

La visione olistica di Oscar Di Montigny

Nel suo nuovo concetto di “Humanovability” basato sulla crasi tra innovation, sustainability e human centricity, si individuano le tre direttrici per una convergenza armoniosa tra sviluppo tecnologico, etica e dimensione sociale

a cura di Carlo Timio



Oscar Di Montigny

L'approccio che l'intelligenza artificiale segnerà nei prossimi anni sarà travolgente, trasformando in modo irreversibile il modo in cui viviamo, lavoriamo e interagiamo con la tecnologia. Attraverso una dettagliata analisi dell'esperto di marketing e innovazione, e speaker a livello internazionale Oscar Di Montigny, è emersa un'interessante visione per il conseguimento di una presa di consapevolezza sia individuale che collettiva che potrà determinare una congrua evoluzione della specie umana.

Nella sua visione olistica, come immagina la società del futuro a seguito dell'impatto dirompente che avrà l'intelligenza artificiale sui cittadini. Qual è a suo avviso il giusto equilibrio da perseguire?

“Difficile oggi avere una visione realmente fondata su degli assunti credibili su quello che sarà la società del futuro in relazione all'impatto che l'AI avrà sulla vita di tutti noi cittadini. È difficile perché la proiezione esponenziale della curva di adozione dell'intelligenza artificiale in tutti i campi in cui si manifesta l'umanità, e della sua pervasività in essi, è talmente in crescita che qualunque tipo di prefigurazione rischia di essere smentita poi dai fatti. Più che cercare di fare un esercizio di proiezione di quello che sarà, a mio parere si deve fare un esercizio di immaginazione di ciò che desidereremmo che sia. Se è vero che la realtà esiste solo per come ce la si immagina, allora mi immagino

una AI completamente assoggettata alla più alta sensibilità che possa essere espressa dagli esseri umani, e che svolga quelle funzioni necessarie alla nostra evoluzione in maniera veloce, efficace, a basso costo ed alto impatto positivo. Una AI che non tolga dignità e importanza alla scoperta della vita ma, piuttosto, che acceleri il percorso evolutivo delle nostre coscienze. Una AI che si integri a noi ma non si sostituisca a noi. Quindi vedo un'intelligenza artificiale completamente al servizio di noi esseri umani, disegnata da menti e anime sensibili che concepiscono i suoi algoritmi adattandoli all'evoluzione dell'essere umano. Mi auspico così un mondo nel quale non si debba scendere a patti e compromessi con l'AI, delegandole ciò che invece è funzione tipica della nostra condizione originaria più intima e profonda: la ricerca costante della via per una giusta evoluzione, sia individuale che collettiva. Se invece delegheremo all'AI tutto questo processo che deve essere svolto dalle nostre coscienze, allora saremmo stati sconfitti come specie ... per l'ennesima volta nella nostra storia evolutiva”.

Lei parla di un nuovo concetto “Humanovability”, ci può descrivere in cosa consiste?

“La Humanovability è una convergenza armoniosa delle tre direttrici lungo le quali, a mio parere, l'umanità dovrà svolgere il proprio percorso evolutivo nella dimensione sociale. Il concetto unisce, infatti, in una crasi, le parole “innovation”, “sustainability”, “human

centricity". L'innovazione sarà necessaria sempre di più proprio per la velocità a cui stiamo progredendo, e incarna la potenziale nostra capacità di sapersi rinnovare costantemente; condizione che garantirà la sopravvivenza delle organizzazioni e dei popoli. Nel farlo, dovremo però garantirci solidità, riponendo le radici nella nostra saggezza, nella nostra storia, nel nostro passato, nella nostra esperienza e saggezza. Ma il tronco, i rami, le foglie, i frutti delle nostre piante, che sono le nostre vite, le nostre organizzazioni, le varie dimensioni sociali in cui ci aggregiamo, devono essere sempre capaci di restare nel ritmo del tempo perché innovare significa "alterare l'ordine prestabilito delle cose per fare cose sempre nuove", ovvero più adatte allo spazio/tempo in cui viviamo. Al contempo, non possiamo farlo in maniera disorientata, priva di uno scopo, di un orientamento, di una consapevolezza, e soprattutto priva di un profondo stato di coscienza. E tutto questo ce lo dà la sostenibilità, intesa nel suo senso più inclusivo (non solo ambiente, società, governance, ma anche spirito), e quindi l'impatto che producono le nostre azioni su tutti i campi di manifestazione della nostra specie. Infine la human centricty, con cui si intende la necessità di rimettere gli esseri umani al centro. Questa centralità è determinata da due fattori: la nostra superiorità biologica, che determina l'essere umano come l'essere più evoluto e quindi più capace del pianeta; il nostro potenziale impatto, che esprimiamo con ogni gesto quotidiano sul pianeta e sulla collettività. Di tutti questi dobbiamo essere consapevoli, responsabili, e infine coscienti. E proprio perché si tratta di un atto cosciente deve essere un atto volontario".

Il forte processo di innovazione sta provocando un salto quantico verso nuovi sistemi di fare impresa. Su quali idee un imprenditore dovrebbe incentrare il suo percorso di sviluppo per creare un'azienda che metta le persone al centro?

