

Según estimaciones, el nivel de implementación de IA en diferentes países de América Latina puede verse de la siguiente manera: Brasil 30 %, México 25 %, Argentina 20 %, Chile 15 %, Perú 8 %, Honduras, Nicaragua y Paraguay menos del 5%.

Entre los sectores económicos principales donde se implementó exitosamente la IA se encuentran el sector financiero («BBVA» (México) ha desarrollado un chatbot que responde a preguntas de los clientes, proporciona información sobre productos y servicios y ayuda con las transacciones), retail («Falabella» (Chile) utiliza IA para optimizar la cadena de suministro, personalizar recomendaciones para los consumidores y gestionar el inventario), el sector sanitario («Hospital Italiano de Buenos Aires» (Argentina) desarrolla algoritmos de IA para el diagnóstico precoz de enfermedades, mejorando los resultados del tratamiento y optimizando el uso de los recursos médicos), el sector educativo («La Universidad de San Pablo» (Brasil) utiliza la IA para personalizar el aprendizaje, evaluar el conocimiento, adaptar los planes de estudio a las necesidades de los estudiantes y mejorar la calidad de la educación), sector logístico («Uber» (América Latina) utiliza IA para optimizar rutas, fijar precios para los viajes y mejorar la seguridad de los pasajeros).

Las perspectivas para el desarrollo de la inteligencia artificial en América Latina son muy optimistas. La región tiene un potencial significativo para la adopción de la IA, que puede contribuir al crecimiento económico (automatización, mejora de ventajas competitivas), el desarrollo social (mejorar la asistencia sanitaria y la calidad de vida, personalizar la educación, gestión de infraestructura urbana) y ecológico (protección ambiental).

ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

V. Barsoukévitch
В.Э. Барсукевич
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель И.И. Бартенева

L'ÉCONOMIE DE L'ATTENTION: L'IMPACT DES APPLICATIONS MOBILES SUR NOTRE BIEN-ÊTRE

Экономика внимания: влияние мобильных приложений на наше благополучие

Dans un contexte de surabondance de contenu et d'information, l'économie de l'attention s'impose comme un modèle qui pousse les applications mobiles à capter l'attention des utilisateurs pour maximiser l'engagement. En 1971, l'économiste et lauréat

du prix Nobel Herbert A. Simon, qui a inventé le terme, écrit: « La richesse de l'information entraîne une pauvreté d'attention et un besoin de répartir efficacement cette attention parmi la surabondance de sources d'information susceptibles de la solliciter».

Le but de la recherche est d'explorer comment les applications mobiles affectent notre bien-être en raison de l'économie de l'attention. L'étude proposera des solutions pour promouvoir une utilisation plus éthique et responsable des applications.

En 2024, l'impact de l'économie de l'attention est de plus en plus préoccupant. Selon les statistiques, l'utilisateur moyen passe environ 4,8 heures par jour sur son smartphone, ce qui représente une augmentation significative par rapport aux années précédentes. De plus, près de 70 % des utilisateurs déclarent ressentir une certaine forme de fatigue ou de stress numérique en raison de la surconsommation d'applications. Les algorithmes et les notifications sont conçus pour maintenir l'utilisateur actif le plus longtemps possible, ce qui peut engendrer des effets secondaires négatifs tels que la dépendance, la perte de productivité et l'anxiété.

Les applications, notamment les réseaux sociaux et les plateformes de médias, maximisent le temps passé par les utilisateurs pour augmenter leurs revenus publicitaires et la valeur perçue de leur plateforme. Les notifications push jouent un rôle crucial pour rappeler l'existence de l'application. Elles augmentent les taux de rétention de 56 % à 180 %, en particulier lorsqu'elles sont personnalisées. Les récompenses et le renforcement positif sont aussi des moyens efficaces de fidélisation; par exemple, l'application Starbucks utilise un programme de points pour encourager les achats récurrents. Enfin, le défilement infini incite les utilisateurs à passer plus de temps sur l'application en offrant un flux continu de contenu, augmentant ainsi la rétention et l'engagement. Grâce à son défilement infini et à un algorithme de recommandations personnalisées qui favorisent l'engagement des utilisateurs, TikTok a réussi à atteindre plus d'un milliard d'utilisateurs actifs par mois en 2023, avec une utilisation quotidienne moyenne dépassant 90 minutes.

