

Orizzonti

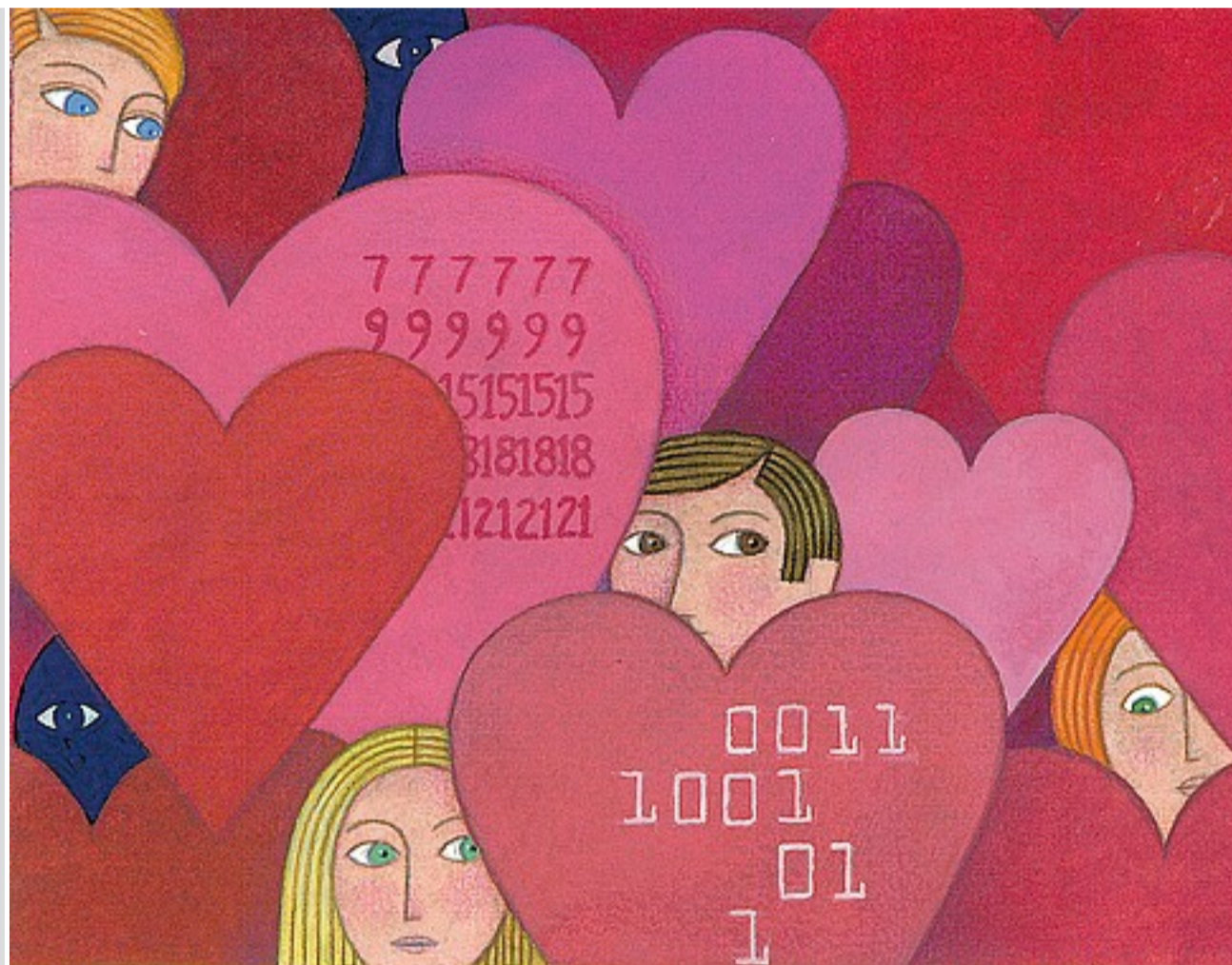
Nuovi linguaggi, scienze, religioni, filosofie

Big Data Il fondatore di OkCupid spiega a cosa serve davvero l'analisi delle informazioni sui siti specializzati

L'amore conta

Un algoritmo per gli incontri
Al resto dovete pensare voi

di ANNA MOMIGLIANO



Christian Rudder è un matematico che vende amore. Laureato ad Harvard, nel 2004 ha fondato OkCupid, uno dei principali siti di online dating degli Usa, con cinque milioni di utenti, che nel 2011 è stato venduto per 50 milioni di dollari al colosso InterActiveCorp.

Rudder ha continuato a gestire l'aspetto matematico del sito, studiando i dati degli utenti e seguendo l'algoritmo che suggerisce partner potenziali. Per individuare persone compatibili tra loro, OkCupid monitora i

suoi utenti in continuazione. Sottopone loro questionari, chiede di votare l'avvenenza delle persone, legge che cosa si scrivono nei messaggi privati.

Rudder è convinto che i milioni di dati raccolti da siti come il suo possano aiutarci a capire chi siamo e cosa vogliamo. Partendo dalla sua esperienza con OkCupid e sommandola a dati ottenuti da Google e Facebook, ha recentemente pubblicato *Dataclysm: Who We Are (When We Think No One's Looking)*, un saggio che fa un ritratto dell'umanità a partire dalle tracce che lasciamo

sulla rete, quando pensiamo di non essere visti.

Che cosa c'entrano i Big Data con i siti d'incontri?

