

Traduzione automatica, la «scoperta» di Ebay...

Nel 2014 il sito Ebay ha sperimentato un proprio software di traduzione automatica, ottenendo un risultato di crescita nel commercio, pari al 10.9%, nei paesi dove si è usato questo sistema. La percentuale di crescita è avvenuta in tempi estremamente veloci, tanto da attirare l'attenzione dell'analisi dei dati da parte di Erik Brynjolfsson, professore di scienze mana-

geriali alla MIT Sloan School of Management, e Xiang Hui e Meng Liu, assistenti di cattedra alla Olin Business School nell'Università di Washington di St. Louis, autori dell'articolo «Le macchine di traduzione automatica hanno impatto sul commercio internazionale? Ricontra da una Grande Piattaforma Digitale» apparso nell'edizione di dicembre del Manage-

ment Science. Nello studio di Brynjolfsson e dei suoi co-autori viene presentato ciò su cui, inizialmente, il programma di traduzione automatico si era focalizzato, ossia le traduzioni dall'inglese

all'italiano, per facilitare la comunicazione commerciale tra gli Usa e l'America Latina. Analizzando i dati presi dall'amministrazione di Ebay, è emerso che non vi era stato semplicemente un boom di

vendite dei prodotti, bensì un incremento commerciale pari all'1.09% per ogni parola aggiunta nella trasposizione traduttiva presente nelle presentazioni degli articoli in vendita del sito. L'articolo di ricerca nasce dal quesito sull'uso di forme di intelligenza artificiale -AI- nel campo economico. Seguendo questi studi, Brynjolfsson ha scoperto che l'adozione dell'intelligenza artificiale può portare nella produttività economica la cosiddetta «curva a J», dove l'impatto con la nuova tecnologia può far sem-

brare che essa subisca un rallentamento. Bisogna infatti tener conto che l'intelligenza artificiale necessita spesso di investimenti complementari, come ridefinire il processo di business, co-inventare nuovi modelli, investire nel capitale umano. Tuttavia Brynjolfsson redarguisce dalle generalizzazioni. Come afferma lui stesso: «Questo è un caso dove non c'è stato bisogno di altri cambiamenti per raggiungere i benefici della compagnia, ma in altri, più complicati, essi sono stati necessari».

Chiara NIGLIATO



APOSTOLATO **a** DIGITALE

condividere codici di salvezza

Ecco Hug, la scimmietta che insegna l'empatia

«Empatia» ed un vero e proprio metodo, in lingua coreana, è il nome della pagina Facebook «Nunchi.it» creata da Federica Smania e Isabella Zaranoniello, laureande alla specialistica in Progettazione pedagogica per i minori in Università Cattolica, a Piacenza. L'idea del progetto è emersa come risposta spontanea all'emergenza e tutto è partito dall'immedesimazione nei bambini, in questo lungo tempo di incognite, confusione e paura. Attraverso piccoli racconti, fatti di poche e semplici parole affidate alla scimmietta «Hug», che in inglese significa «abbraccio», le parole hanno toccato temi più che mai attuali, con la delicatezza necessaria per i bambini e l'utilità di sostegno al dialogo in famiglia. La verità anche ai i bambini: è sempre più nota l'importanza di raccontare e dire

come stanno le cose effettivamente ai bambini e questo è l'intento di Nunchi; i racconti si snodano giorno per giorno: «Spieghiamo loro cosa sta accadendo con un linguaggio che possano comprendere: ripeterlo ai bambini, probabilmente servirà anche ai grandi. Alcuni post propongono anche giochi da fare insieme o danno spazio alle voci dei bambini in un'ottica 'Peer to peer'». Le tematiche proposte sono quelle dell'emergenza che stiamo vivendo, come l'utilizzo della mascherina, le regole igieniche da seguire, il metro di distanza. I piccoli spaccati narrativi si incentrano anche sulla promozione di valori quali la vicinanza e l'unione, scegliendo contenuti provenienti da tutto il mondo: dall'Argentina, dalla Cina, dalla Nuova Zelanda, paesi che stanno vivendo la stessa emergenza.

«Pensiamo sia utile proporre ai genitori delle attività da fare con i propri figli, così attingendo dalle nostre esperienze di tirocinio suggeriamo giochi e nuove routine casalinghe», spiegano le protagoniste. Per il futuro, pensando ad un nuovo periodo luminoso e diverso da quello che si sta attraversando, nuove modalità per continuare a essere «connessi» con le famiglie e i bambini sono in cantiere. Rispetto al percorso formativo che le ragazze stavano svolgendo in Università Cattolica è ben ferma l'idea che di fronte a questa emergenza sanitaria c'è stata l'esigenza di reinventarsi e di adattarsi e grazie al bagaglio di metodologie pedagogiche già in loro possesso, si sono messe in gioco in questo nuovo modo di fare relazione.

