

30 MAGGIO 2023

Login to Web3

Dal *text to text* al
text to 3D: la GAI si
affaccia sul
Metaverso

Wavemaker

Si può creare qualcosa di nuovo e di sensato a partire da qualcosa di esistente?

Noi umani ci riusciamo, almeno i più geniali di noi hanno questa capacità di rielaborazione creativa di nozioni acquisite ed esperienze vissute. Per una macchina, invece, è un compito arduo. Almeno fino a poco tempo fa. Negli ultimi mesi, infatti, sono arrivati sul mercato una serie di software che hanno sorpreso tutti per la loro capacità di creare testi e immagini.

Pensate che, secondo un'indagine di IPSOS, già il 65% degli italiani ha sentito parlare di questi servizi. **Il più conosciuto è ChatGPT (40%), seguito da Dall-E (18%), Bard (16%) e, infine, da Stable Diffusion e Midjourney (12%).**

All'origine di questi software c'è un'accelerazione nel campo dell'**intelligenza artificiale generativa** (GenAI), una branca dell'IA che si occupa di **capire come generare contenuti originali, non casuali, a partire da dati preesistenti e da un input testuale.**

In pratica, basta una descrizione scritta inserita attraverso un comando detto **Prompt** (che è anche il nome del nostro **podcast dedicato all'innovazione**, assolutamente da ascoltare per approfondire questi temi con ospiti di rilievo) per ottenere altri contenuti, al momento soprattutto testuali o visivi.

Questi sistemi di intelligenza artificiale generativa utilizzano **modelli linguistici di grandi dimensioni attraverso i quali la macchina è in grado di generare probabilisticamente nuovi risultati** (testuali, visivi o di altro tipo), dopo una fase di addestramento basata sull'analisi di milioni di documenti.

Alcuni sostengono che questi software siano semplicemente dei "pappagalli stocastici", ossia che si limitino a produrre frasi come fossero un avanzato sistema di autocompletamento di Google. Altri ritengono che, nel loro lavoro, si possano intravedere delle proprietà emergenti. Non una coscienza, ma un'originalità non prevedibile dall'uomo che attrae e spaventa, tanto che c'è chi è arrivato a proporre un rallentamento dell'innovazione in questo ambito.



Per chi si occupa di marketing, i software di intelligenza artificiale generativa sono indubbiamente qualcosa da approfondire. Impresa ardua se si considera che stanno spuntando come funghi.

Proviamo ad elencare i più interessanti, suddividendoli per categoria:

Generatori di testo: sono dei tool “**Text to Text**” che permettono di creare testi a partire da descrizioni testuali. Il più noto è ChatGPT, un chatbot di Open AI, che in pochi giorni ha conquistato 100 milioni di persone. Un servizio simile è utilizzabile anche all’interno del motore di ricerca Bing di Microsoft.

Esistono altri generatori di testo che non si basano su un’interfaccia conversazionale, ma su template per facilitare la creazione di contenuti per i marketer: email commerciali, newsletter, social media post, blog post, saggi. Tra questi **Copy.AI**, **Jasper** e l’italiana **Contents.com**

Generatori di audio: in questo ambito si sta lavorando alla clonazione di voci esistenti o alla creazione di voci sintetiche non esistenti che possono essere utilizzate nella produzione più rapida di podcast e audiobook. Su questo fronte ci troviamo già a buon punto, unica pecca dei software è che non funzionano con voci italiane. Tra le realtà più interessanti **Eleven Labs**, **Coqui** e **Murf AI**.

Generatori di immagini: i software “**Text to Image**” consentono la produzione di immagini a partire da input testuali: foto, illustrazioni, loghi e pattern, e così via. I più avanzati sono **Midjourney**, di un realismo fotografico impressionante, **Dall-E** di Open AI, **Stable Diffusion**: un modello open source che può essere installato sul proprio computer. Ma esistono anche diverse applicazioni di più facile utilizzo come **StarryAI** e **Dream** (Wombo).

Generatori di video: generare video da input di testo “**Text to Video**” è ancora difficile. Con Meta e Google in prima linea, la ricerca è in fase avanzata, ma le applicazioni non sono mature. La prima interessante, ma in beta in questo momento, è **Gen-2** di **Runway**. Permette di usare la scrittura per modificare sequenze in movimento e aggiungere effetti speciali





Un campo ancora in fase embrionale, ma molto promettente per gli sviluppi del **metaverso** è il **“Text to 3D”**. Parliamo di software che dovrebbero essere in grado di **trasformare una descrizione testuale in un oggetto o in un ambiente tridimensionale**. Roblox ha annunciato che quest’anno renderà disponibile una funzione con la quale creare elementi digitali a partire da indicazioni testuali. In questo modo i creator di Roblox Studio potranno sviluppare molto più velocemente i propri mondi digitali.

Tutte le aziende più attente al futuro stanno testando strumenti di intelligenza artificiale generativa, ma qualcuna si è spinta più avanti. Coca-Cola, ad esempio, ha chiesto ai suoi clienti di applicare le meraviglie dell’IA al suo brand. Un nuovo sito “Create Real Magic” permette di selezionare delle immagini iconiche della Coca e di inserire dei prompt per generare nuove creazioni (il sistema sfrutta la tecnologia Dall-E di Open AI). Le stesse potranno essere selezionate per apparire in Times Square e Piccadilly Circus. I vincitori del contest saranno anche invitati alla Real Magic Creative Academy per incontrare i creativi dell’azienda.

