



Diario di Rete

Il commento dell'esperto



Davide Bennato, studioso di sociologia della tecnologia, insegna all'Università "La Sapienza"

La saggezza predittiva del Web

Semplice passatempo o ultima trovata a metà strada tra social networking e gioco d'azzardo? Il predictive market è molto più: è, per tante aziende, un sistema per migliorare le proprie previsioni di vendita

Una delle cose a cui il Web partecipativo ci ha abituato è il potere che hanno gli utenti di produrre contenuti. Non è un caso che tutte le applicazioni che ormai costellano il panorama dei nuovi servizi digitali sono tutte fondate su questo leit motiv: post, tag, video, foto ormai fanno parte di un ecosistema articolato di cui noi stessi spesso siamo produttori e consumatori contemporanea-

pratiche collettive del Web ci hanno abituati (è il caso del tagging e delle folksonomy). Ma in realtà, in cosa consistono i contenuti user generated?

Il bias dell'informazione

A ben vedere, i contenuti user generated si presentano come informazioni racchiuse in oggetti multimediali che, al di là della for-

sente di aggregare informazioni dando loro la struttura di una voce di enciclopedia costruita in modo collaborativo.

Utenti "veggenti"

Ulteriore domanda: c'è un modo più efficiente di aggregare i bias delle informazioni per poter produrre qualcosa di diverso da una enciclopedia? La risposta è affermativa: si possono aggregare le informazioni in modo tale da elaborare delle previsioni. Usando uno slogan: esiste un modo wiki per chiedere agli utenti Internet di prevedere il futuro. Possibile? La risposta non è solo "sì" deciso, ma è già da qualche tempo che questi strumenti esistono e vengono utilizzati. Si chiamano mercati predittivi (o *predictive markets*: per farsi un'idea http://en.wikipedia.org/wiki/Prediction_market) e sono una tecnica che sfrutta una serie di applicazioni Internet opportunamente progettate per usare

“I contenuti user generated danno molte informazioni su chi li ha prodotti”

mente. Il concetto di produzione di contenuti è un concetto che il Web 2.0 ha declinato in modo diverso. Alcune volte, i contenuti sono dei piccoli prodotti multimediali che vengono fruiti quasi fossero una versione alternativa dei prodotti che circolano nell'industria dei media (pensiamo ai clip di YouTube), altre volte, invece, i contenuti sono una forma di metadati che servono per rendere più fruibile il caos creativo a cui le

ma che assumono, danno molte informazioni su chi li ha prodotti. È la classica situazione che rende l'uso di servizi Web 2.0 una minaccia per la privacy: tutti noi sappiamo che la somma delle tracce che lasciamo su Internet – connettendoci con Facebook, scrivendo su Wordpress, postando su Twitter – dicono molto più di noi stessi di quanto saremmo disposti ad

“Si possono aggregare le informazioni in modo tale da elaborare previsioni”

ammettere. È il cosiddetto bias dell'informazione: tutto ciò che produciamo contiene qualcosa di noi. A questo punto viene da chiedersi quale sia il ruolo delle applicazioni Internet che usiamo tutti i giorni. Immediata la risposta: aggregare. Scrivere su un blog, condividere playlist, inserire foto negli album online per noi è un modo per mettere ordine nella nostra vita online, ma la piattaforma altro non fa che raccogliere dati da tutti coloro che la usano. Prendiamo il caso di Wikipedia: il wiki altro non è che una tecnologia che con-

l'intelligenza collettiva degli internauti come risorsa per prevedere il futuro di alcuni eventi. Il meccanismo di funzionamento è piuttosto semplice. Basta applicare la logica della borsa valori a titoli che rappresentano idee invece di aziende quotate: in questo caso i trader vendono e acquistano (con soldi veri o virtuali) azioni relative ad una precisa affermazione sul futuro, determinando così delle fluttuazioni del prezzo. Alla chiusura del mercato, l'andamento delle contrattazioni tra un numero sufficientemente alto di trader



Figura 1 – Anche sport: su us.newsfutures.com il 32% degli internauti ritiene che l'Italia sarà finalista degli Europei 2008

avrà determinato un certo valore alle azioni. Questo valore definisce la probabilità che ha l'evento stesso di verificarsi. Facciamo un esempio: poniamo che io voglia sapere se Barack Obama vinca le elezioni presidenziali americane. A questo punto il titolo sarà rappresentato dall'affermazione "Obama vince le elezioni" e così aprirò le contrattazioni. Chi pensa che Obama vincerà le presidenziali sarà interessato ad acquistare azioni di questo titolo determinando un aumento di prezzo; di contro, chi pensa che Obama perderà le elezioni vorrà disfarsi di queste azioni vendendole, provocando così un abbassamento del prezzo. Se un numero consistente di trader ope-

