

22 luglio 2012 16:49

## ITALIA: Twitter e i finti utenti. Lo studio di Camisani Calzolari



Non sono solo i politici ad avere nel numero dei propri seguaci Twitter una consistente percentuale di profili "finti" appartenenti non a persone ma a Bot, cioè programmi digitali. Anche tra le aziende, infatti, scatta la gara a chi ha più follower e poco importa se poi di fatto non esistono.

Ikea si attesta come l'azienda internazionale in Italia con la percentuale di follower-bot più alta (45,92%), seguita da Vodafone (38,77%), 3 Italia (35,80%) e Nokia (35,70%). A rivelarlo è lo studio condotto dal docente di Linguaggi digitali allo Iulm **Marco Camisani Calzolari** che ha analizzato un vasto range di aziende italiane e internazionali sottoponendole a una analisi che rivelerebbe la percentuale di profili "fake" che ognuna conta nel vantato numero a cinque cifre dei propri seguaci.

Lo studio di Camisani Calzolari ha scelto di analizzare solo gli account di aziende che vendono prodotti o servizi e dividerle in aziende internazionali nel mondo, aziende internazionali in Italia e aziende italiane. Le aziende prese in analisi dovevano avere almeno 10 mila follower (che nel gergo Twitter indicano i seguaci, quindi coloro che seguono gli aggiornamenti dell'azienda) e lo studioso ha scelto di analizzare un massimo di 10 mila follower per azienda: questa selezione è stata estratta casualmente dal software di **Camisani Calzolari**.

L'algoritmo usato per definire quali dei profili sono veri e quali sono invece Bot, prende in considerazione due classi di comportamenti: quelli associati agli umani e quelli che invece caratterizzano i programmi digitali. Per ogni azione del profilo (ad esempio se ha composto una lista, se utilizza la punteggiatura nei tweet, se usa parole chiave) o caratteristica (se contiene un nome, una foto, una biografia, se ha a sua volta un minimo di seguaci) viene affidato un punto da "umano", altrimenti viene avvalorata l'opzione "Bot".

Anche il modo in cui l'utente si collega a Twitter viene preso in considerazione, ad esempio se utilizza un iPhone per accedere al social, se usa Instagram, ed anche le sue relazioni: se menziona altri utenti nei suoi aggiornamenti e se condivide link, sarà probabilmente un umano.

L'algoritmo analizza ogni singolo seguace dell'azienda e gli assegna un punteggio a secondo del quale sarà definito come "umano" o come "bot": i profili che presentano troppa incertezza non vengono presi in considerazione come anche quelli "protetti", i cui tweet, cioè, non sono pubblici.

Passiamo dunque alle classifiche. Tra le aziende internazionali che avrebbero il maggior numero di follower falsi ci sono Dell Outlet (45,99% di utenti fasulli), Whole Foods (44,33%), Jet Blue (36,64%), Emporio Armani (29,70%).

Le società internazionali in Italia con le percentuali più alte di "falsi seguaci" sul social dell'uccellino blu ci sono Ikea (45,92%), seguita da Vodafone (38,77%), 3 Italia (35,80%) e Nokia (35,70%).

Nella classifica delle italiane, invece, troviamo molte aziende editoriali: al primo posto Treccani (44,67% di utenti-Bot), secondo gradino per Libri Mondadori (42,76%), Coin (42,61%) e Feltrinelli (42,43%). Dai telefonini ai libri, dall'arredamento alla moda, dunque, sono tutti a caccia di follower. Anche se non sono consumatori.