Siamo solo all’inizio della rivoluzione dell’intelligenza artificiale generativa, ma nonostante le sfide, anche etiche, che pone la creazione di massa di contenuti nuovi, si tratta di un campo che va studiato con attenzione fin d’ora. **È importante sforzarsi di capire come questi nuovi strumenti potranno arricchire la nostra professione e aumentare le nostre capacità creative**, risparmiandoci quel lavoro ripetitivo che ci annoia senza aggiungere valore.

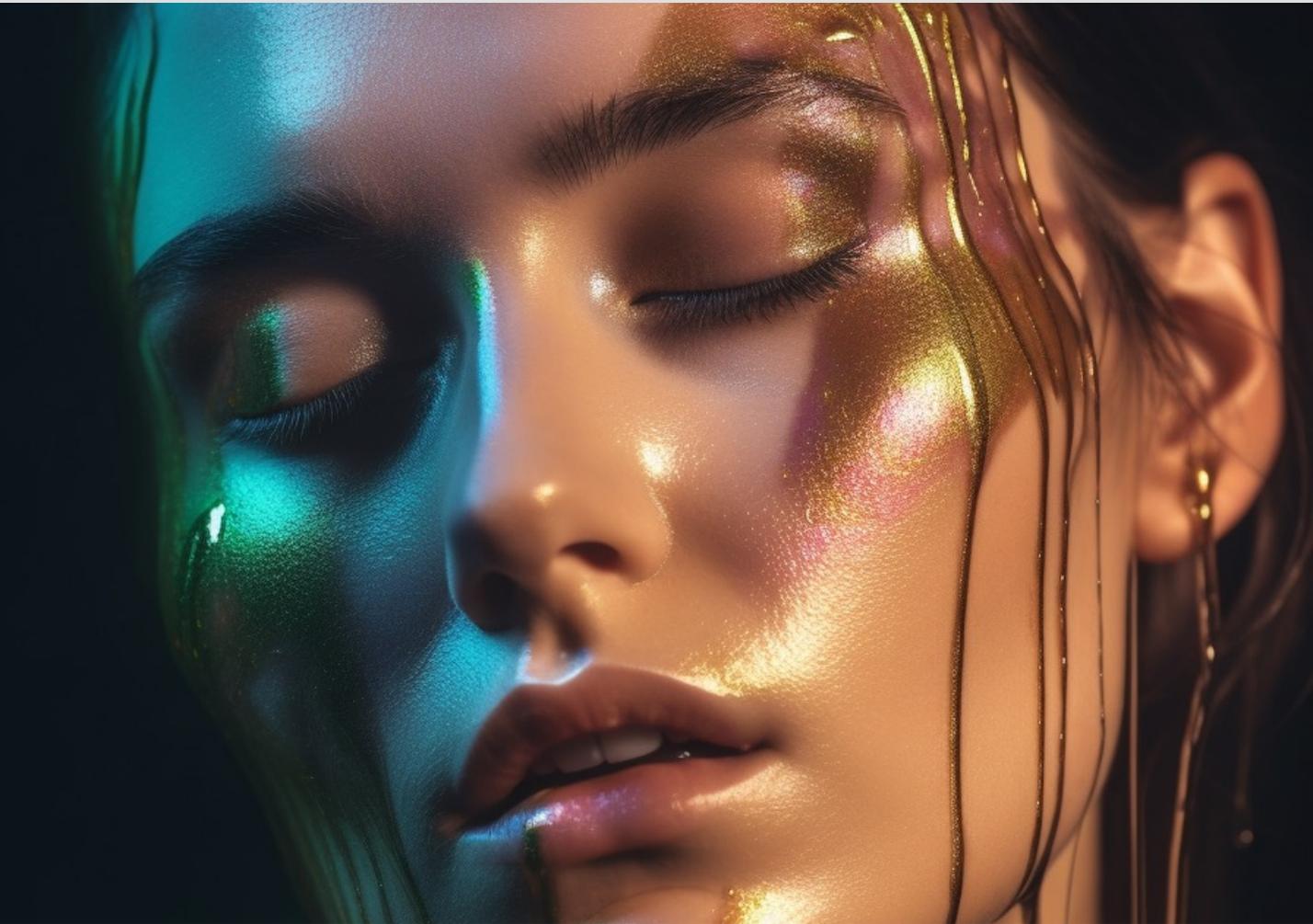
E voi avete testato alcuni di questi strumenti innovativi? Avete già capito come integrarli al meglio nella vostra strategia di marketing e nel workflow quotidiano?

**Tutte le immagini inserite nel presente pov sono state create con il software Midjourney*

Login to Web3: dal text to text al text to 3D



Siamo solo all’inizio della rivoluzione dell’intelligenza artificiale generativa, ma nonostante le sfide, anche etiche, che pone la creazione di massa di contenuti nuovi, si tratta di un campo che va studiato con attenzione fin d’ora”.



Any questions? We're here to help.
Please contact

**Vincenzo Cosenza &
Wavemaker Metaverse Editorial Team**

Wavemaker

Grow fearless