“Un imprenditore deve necessariamente rimettersi in discussione, in tempo reale, ogni istante. Deve essere capace di stare al passo dell’innovazione che va ad un’estrema velocità. Innovare è la condizione naturale per stare al giusto ritmo della sopravvivenza. Deve poi costantemente domandarsi quale sarà l’impatto che con le sue scelte e azioni la sua impresa produrrà su se stesso, sulla propria organizzazione, sulla comu-



Interconnessione tra natura, uomo e tecnologia



Robot umanoide

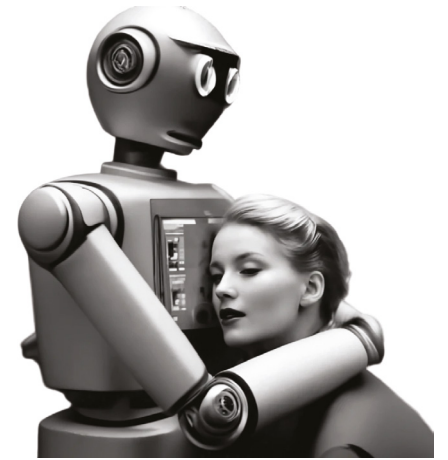
nità di cui fa parte, sull'intera umanità e sul pianeta. Preoccupandosi della sostenibilità economica, di quella ambientale, di quella sociale, e infine di quella spirituale. E proprio quella spirituale che è legata al senso e scopo più profondi: occuparsi dell'umano, di creare quelle condizioni affinché i suoi collaboratori aderiscano al suo progetto imprenditoriale non per uno scambio di denaro a fronte della prestazione di un servizio, ma di adesione a un progetto di vita. Pena l'alienazione, la perdita di scopo e di senso. I fenomeni come la *great resignation* e il *quiet quitting* denotano proprio il disamoramento dei collaboratori nei confronti dell'impresa. Coloro i quali sapranno essere imprenditori facendo luce sulle proprie vite, allora si saranno meritati la loro fedeltà dei propri collaboratori e clienti, il loro impegno, la loro totale adesione e partecipazione".

La spasmodica ricerca verso il bello e verso modelli di tecnologia di ultima generazione spinge ad aprire una riflessione sul rapporto tra etica ed estetica. Come si conciliano questi due componenti divenuti ormai essenziali nella società odierna? "L'etica e l'estetica altro non sono che due manifestazioni della stessa condizione. Con una si cerca di

dare una forma, l'estetica, con l'altra si cerca di dare un senso, l'etica. Entrambe rispondono a leggi superiori, ciò che è bello è realmente bello non perché lo dice qualcuno ma perché è semplicemente ed oggettivamente bello, armonioso; e lo è perché è perfettamente in armonia nel tempo e nello spazio, in questo luogo; e perché risuona con le energie di questo pianeta; perché commuove l'umanità; perché è in equilibrio col tutto. Quindi si tratta di una estetica oggettiva. L'etica è invece la grande regola che va rispettata da tutto e da tutti, in ogni istante; è il grande senso, il grande scopo, la grande stella polare, il giudice e il censore. L'etica è l'essenza delle nostre vite come professionisti, come esseri umani, come cittadini del mondo".

Lei definisce la gratitudine come una rivoluzione necessaria per affrontare le sfide del futuro. In che modo questo concetto può influenzare le relazioni a tal punto da creare un nuovo modello di vita sostenibile che unisca umanità, cultura e tecnologia?

La gratitudine è il grande valore dimenticato; è la memoria del cuore ed è la garanzia per l'eternità. È la prova concreta dell'aver avuto un senso e un impatto



Rapporto tra uomo e macchina

orientati al Bene collettivo. C'è chi ha detto che vivremo in eterno in quella parte di noi che avremo donato agli altri; ed è vero. Essa non è esclusiva della sfera degli affetti ma è il frutto di ogni pensiero, di ogni sentimento, di ogni azione. E il sapere provare gratitudine è la grande fuga da questo mondo illusorio: "essere grati a tutti, per tutto, sempre" è il mio motto. Perché alla fine la gente ti dimenticherà di quello che avrai detto, la gente si dimenticherà di quello che avrai fatto, ma non si dimenticherà mai di come l'hai fatta sentire. E quindi, essere motori di gratitudine è quello che dà un senso alle nostre esistenze. Io vorrei per questo contribuire alla nascita di una "grateful generation": esseri umani grati alla vita ed essi stessi veri e propri generatori di gratitudine. Esseri umani che vivano e agiscano con mente imprenditoriale, perché la vera impresa è la nostra vita di tutti i giorni. Esseri umani che vivano e agiscano con un cuore sociale, una coscienza emotiva con la quale sentirsi parte di un tutto. Esseri umani che vivano e agiscano con un'anima ecologica, cioè un'essenza di quarta dimensione che sia perfettamente in sintonia con tutto quanto ci contiene, sia materialmente che energicamente. Credo che vivere con l'auspicio di generare e provare gratitudine sia un vivere superiore".