico del cervello – lo stesso che viene stimolato da altre forme di gratificazione, come il cibo, giochi o sigarette – creando una sensazione di piacere immediato.

Questo meccanismo, se attivato troppo presto, può portare i bambini e adulti a cercare costantemente quella gratificazione, ostacolando lo sviluppo di strategie naturali di autoregolazione delle emozioni e rendendo più difficile in futuro gestire la frustrazione.

# Analizziamo un po' di dati

In Italia, si stima una media attorno alle 6-7 ore giornaliere, di cui circa 3/4 ore dedicate esclusivamente ai social media .

> 3 ore di utilizzo complessivo giornaliero è catalogato come dipendenza.

45% si iscrive su i social media con età < 13

# Aumento delle **malattie** correlate all'uso del **cellulare**

Tra 15% e il 25%



**Salute mentale:** si evidenzia una correlazione tra uso intensivo dello smartphone e un incremento di ansia, depressione e stress, soprattutto tra adolescenti e giovani adulti.

**Disturbi del sonno**

**Cosa fare? Come approcciarsi all'AI?**



**Dite la vostra!**





## Considerazioni etiche e cliniche

La crescente interazione con sistemi di Intelligenza Artificiale apre nuove sfide.

Utilizzo consapevole e critico

Rendere l'AI uno strumento di potenziamento

Formazione continua

[brogiroberto11@gmail.com](mailto:brogiroberto11@gmail.com)

# Grazie!

Roberto  
Brogi

