

Colloqui di lavoro: un algoritmo valuta se il candidato è adatto

Il colosso dei supermercati Esselunga fa da apripista sperimentando una modalità di assunzione che garantisce non solo il distanziamento, ma anche la selezione dei candidati in tempi notevolmente ridotti. Infatti, grazie all'applicazione di un algoritmo nel proprio processo di recruiting, quest'anno non avrà bisogno di personale che

svolga i colloqui e indichi i migliori candidati. Il job day si svolgerà interamente online ed i video di presentazione verranno valutati dall'algoritmo che, in base alla corrispondenza tra necessità aziendali e profilo dei potenziali dipendenti, creerà un ordine tra le candidature. In una fase successiva i video che si trovano nelle prime posizioni passeranno



al team di selezione delle risorse umane che, sempre da remoto, potrà individuare chi è più adatto per le posizioni offerte. Per raggiungere questo risultato i test sono

stati molteplici – assicura Daniele Del Gobbo, talent acquisition&employer branding manager – ed è stata svolta una lunga sperimentazione che ha condotto a confronti continui tra il

riscontro dell'algoritmo ed il giudizio del selezionatore, affinché questi si allineassero quanto più possibile. Dopo un anno di prove si è raggiunta una corrispondenza del 70%, una percentuale pari a quella riscontrata tra due diversi recruiter. Con questa innovazione potranno partecipare alle selezioni 5mila persone, un numero notevolmente superiore rispetto a quello che si potrebbe sottoporre ad un reclutatore umano. Inoltre, questa modalità permetterà la creazione di una banca

dati di video presentazioni che garantirà ad Esselunga la possibilità di assunzione di nuovo personale evitando il lancio di un'altra campagna. Considerando i vantaggi di questo sistema, Del Gobbo sembra molto sicuro che quando si ritornerà alla normalità, il processo resterà in parte automatizzato, perché con la pandemia è stata sdoganata la digitalizzazione di molte attività, inclusa quella del colloquio che viene ora effettuato online da moltissime imprese.

R.V.

APOSTOLATO DIGITALE

condividere codici di salvezza

ANALISI – GLI EFFETTI SUI SOCIAL DI UNA SOCIALITÀ MEDIATA CHE PRESUPPONE UNA FIDUCIA VIRTUALE

Intelligenza artificiale, mappe contro la povertà

L'intervento dell'Intelligenza artificiale non si ferma alle azioni a scopo di lucro. Secondo uno studio dell'Università di Stanford pubblicato su Nature Communications è possibile servirsi dei satelliti già in uso per mappare le città con un diverso fine, quello di verificarne lo status economico ed i livelli di povertà. Grazie ad uno strumento che analizza i territori secondo indicatori quali strade, zone agricole, abitazioni ed illuminazione notturna è stata fatta una ricerca che ha permesso una valutazione sulle condizioni di circa 20 mila villaggi africani. Servendosi del supporto dell'Intelligenza artificiale basata su algoritmi di deep learning è possibile il reperimento di molteplici informazioni oggettive.

Uno strumento analizza i territori in base a strade, scuole...e valuta così le condizioni dei villaggi

Così, grazie ad un processo di rielaborazione e raggruppamento automatizzato, i ricercatori hanno potuto restituire un'analisi più precisa della situazione socio-economica delle zone osservate. I dossier relativi ai villaggi sottoposti allo studio erano già disponibili ed in questo modo si è riusciti a testare la validità della ricerca e a comprendere le potenzialità del modello utilizzato. Questo non è da considerarsi come un modello sostitutivo a quello di ricerca basato su sondaggi condotti nei territori – precisa la relazione della Stanford – bensì come un programma integrativo che può intervenire dove l'essere umano ha delle lacune. Inoltre, con questo metodo, sembra possibile l'osservazione dello sviluppo di quei territori in cui si riscontrano difficoltà di analisi a causa della carenza di informazioni reperite secondo i metodi tradizionali. Dal confronto dei dati di cui dispone l'intelligenza artificiale è possibile avere risposte riguardanti le motivazioni di crescita o di recessione di alcune zone e suggerire programmi di azione mirati. Si tratta di nuove possibilità per una comprensione più approfondita dei fenomeni socio-economici per progettare interventi precisi ed efficienti, favorendo la scelta di policy appropriate. Si tratta di una ulteriore possibilità per l'intelligenza artificiale: mostrare una via innovativa e funzionale alla lotta contro la povertà.

Jasmine MILONE

Amici di Facebook, attenti ai «troll»!

