

# Leggere anche per gli altri

Alcuni scienziati informatici hanno scoperto un sistema per calcolare le preferenze individuali e raccomandare contenuti altrui con un'opinione differente. Lo scopo? Infrangere la "bolla dei filtri" che ci fa leggere solo di persone che apprezziamo e contenuti che approviamo.

## The Physics arXiv Blog

Il termine "bolla di filtri" è divenuto di dominio pubblico quando nel 2011 l'attivista di Internet, Eli Pariser, lo conì per descrivere il sistema in cui i motori di ricerca schermano le persone da certi aspetti del mondo reale. Pariser fece l'esempio di due individui che ricercano su Google riscontri al termine "BP". Uno avrebbe ricevuto i link a notizie sui finanziamenti della BP, mentre l'altro avrebbe ricevuto i link al disastro della piattaforma petrolifera Deepwater Horizon, presumibilmente, come conseguenza di un algoritmo di selezione.

Si tratta di un problema insidioso. Diverse ricerche sociali dimostrano che le persone preferiscono ricevere informazioni che approvano, piuttosto che informazioni che sfidano le loro convinzioni. Questo problema aumenta quando i social network raccomandano contenuti sulla base di quelli che gli utenti già dichiarano di apprezzare e su quelli che persone con gusti simili apprezzano.

Questa è la bolla di filtri - l'essere circondati unicamente da persone che ci piacciono e da contenuti che condividiamo. Questo è il rischio che può polarizzare intere popolazioni e creare divisioni potenzialmente nocive.

Eduardo Graells-Garrido, dell'Universitat Pompeu Fabra di Barcellona, assieme a Mounia Lalmas e Daniel Quercia, entrambi di Yahoo Labs, sostengono di avere scoperto un sistema per fare "scop-

piare" questa bolla di filtri. La loro idea è che, per quanto le persone possano avere opinioni contrastanti su argomenti delicati, possono anche avere interessi comuni in altre aree. Hanno così realizzato un motore di raccomandazioni che accosta queste persone tra loro sulla base delle loro reciproche preferenze.

Il risultato è che gli individui sono esposti a un insieme molto più ampio di opinioni, idee e persone del solito. Poiché questo risultato è ottenuto partendo dai loro interessi, finiscono con il restare ugualmente soddisfatti (anche se non senza un periodo di acclimazione). «Sproniamo gli utenti a leggere contenuti di persone che potrebbero avere opinioni differenti sullo stesso argomento, senza turbare la rilevanza delle loro preferenze», spiega Graells-Garrido.

Questo gruppo ha collaudato l'approccio concentrandosi sull'argomento degli aborti affrontato in Cile tra l'agosto e il settembre di quest'anno.

Il Cile ha le leggi più restrittive nel mondo sull'aborto, che venne legalizzato nel 1931 e poi reso illegale nel 1989. Con le elezioni presidenziali di novembre si è sollevato un dibattito fortemente polarizzato.

I ricercatori hanno scoperto oltre 40.000 utenti Twitter che avevano espresso un commento al riguardo utilizzando hashtag quali *#pro-life* e *#pro-choice*. Hanno quindi setacciato questo gruppo ricercando esclusivamente gli utenti posizionati in Cile ed escludendo quelli che commentavano più raramente, arrivando a estrapolare 3mila utenti di Twitter.

Il gruppo ha quindi elaborato le differenze di opinione di questi utenti riguardo l'aborto e altri argomenti sfruttando la costanza con la quale utilizzavano alcune altre parole chiave, creando una "nuvola di parole" utilizzate dagli utenti allo scopo di creare un profilo personale di ciascuno e di raccomandare a ciascuno i tweet in base alle similarità delle scelte lessicali, raccolte in un "cloud di parole",



specialmente quando differivano nella loro opinione riguardo l'aborto.

I risultati mostrano che le persone possono essere molto più aperte del previsto a idee che si oppongono alla loro e che gli utenti più inclini a parlare apertamente di argomenti delicati sono anche più aperti a ricevere raccomandazioni da parte di persone con opinioni contrastanti.

Il gruppo sostiene anche che, sfidando le persone con idee nuove, queste possono diventare più aperte al cambiamento. Questo fattore ha importanti implicazioni per i siti di social media. Esistono valide prove che, alle volte, gli utenti possono percepire qualunque forma di cambiamento come un errore. Fornendo loro una gamma più estesa di contenuti si potrebbe cambiare questa tendenza: «Abbiamo concluso che un approccio indiretto alla connessione delle persone con visioni differenti ha un grande potenziale».

Si tratta certamente di un inizio. Resta da capire se questo sistema possa prevenire la tendenza delle persone a raggrupparsi in «greggi» ideologici, ma comunque l'approccio e le sue finalità presentano molti motivi d'interesse. In effetti, la connessione delle persone è importante quando queste condividono interessi comuni, ma ancora più importante quando le loro diverse opinioni possono venire messe a confronto. ■