Sara MOLINATTI



ANALISI – IL CONFRONTO TRA CONVERSAZIONI E RIUNIONI REALI E VIRTUALI, GLI ASPETTI DA TENERE PRESENTE

Cosa ci perdiamo nelle videochiamate?

In questi mesi di impossibilità di rapporti «dal vivo», abbiamo scoperto come mezzo di relazione le videoconferenze. Zoom, Hangouts, sono decine le piattaforme che ci stanno permettendo di riunirci, seppur virtualmente, permettendoci di portare avanti (forse a volte anche in maniera bulimica) qualsiasi tipo di attività sociale e renderla quanto più possibile vicina alle modalità «offline» con cui siamo abituati a vivere. Apparentemente ci sembra una replica di ciò che già viviamo normalmente, ma è proprio così?

Gli organi di senso sono lo strumento principale con cui ci mettiamo in relazione con l'altro. Filtrando la percezione che abbiamo del mondo, infatti, rendendo la nostra vita relazionale non concepibile senza di loro.

Fruendo le nostre relazioni attraverso uno schermo e una connessione digitale, però sacrificiamo parte di questa percezione, anche se il fatto di poter sentire e vedere gli altri ci dà la sensazione di poter in parte recuperare. Ed in fondo è così, ma sicuramente qualcosa si «perde», nel passaggio attraverso lo schermo. Pensiamo ad esempio ad una videochiamata: a volte l'audio arriva in ritardo, così ci si parla uno sopra l'altro, se non ci si ricorda che non si possono usare i tempi che siamo abituati ad utilizzare in presenza. Oppure l'audio si sente a scatti, o si creano molti spazi di silenzio in cui chi riceve il messaggio sta in realtà aspettando che tutto il messaggio arrivi a destinazione.

La stessa cosa succede nella dimensione della vista, perché spesso non sappiamo dove guardare: se io voglio far vedere all'altro che lo sto guardando, devo fissare la webcam. Ma se fisso la webcam, perdo il mio contatto visivo con l'altro. Se invece fisso l'altro sullo schermo, avrò la sensazione che stiamo guardando il suo busto e non riuscirà a percepire il contatto visivo.

Così, per quanto ci «vediamo» davanti ad una telecamera diventa difficile percepire il contatto visivo, quel guardarsi



negli occhi che nella relazione «offline» a volte riesce ad esprimere senza tante parole. Nella videochiamata numerose diventa difficile mantenere lo sguardo sul quadrato di chi parla, e forte è la tentazione di guardare il nostro oppure di fare altro. Certo, alcune sono situazioni in cui si troviamo anche nella dimensione offline, ma il digitale, rispondendo ad una sua intrinseca vocazione, amplifica e rende tutto più visibile. E alla fine della videochiamata, ecco quei 10 secondi di «vuoto»: un misto di solitudine e sospensione nel prendere consapevolezza che quel momento relazionale «è finito». Abbandonare la relazione con un click ci fa vivere il distacco in maniera molto più netta e veloce rispetto alla dimensione offline.

Le nostre relazioni digitali sono poi anche terreno

di sviluppo di nuovi valori simbolici della percezione di sé. Sì, perché attraverso una webcam permettiamo agli altri di entrare dentro al nostro spazio vitale quotidiano. Così tutto parla di noi: lo sfondo, i movimenti delle nostre mani, anche il nostro abbigliamento.

Nelle videoconferenze racchiudiamo la nostra dimensione sociale dentro ad un rettangolo che diventa il luogo privilegiato del racconto che facciamo di noi. Così, in assenza delle altre dimensioni, il linguaggio visivo assume il ruolo di protagonista indiscusso e il nostro essere in questa unica realtà relazionale fa collassare la differenza tra reale e virtuale incorporando dentro di sé tutto il resto. Diventiamo infosfera. L'aspetto visivo diventa lo strumento, il mezzo attraverso cui passa il messaggio, e questo fa sì che diventi importante curare come mostrarci. E queste forzate relazioni, attraverso il digitale, ci possono aiutare a comprendere come vivere dentro all'infosfera, che ci pone dentro ad una dinamica nella quale ogni azione, tutto ciò che gli altri vedono di noi, è un messaggio e simbolo che aiuta alla costruzione del giudizio degli altri su di noi.

Daniela BAUDINO
Docente ITC Rosselli - Genova

Rerum Futura

I giovani del progetto universitario ed interreligioso Rerum Futura, promosso dalla Pastorale Universitaria con la Confederazione Islamica Italiana e l'Unione delle comunità ebraiche,



tornano ad affrontare i grandi temi della trasformazione digitale

con due webinar di alto livello. Si comincia il 9 di giugno alle 18 con padre Paolo Benanti, Francescano del Terzo Ordine Regolare, teologo presso la Pontificia Università Gregoriana ed autore di numerosi testi sulla trasformazione digitale. Il tema sarà: «Il digitale ed il tempo di covid 19». Dal qr code la presentazione dell'incontro con il link per seguirlo in diretta o differita.