

# Twitter migliora le ricerche grazie al “fattore umano”

*Non si tratta di un particolare algoritmo o di una sofisticata tecnologia, bensì l'esatto opposto, l'utilizzo di personale "umano" che affiancherà la ricerca per definire i contenuti che le macchine non riescono a comprendere.*

Anche l'algoritmo più complesso non è in grado di valutare un determinato contenuto alla stregua di un essere umano. Ecco perchè Twitter ha deciso di compiere quello che all'apparenza può sembrare un passo indietro, ricorrere all'opera di persone in carne ed ossa in un settore che è sempre più automatizzato, che è quello della ricerca.

La rivoluzione in atto nella piattaforma di microblogging è qualcosa di ormai noto. Da quando è scoppiata la “guerra dei social network” l'uccellino cinguettante si è smarcato dalle definizioni di cui “soffriva” in precedenza (piattaforma spartana e priva di un valido business model) e si è lanciato di peso nel mercato dei social network che contano, con nuove features che consentono di non rimpiangere i competitor maggiori come Facebook.

Al pari della concorrenza, Twitter ha individuato nella ricerca e nelle notizie le chiavi di volta per trasformarsi da piattaforma di microblogging a vero e proprio social network, di quelli in grado di fornire agli utenti tutte le informazioni di cui hanno bisogno, senza la necessità di cercarle in altri lidi. Come selezionare e categorizzare al meglio i contenuti? Gli algoritmi di ricerca sono sempre più evoluti ma continuano ad essere limitati rispetto alle potenzialità della mente umana.

Ecco perchè Twitter ha individuato centinaia di volontari in tutto il mondo che, per una manciata di euro, sette giorni su sette trascorrono intere giornate davanti al pc, cercando di attribuire le giuste categorie ed i giusti collegamenti a quelli che sono i top trend sulla piattaforma. Un contributo

che si rivela particolarmente prezioso soprattutto nell'analizzare espressioni, slang e modi di dire che l'automatizzazione degli algoritmi non potrebbe mai cogliere. A cosa serve tutto questo? La sezione del social network chiamata "scopri" raccoglie quelli che sono gli argomenti più caldi al momento su Twitter. Una migliore categorizzazione e indicizzazione dei contenuti trasformerebbe la sezione in una vera e propria rassegna stampa, una raccolta di articoli che consentirebbe agli utenti di mantenersi informati senza abbandonare la terra dei tweet. La divisione degli argomenti per tematiche, quindi, sarebbe un passaggio fondamentale. Una maggiore organizzazione dei contenuti poi sarebbe di enorme aiuto per la piattaforma per i tweet sponsorizzati ed anche in questo caso i volontari giocano un ruolo cruciale, garantendo con il loro lavoro pubblicità più specifiche ed efficaci, e quindi più redditizie. Twitter ha dato il via al servizio annunciandolo in maniera piuttosto ironica, con un video realizzato proprio dai volontari che si occupano della ricerca.