

Analisi

MASSIMO RUSSO

# I social network per misurare l'occupazione e il benessere

Da Google e dalla rete informazioni in tempo reale

Una buona parte dell'economia e della politica ruota attorno all'interpretazione della realtà e delle percezioni. Si tratti di indicatori come la disoccupazione, l'inflazione, gli ordinativi dell'industria, oppure di stime sulla fiducia dei consumatori, con gli strumenti tradizionali queste informazioni arrivano settimane dopo la loro rilevazione. Ora si può fare di meglio. Stando ai dati Audiweb, circa 30 milioni di italiani si collegano a Internet nel corso di un mese, 22 ogni giorno. Usiamo la rete per raccontare come stiamo e come la pensiamo, per effettuare transazioni commerciali, per informarci. A questo aggiungiamo i dati che vengono rilevati ogni istante dai dispositivi connessi. I telefoni che abbiamo in tasca, i pagamenti con carta di credito e bancomat, i casselli autostradali, le auto.

Le Sim dei cellulari sono ormai sette miliardi, tante quanti gli abitanti del piano,

e nel 2020 ci saranno dieci dispositivi connessi per ognuno di noi. L'interpretazione di questa enorme mole di informazioni si chiama *Big Data*, e la scienza che permette di interpretarli *nowcasting*, ovvero previsione in tempo reale. Come ha dimostrato Hal Varian, capo economista di Google, è possibile utilizzare le domande che facciamo al motore di ricerca per stimare come si stia muovendo l'occupazione o la vendita di automobili, non solo a livello nazionale ma anche locale. La verifica effettuata a valle con le informazioni tradizionali serve per avvalorare le stime, e - se necessario - ritoccare i modelli di calcolo. Ricerche accademiche lo hanno confermato. Sia negli Stati Uniti, dove il Mit così produce un indice dei prezzi quotidiano, sia in Italia.

Tutto ciò è utile per la politica economica e per le aziende. Wal-Mart, una catena di grande distribuzione, registra ogni ora un milione di transazioni compiute dai propri clienti. Il



**1**  
milione  
Le transazioni  
dei clienti  
che una  
grande  
catena  
di distribuzione  
come  
Wal-Mart  
registra  
ogni ora

database della società è pari a 167 volte le informazioni contenute nei volumi della biblioteca del Congresso degli Stati Uniti. Sulla base di questo sapere la società decide la propria strategia commerciale. I dati sono il petrolio della nostra epoca. È per questo che Google e Facebook ne sono assai gelosi, mentre Twitter li vende a caro prezzo. «L'analisi delle conversazioni sui social può dare anche informazioni sugli orientamenti politici o sul pensiero dell'opinione pubblica rispetto ai grandi temi

**7**  
miliardi  
Le Sim dei  
cellulari sono  
ormai tante  
quante gli  
abitanti  
del pianeta

dell'attualità», afferma Luigi Curini, associato di Scienze politiche alla Statale di Milano e socio di Voices from the blogs, uno spin off dell'università partecipato dalla società demoscopica Swg. Partiti politici e istituzioni hanno iniziato a farvi ricorso. Fu Curini a prevedere nel 2013 il risultato del M5S alle elezioni politiche attraverso l'analisi di Twitter. Un suo progetto sulla misurazione del benessere dei cittadini è stato uno dei cinque vincitori del *Big Data contest* bandito da Istat e Google. «Analizziamo 500 mila tweet al giorno con un algoritmo brevettato», spiega, «e ora lavoriamo anche in Giappone». Le conversazioni in rete raccontano quel che l'Italia pensa del terrorismo, delle battaglie sui diritti civili, della riforma delle banche. E la lettura di questi dati influenza le decisioni della politica. Isaac Asimov, autore di fantascienza, immaginò la psicostoria, l'arte di prevedere il futuro a patto di esaminare il comportamento di un numero sufficiente di persone. Come ogni opportunità, anche questa presenta dei rischi. Soprattutto se, come ricorda Saul Wurman, fondatore del Ted, al *Big Data* non si accompagna il *Big understanding*, il grande discernimento.

@massimo\_russo