La Rivoluzione Digitale e l'introduzione dei nuovi media hanno creato nuove opportunità di «con-tatto». Grazie ai Social Network, ad esempio, si superano tutti quei vincoli di in-disponibilità spazio/temporale degli interlocutori, generando un contesto virtuale, in cui la relazionalità è mediata. Tale mediazione modula le interazioni, partendo dal presupposto che alla base della relazione mediata ci sia fiducia nell'identità dell'interlocutore presente dall'altro lato dei dispositivi. Con la nascita del Web 2.0, persino il concetto di fiducia ha subito una ri-significazione. Dal principio, il termine 'fiducia' deriva dalla parola latina 'fides' che ha generato usi differenziati che sottendono valori sociali come 'fede', 'fiducia', 'fedeltà' e 'credito'. In tutte queste sfumature di significato, bisogna tener conto che la fiducia, intesa come «l'aver fede nella trasparenza delle intenzioni altrui» è messa in discussione nelle interazioni mediate, soprattutto con la nascita di alcuni fenomeni, come il trolling, che trasformano la relazione di fiducia da relazione a meta-relazione. Si parla di meta-relazione, in quanto si fa riferimento alla multidimensionalità del suo instaurarsi e l'uomo «fluido» contemporaneo modifica non solo la percezione di ciò che vive, ma anche l'essenza stessa dell'esperienza, ovvero il «chi è». La sua identità, pertanto, risulta un'identità ri-scritta per mezzo dei dispositivi tecnologici. Ridefinire la propria identità in un contesto digitale è, per molti versi, vantaggioso perché consente di prendersi del tempo per ripensarsi e scegliere delle rappresentazioni di sé più adatti alla volontà di essere costantemente visibile. Tutto ciò si amplifica in un ambiente virtuale, nel momento in cui si crea un'identità non reale con l'intento di agire in modo provocatorio nei confronti del prossimo. Si assiste al fenomeno del 'trolling': ovvero perso-



ne che cercano deliberatamente di creare discussioni o seminare discordia con commenti negativi, insulti o provocazioni, cercando di allungare i tempi di discussione. Infatti, «agire come un troll è un gioco di false identità, compiuto senza il consenso degli altri partecipanti». Il troll cerca di farsi accettare come legittimo utente e interviene fin quando gli altri partecipanti non riconoscono la falsa identità o fino a quando diminuisce il divertimento che il troll prova nell'agire in maniera provocatoria. Quando, però, il troll utilizza una comunicazione ostile, come insulti relativi al carattere, o l'aspetto fisico di una persona, la reazione più naturale è quella di rispondere allo stesso modo; oppure quella di rispondere con una certa dose

Ci sono persone che cercano deliberatamente di creare discussioni o seminare discordia con commenti negativi, insulti o provocazioni, cercando di allungare i tempi di discussione

di aggressività, proporzionale all'offesa, man mano che «lo scontro» si acuisce, le persone utilizzano espressioni sempre più offensive. Anche chi tenta di placare la discussione dall'esterno ne rimane, tuttavia, coinvolto pur impiegando spesso l'ironia. A livello individuale il fenomeno del trolling comporta la scissione tra identità reale e identità virtuale; agendo nell'anonimato l'identità

virtuale può mettere in atto comportamenti anche non socialmente accettabili, come modalità comunicative ostili. Il lato «dark» del trolling può avere effetti negativi soprattutto nei pre-adolescenti e adolescenti, con la generazione di fenomeni abbastanza conosciuti, come il cyberbullismo. Ma cosa succede quando queste modalità comunicative non bastano come protezione? E, soprattutto, il trolling è sempre un gioco negativo di false identità? Secondo Carlo Brunelli, in arte Tranelli, troll «buono» di professione, la cui particolarità è quella di essere forse l'unico in Italia a trollare seguendo metodi rigorosamente scientifici: quanto sarebbe noioso il web senza i troll. Rete, però, sempre secondo Tranelli/Brunelli, è popolata anche da troll buoni, il cui unico scopo è l'intrattenimento, attraverso l'umorismo. Se si dovesse pensare ad una figura che rappresentasse i troll, sarebbe quella del Joker e, proprio come il Joker, i troll agiscono come agenti del caos in Rete, sfruttando le «hot-button issues», ovvero delle risposte rapide con l'intento di infastidire. Questo è il motivo per cui i novizi utenti di Internet e dei Social cadono nella trappola del troll, essendo vittime di un gioco di fede, in cui vengono regolarmente ammoniti con il: «Non dare da mangiare ai troll!». **Isabella QUATERA**
Concetta PAPAPICCO
Università di Bari

Saperi Digitali

«Saperi Digitali», la rubrica radio a cura del Servizio per l'Apostolato Digitale, in onda al sabato mattina sulle frequenze radiofoniche del circuito Zipnews.