«I Big Data riguardano la nostra vita di tutti i giorni, le tracce che lasciamo sui siti d'incontri, sui social e su Google. Ogni volta che digitiamo qualcosa, lasciamo delle impronte che raccontano chi siamo e come viviamo. Con OkCupid possiamo vedere come flirtano le persone, con chi "ci provano" e perché. Tutto questo può essere quantificato in una misura in cui prima non lo era».

ILLUSTRAZIONE
DI ANGELO RUTA

L'online dating si basa sull'idea che la compatibilità tra persone sia quantificabile. Esiste un «algoritmo dell'amore»?

«Assolutamente no! L'amore è qualcosa di unico, che non può seguire un modello matematico o un calcolo di probabilità. In base alle statistiche io dovrei essere sposato con una donna di un paio di anni più giovane di me con la passione della tecnologia. Mia moglie non è nessuna di queste cose».

Allora perché i siti come OkCupid lavorano con un algoritmo?

«Perché non ci occupiamo di amore ma di



appuntamento. E perché non abbiamo alternative. Diamo alle persone la possibilità di trovare qualcuno da invitare a cena, poi si vedrà cosa succede. Il nostro lavoro non è diverso da quello di chi dice a un'amica: "C'è un tipo che ti potrebbe piacere". Solo che per forza di cose lavoriamo su dati. Peraltro, facciamo il possibile per aggiungere un tocco di casualità. Inizialmente il nostro algoritmo lavorava solo sui dati, poi ci siamo accorti che era troppo asettico. Così abbiamo modificato la formula introducendo numeri casuali: il risultato è migliorato».

Nel libro sostiene che la distribuzione delle amicizie su Facebook di una coppia possa indicare la probabilità di divorzio.

«Cito uno studio di Jon Kleinberg della Cornell University e Lars Backstrom, un ingegnere di Facebook. Per le persone sposate, il coniuge tende ad essere il membro più "assimilato" della rete di amicizie sul social network: non quello con più amici in comune, bensì quello con più amici in comune che non si conoscono tra loro. Infatti il coniuge è l'unica persona che presentiamo a tutti: famiglia, colleghi, eccetera. Per le coppie che non seguono questo pattern la probabilità di divorzio aumenta del 50 per cento: la mancata "assimilazione" delle amicizie è indice di vite separate».

Lei sostiene che i dati raccolti online possono aiutarci a capire aspetti del nostro modo di pensare che tendiamo ad auto-censurare. Può fare un esempio?

«Un tempo, per sapere che cosa pensavano le persone, dovevamo ricorrere a sondaggi o a esperimenti a campione. Il problema è che, a domanda diretta, gli intervistati tendono a fornire risposte che li facciano sembrare migliori. Si chiama *social desirability bias* ed è il cruccio delle scienze sociali. Invece quando siamo online abbiamo l'impressione che nessuno ci stia guardando: i dati che abbiamo raccolto mettono a nudo alcuni

i



Il personaggio

Christian Rudder, 39 anni, laureato in matematica ad Harvard, è il co-fondatore di OkCupid, nonché il responsabile dell'algoritmo del sito. È anche il chitarrista del gruppo di indie rock Bishop Allen.

Da anni tiene il blog Ok Trends (blog.okcupid.com) dove commenta i dati raccolti durante il suo lavoro.

È stato criticato per avere difeso l'idea di sperimentare sugli utenti senza avvisarli

Il libro

Dataclysm: Who We Are (When We Think No One's Looking) (pp. 304, \$ 28) è il suo primo libro. Pubblicato negli Stati Uniti il 9 settembre dalla casa editrice Crown, *Dataclysm* è entrato nella lista dei bestseller del «New York Times»

pregiudizi razziali che la maggioranza delle persone non ammetterebbe in pubblico. Molti utenti dichiarano di essere disposti a uscire con una persona di etnia diversa, ma se poi guardiamo al comportamento reale scopriamo che la "neutralità razziale" è solo in astratto: le donne nere sono in media molto meno popolari di quelle di altri gruppi etnici. Il colore della pelle è ancora un fattore fondamentale nella nostra vita amorosa».

A proposito di razzismo, scrive che Google è «il depositario dell'Es collettivo dell'umanità».

«Quando effettuiamo ricerche online diamo sfogo alla nostra natura più intima. Grazie a Google Trends sappiamo che milioni di americani ogni anno cercano online la parola *nigger* (termine molto offensivo per gli afroamericani, ndr). Grazie alla funzione di autocompletamento sappiamo che una delle ricerche più diffuse sugli asiatici è: "Perché sembrano tutti uguali?"».

Cosa ci dicono i dati su quello che gli uomini pensano sulle donne?

«Che gli uomini preferiscano le donne giovani non è una novità. Osservando i dati su OkCupid però abbiamo scoperto che c'è una bella differenza tra quello che gli uomini dicono di desiderare e quello che desiderano. In media un utente maschio di 35 anni dichiara di cercare donne tra i 24 e i 40 anni. Di fatto però non contatta mai nessuna che abbia più di 29 anni. Tutte le donne più popolari hanno meno di 22 anni».

I Big Data un giorno rimpiazzeranno le scienze sociali?

«Piuttosto i Big Data possono aiutare le scienze sociali, contribuendo a correggere il *desirability bias* che si riscontra nelle interviste tradizionali. I ricercatori di campi come psicologia e sociologia dovranno imparare ad usarli. C'è già chi lo fa».

@annamomi

© RIPRODUZIONE RISERVATA