

Si parte dai database degli elettori (sono pubblici). Si fanno confluire altre banche dati dai giornali locali, da fonti commerciali e social network. Attraverso sondaggi telefonici viene profilato il target elettorale. L'obiettivo è quello di indirizzare i messaggi di propaganda politica a un gruppo di elettori altamente profilati

Change.org è la più grande piattaforma di petizioni on-line al mondo con oltre 145 milioni di utenti in 196 paesi, di cui oltre 5.5 milioni in Italia. Creata nel 2007 negli Stati Uniti da Ben Rattray, fondatore e CEO di Change.org. Sostanzialmente è una piattaforma di petizioni online (<https://www.change.org/it>)

L'associazione Openpolis è indipendente dal 2006, economicamente autonoma e partecipata da migliaia di persone. Lavorano con gli open data, realizzano progetti open source, promuovono l'open government. Openpolis, è del 2007 e conta decine di migliaia di iscritti e una redazione distribuita che monitora il lavoro dei politici italiani.

Si chiama Ushahidi. È una keniota e ha monitorato la regolarità delle elezioni dell'8 novembre negli Stati Uniti. In che modo? Grazie a un software open source raccoglie su una mappa le segnalazioni di irregolarità e ne geolocalizza le denunce. Il sito si trova a questo indirizzo <https://usaelectionmonitor.ushahidi.io/views/map>

Negli Stati Uniti. Tra i clienti anche Piaggio

La scienza del voto di Civis Analytics

La sorprendente vittoria di Donald Trump, arrivata nonostante sondaggi e analisti dessero favorita Hillary Clinton, ha inferto un duro colpo alle aziende che applicano i big data alla politica. Eppure negli Usa non mancano le realtà che sono partite da qui per ritagliarsi nuove fette di mercato.

Un esempio è quello di Civis Analytics, startup fondata da Dan Wagner, il capo degli analisti della campagna elettorale di Obama nel 2012. Fu lui a guidare il team che creò Golden, algoritmo che a partire dai sondaggi indicava dove investire le risorse per garantire la vittoria finale. Dalla base di questa esperienza è nata una realtà che oggi vanta tra i suoi clienti aziende come Airbnb, Boeing, Discovery Channel e l'italiana Piaggio, che si è affidata a Wagner per rendere più efficace la pubblicità della Vespa negli Stati Uniti. Tra i finanziatori di questo progetto c'è Eric Schmidt, presidente di Alphabet, la società che controlla Google.

È attiva dal 2010 invece Votizen, startup che in pochi mesi si ha raccolto un milione e mezzo di dollari da un gruppo di finanziatori dei quali faceva parte anche il cofondatore di Napster Sean Parker. Acquistata nel 2013 da Causes, un'azienda che si occupa di campagne on line, ha sviluppato Brigade. Ovvero una piattaforma che ha permesso agli elettori di individuare il candidato più affine alle pro-

prie posizioni politiche. Il tutto rispondendo a semplici questionari su tematiche che spaziano dall'assistenza sanitaria all'immigrazione, dal controllo delle armi al fisco.

La notte elettorale americana ha visto poi andare in scena un esperimento ospitato dalla rivista Slate e che ha visto protagonista VoteCastr, startup fondata a settembre proprio per seguire l'andamento delle elezioni in sette swing state. Obiettivo mescolare i sondaggi con exit poll resi noti a seggi ancora aperti per prevedere il risultato finale. L'idea era quella di fornire ai lettori le stesse informazioni in possesso degli staff dei candidati alla Casa Bianca. Un esperimento che si è però concluso con un fallimento: il modello dava vincente la Clinton in Florida, Ohio, Pennsylvania e Iowa, tutti stati in cui invece ha vinto Trump.

Ric.S

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL CASO

Votizen

1,5 milioni

La raccolta

Votizen in pochi mesi ha raccolto un milione e mezzo di dollari da un gruppo di finanziatori dei quali faceva parte anche il cofondatore di Napster Sean Parker. È stata acquistata nel 2013 da Causes, un'azienda che si occupa di campagne on line,

In Italia. Fatturato in crescita per Voices from the blog

L'algoritmo studia le opinioni online

Ha sviluppato un algoritmo capace di formulare previsioni analizzando le opinioni espresse sui social network. E, offrendo consulenze ad aziende, istituzioni e media, prevede di chiudere il 2016 con un fatturato di 400 mila euro, con un incremento del 30% rispetto allo scorso anno.

Si tratta di Voices from the blog, spin off della Statale di Milano fondata da Stefano Iacus, Luigi Curini e Andrea Ceron, docenti e ricercatori dell'ateneo meneghino. Nata nel 2012, oggi dà lavoro a quattro persone.

«Operiamo nel campo della sentiment analysis ma più in generale dell'analisi dei big data», spiega Ceron. Questo grazie a iSA, un algoritmo capace di studiare i commenti on line. Un procedimento che passa attraverso due stadi: «nel primo un campione di testi viene codificato per istruire l'algoritmo, che quindi studia le opinioni espresse producendo risultati che hanno la stessa accuratezza di una lettura manuale».

Mescolando questi risultati con i sondaggi «siamo riusciti a registrare la risalita di Trump con diversi giorni di anticipo». Alla vigilia del voto, però, anche Voices dava vincente la Clinton. Certo, con una probabilità inferiore rispetto a quelle indicate dai sondaggisti americani. E questo proprio perché il modello teneva conto dei sentimenti sui social favorevoli al tycoon, come la stessa azienda ha spiegato ieri sul proprio sito.

Al netto di questo, rimane una questione: i social

network non sono uno specchio fedele della società. E allora perché utilizzarli come materia prima per le previsioni? «Alla base c'è l'idea che i commenti in rete siano in grado di anticipare i trend futuri. In diversi casi abbiamo registrato una capacità dei social di prevedere i cambiamenti di umore nell'opinione pubblica».

Voices from the blogs non è l'unica start-up italiana ad applicare lo studio dei dati alla politica. C'è ad esempio Policy Brain che, utilizzando gli open data, promette di rendere scientifica l'attività di lobbying. O Cuebiq, realtà italoamericana che durante la notte elettorale ha mescolato i dati degli exit poll con quelli demografici per prevedere il vincitore finale. Anche questo modello, però, ha fallito nell'Upper Midwest, dove Trump ha sovvertito i pronostici guadagnandosi la Casa Bianca.

Ric.S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA TECNOLOGIA

Analisi sui social network

400 mila

Giro d'affari 2016

Lo spin off dell'Università di Milano usa un algoritmo capace di studiare i commenti pubblicati online. Il campione di testi viene codificato per istruire l'algoritmo, che quindi studia le opinioni espresse producendo risultati che hanno la stessa accuratezza di una lettura manuale

EU
Ta
Sc
1 w
2 w
3 w
6 m
9 m
1 a
Met
1 m
2 m
3 m
6 m
LIO
Econ
e-Mi
O/N
O/N
Co
IND
NE
Ber
Gas
CRB
Gen
Ind
Cen
Bes
Met
Vala
Ene
Tass
Blog
Com
Com
Com
Com
Com
Com
Ind
Prez
Gold
Spot
Total
Excel
Me
IND
Indic
Mon
MSCI
MSCI
MSCI
MSCI
Amer
New
S&P
Nasda
Dow
Dow
Nasda
S&P
Toron
Toron
Amer
Buen
Città
San P
Afric
Johan