

TITOLO: Il ruolo dei Big Data per le Organizzazioni Pubbliche e Private

Data: 13 febbraio 2020

Il Docente: Prof. Simone Borra

Cattedra: Statistica

Manager: Dott. Nicola Scarfone

Azienda: SAS

Settore: Software di intelligenza artificiale

Profili professionali di riferimento: Data Scientist

Perché è importante parlare di Big Data? Cosa si intende per Big Data? Cosa possiamo ottenere con i dati? E come? Questi sono i temi a cui il seminario “Il ruolo dei Big Data per le Organizzazioni Pubbliche e Private”, con la partecipazione del Prof. Simone Borra e del Dott. Nicola Sarno, vuole rispondere.

Al giorno d’oggi, non esiste niente lontano dai dati. Nelle metà degli anni ’90 internet era limitato a poche aree quali operazioni militari, operative, ospedali. Dopo lo sviluppo del World Wide Web (www), quella piccola rete limitata è stata diffusa in tutto il mondo fino a diventare quanto conosciamo oggi.

Questo cambiamento lo stiamo vivendo nuovamente, in questi anni, attraverso gli analytics. Stiamo vivendo un cambiamento epocale che rivoluziona il nostro modo di vivere. Questo cambiamento è guidato dai big data. Oggi abbiamo una grande quantità di dati e molti strumenti per analizzarli e gestirli. Ma dove ci sta portando questo cambiamento?

Basti pensare alle novità, in termini di comunicazione, apportate da Facebook. Al suo ingresso, sembrava essere insostituibile. E invece, nell’arco degli ultimi cinque anni sono nate nuove piattaforme, con nuove forme di comunicazione (Instagram, Twitter, TikTok). Tutto ciò che viene comunicato rappresenta dei dati. Il tema è stato quello di individuare le tecnologie e le competenze che consentano di estrapolare informazioni da questi dati. Tuttavia, i dati, da soli, non servono a molto se non si è in grado di estrapolare delle informazioni, attraverso un’intelligenza. La tecnologia che si occupa di questo è chiamata AI (intelligenza artificiale). L’intelligenza artificiale è in grado di analizzare numeri, immagini, suoni, dati, video. È bene però tenere a mente che una macchina non può inventare, una macchina può replicare. È per questo che definiamo l’intelligenza artificiale come “la scienza di allenare i modelli ad avere comportamenti che una persona con poca esperienza non sa distinguere da un essere umano”.

Approssimativamente, gli esseri umani generano 1,7 MB al secondo. Nel biennio 2013-2015, i dati generati sono pari a quelli generati in tutta la storia dell’uomo fino al 2013. E i dati continuano a crescere, così come le tecnologie. Basti pensare che oggi il dato viene letto nel momento stesso in cui viene emesso.

Ma chi analizza, alla fine, questi dati? È qui che interviene la data science. “La data science è la scienza che viene utilizzata per analizzare i big data, è un insieme molto ampio di competenze quali, tra le altre, matematica, statistica, informatica, economia”. Il professionista che si occupa di data science è chiamato data scientist. Nell’ottobre 2012, Harvard Business Review ha pubblicato un articolo dal titolo “Data Scientist: The Sexiest Job of the 21st Century”. Il data scientist richiede tanta passione, tanta voglia e tante competenze. Non è un lavoro facile, ma restituisce tanta gratificazione. È un lavoro teso alla ricerca di nuovi valori, nuovi insight, nuovi obiettivi. “Quello che per me è il presente, per i miei clienti è il futuro”, ci dice il Dott. Simone Scarfone.

Il data scientist applica gli analytics, ovvero dei modelli statistici che aiutano a scoprire, interpretare e, soprattutto, comunicare informazioni rilevanti all’interno di dati. È qui che subentra la necessità di sviluppare competenze relazionali e sociali. Saper comunicare, saper sviluppare questa dimensione umana, è fondamentale tanto quanto studiare o saper scrivere codici e algoritmi.

Qual è, quindi, il percorso da fare per diventare data scientist? Di fatto, un percorso vero e proprio non esiste ancora (sebbene stiano nascendo diversi corsi di formazione in merito). Considerando che “il 60% dei lavori che faremo ancora non esistono”, sapere di volerlo fare è sicuramente un buon punto di partenza, se abbinato alla passione, alla curiosità e alla consapevolezza di poter creare un valore non necessariamente inteso come ricavi o profitti, ma più in generale come benessere.