Gorge W. Bush con il democratico John Kerry: la previsione elaborata dallo IEM fu molto più accurata dei sondaggi che la società Gallup (specializzata in questo tipo di ricerche) aveva ipotizzato. Un altro mercato predittivo piuttosto importante è *Newsfutures* (<http://us.newsfutures.com>). Newsfutures è una società privata che non solo fornisce la possibilità di prevedere eventi relativi agli argomenti più diversi, ma fornisce in licenza la propria tecnologia e il proprio know-how per consentire a terze parti di sviluppare uno specifico mercato predittivo (Figura 1). Nonostante usi soldi virtuali (a differenza dello IEM che invece usa soldi veri) le sue previsioni



Figura 2 – Intrade a differenza di altre società permette anche a clienti privati di cimentarsi con il predictive markets

“ Usare l'intelligenza collettiva degli internauti come risorsa per prevedere il futuro di alcuni eventi ”

ra su questo mercato, alla chiusura – poniamo – una settimana prima delle votazioni effettive delle presidenziali americane, le azioni "Obama vince le elezioni" avranno un valore, per esempio 60\$. Questo vorrà dire che la probabilità che Barack Obama diventi il 44° presidente degli Stati Uniti sarà pari circa al 60%. Questo modo molto affascinante di aggregare informazioni ha ormai una serie consistente di applicazioni Internet: tutte (o quasi) ad accesso libero, in puro stile 2.0.

Puro stile 2.0

Una delle primissime applicazioni di questo genere è lo *Iowa Electronics Markets* (www.biz.uiowa.edu/iem). È un mercato predittivo messo in piedi per motivi didattici e di ricerca dall'università dell'Iowa nel 1988, e cerca di prevedere eventi legati alla politica americana e in cui possono operare persone di tutte le parti del mondo.

“ La somma delle tracce che lasciamo su Internet dicono molto più di noi di quanto saremmo disposti ad ammettere ”

L'efficienza di tale mercato è stata dimostrata in varie occasioni. Famoso il caso delle elezioni americane del 2004 che hanno visto contrapporsi la candidatura di

molto spesso si sono rivelate non solo esatte, ma anche particolarmente precise.

Predictive markets politici

Un'altra società che offre un servizio pubblico per la creazione di un mercato predittivo ma consente

“ I mercati predittivi sono in grado di sviluppare tutta la potenza dell'intelligenza collettiva distribuita in Rete ”

anche a clienti privati di creare la propria arena per cimentarsi con il futuro è *Intrade* (www.intrade.com). Fondata nel 1999, Intrade conta diversi clienti importanti che hanno usato la sua tecnologia (Figura 2). Come il Financial Times che ha creato *FT Predict* (www.ft-predict.com) per prevedere eventi relativi agli argomenti più disparati (dai risultati delle presidenziali USA 2008 fino alla probabilità di catturare Osama Bin Laden entro dicembre di quest'anno). Sempre

vince dal nome – serve per prevedere l'andamento delle elezioni presidenziali americane. Come si vede, molte sono le società che stanno sperimentando la possibilità di usare queste tecniche per prevedere chi sarà il prossimo presidente americano, questo ha portato la famosa webzine *Slate*

(www.slate.com) ha creato una sezione speciale del sito per aggregare i risultati dei diversi *predictive markets politici* (<http://specials.slate.com/futures/2008/>).

Previsioni a 360°

Sbaglia però chi pensa che queste applicazioni si adattino solo alle previsioni politiche. Un caso interessante è *Hollywood Stock Exchange* (www.hsx.com) in cui i trader possono acquistare titoli relativi all'industria del cinema di

fermazioni su cui la community di HSX è chiamata a fare la sua previsione. Anche la rivista *Popular Science* (www.popsoci.com) ha un suo mercato predittivo – *Popsci Prediction Exchange* (<http://ppx.popsoci.com>) – attraverso cui prova a prevedere il successo di alcune tecnologie, l'andamento di vendita delle console di videogiochi e altre affermazioni relative alla scienza e alla tecnologia. Anche in Italia sembra che qualcosa stia muovendosi. Ad esempio *Prediction People* (www.predictionpeople.com) ha pro-

vato a prevedere l'andamento delle elezioni politiche con risultati assolutamente interessanti non solo perché la previsione è stata corretta, ma anche le percentuali ipotizzate sono state in alcuni casi vicinissime al reale andamento del voto. In sintesi possiamo dire che i mercati predittivi sono un fenomeno interessante in grado di sviluppare tutta la potenza dell'intelligenza collettiva distribuita in Rete, persino in situazioni che potrebbero sembrare irrealizzabili come la capacità di aprire uno squarcio sul tempo permettendo di osservare il futuro.

Davide Bennato

Per i vostri commenti:
diariodirete@edmaster.it