Pour atténuer les effets néfastes de l'économie de l'attention, les développeurs peuvent embrasser un modèle de «design respectueux». **Limiter les notifications intrusives** permet non seulement d'optimiser la qualité des interactions, mais aussi de créer une expérience utilisateur plus fluide et moins perturbante. En mettant **l'accent sur des «métriques de qualité»**, les entreprises pourraient réévaluer le succès de leurs applications en se concentrant sur le bien-être et la satisfaction des utilisateurs plutôt que sur le simple temps passé en ligne. **Intégrer des outils de «bien-être numérique»**, comme des rappels pour faire des pauses, pourrait transformer l'utilisation des applications en une expérience plus saine et équilibrée. Par ailleurs, **l'intelligence artificielle** offre des opportunités fascinantes: elle pourrait personnaliser les recommandations pour afficher le contenu pertinent au bon moment, créant ainsi une interaction enrichissante sans tomber dans le piège de l'addiction.

En conclusion il faudrait constater que l'économie de l'attention a des effets délétères sur le bien-être des utilisateurs d'applications mobiles, soulevant des préoccupations croissantes quant à la santé mentale et à la qualité de vie. Pour y remédier, les

développeurs devraient créer des applications plus respectueuses, en limitant les notifications intrusives et en se concentrant sur le bien-être des utilisateurs. Ces changements pourraient rendre l'utilisation des applications plus saine et équilibrée.

А. Бézhéleva
А.Ю. Бежелева
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель A.B. Темнохуд

L'IA DANS LA MUSIQUE: APPLICATIONS ET PERSPECTIVES

Искусственный интеллект в музыке: использование и перспективы

L'intelligence artificielle (IA) révolutionne de nombreux secteurs, et l'industrie musicale ne fait pas l'exception. Des technologies émergentes comme les algorithmes de recommandation, la composition automatisée et l'analyse des données modifient les pratiques de création, de production et de distribution musicales. Selon Cherie Fu, fondatrice du réseau de recherche et d'intelligence pour l'industrie musicale Water & Music, l'IA est «...la technologie la plus perturbatrice pour l'industrie musicale depuis l'ère du piratage Napster» [1]. Ces innovations soulèvent cependant des questions complexes concernant la créativité, la propriété intellectuelle, l'attribution artistique et l'éthique.

Le but de la recherche est d'étudier la mise en application de l'IA dans la musique, de révéler ses avantages et ses défauts et de définir les perspectives de l'IA dans l'industrie musicale.

Au cours des dix-huit derniers mois, de nombreux outils et plateformes d'IA musicale ont vu le jour, développés aussi bien par des startups que par des géants technologiques tels que Google, OpenAI et ByteDance. Ces technologies permettent de générer des morceaux de musique originaux et personnalisés en quelques secondes à partir d'une simple description textuelle. Grâce à ces outils, même des personnes sans expérience musicale peuvent créer des compositions, les soumettre à des services de streaming et en tirer des revenus. Il est estimé que plusieurs centaines de milliers de chansons générées par l'IA sont actuellement disponibles sur des plateformes comme Spotify, Apple Music et Amazon Music.

L'un des aspects positifs de l'IA musicale est qu'elle permet à des aspirants musiciens de s'exprimer et de partager leur art. Pour beaucoup, l'IA offre l'opportunité de contourner les obstacles économiques et structurels du secteur. En même temps, cela ouvre des débats sur la qualité et l'originalité de la musique produite ainsi que sur la valeur des compétences humaines en musique.

Cependant, l'IA ne se limite pas à la création de musique originale. Elle est également utilisée pour générer des imitations d'artistes connus, en clonant leurs voix et en