



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



**MARIANO DIOTTO#**

**Brand strategist**

**Direttore del Dipartimento di Comunicazione IUSVE**

**Founder Laurea Magistrale *Web marketing & Digital communication***

**Direttore della collana Neuromarketing di Hoepli**

**MARIANO DIOTTO#**

# Utente: prodotto o fruitore dei social?

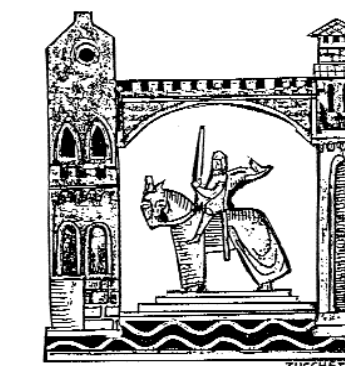


**Ho evitato Internet  
ma solo fino a quando  
l'avvento del web non l'ha trasformato  
in una tale magnifica opportunità  
di perdere tempo da non potergli più resistere.**

*- (William Gibson)*



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



CORRIERE DELLA SERA

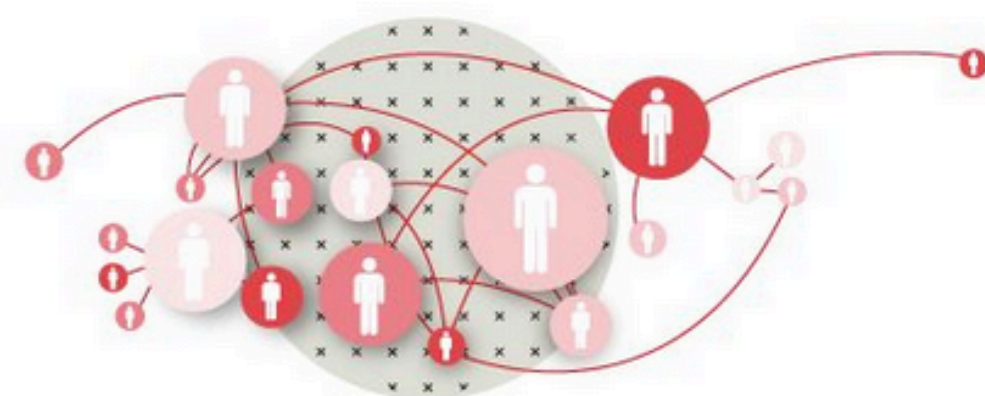
DATAROOM

di Milena Gabanelli

## Il lavoro del futuro: cosa conviene studiare

di Milena Gabanelli

I big data



Viviamo in una società informatizzata, dai telefoni cellulari ai computer degli uffici pubblici: ogni minuto vengono creati, immagazzinati e condivisi milioni di dati. E spesso si tratta anche di dati sensibili. È utile dunque formare dei **data scientist**, ovvero persone capaci di gestire tutte queste informazioni. Ma cosa ha fatto negli ultimi anni il ministero dell'Istruzione e della Ricerca per creare dei corsi di studio che diano concrete possibilità di formazione ai giovani in Italia nei **Big Data**? Secondo un rapporto promosso dal Miur, non mancano i corsi di specializzazione o master post laurea, ma nelle università pubbliche, ad oggi, esistono solo due lauree triennali in data science e tre corsi di laurea magistrale.

## Coding e programmazione

Già nella primissima infanzia i bambini imparano a usare il touch screen e i tablet, ma la vera sfida è però rendere gli adulti di domani coscienti degli strumenti che maneggiano e capaci di dominarli, non limitandosi a subirne gli effetti del click. È importante dunque insegnare dalle scuole elementari gli elementi di emancipazione dalla tecnologia attraverso il linguaggio di programmazione (coding). Saper programmare vuol dire essere in grado di ordinare ad una macchina come svolgere un dato compito. Il ministero dell'Istruzione, nella riforma della Buona Scuola ha inserito, nel 2014, proprio il progetto **"Programma il futuro"** con l'obiettivo di portare questa materia nelle classi, e arrivare a coinvolgere almeno il 40% delle scuole. Leggendo i risultati del report si legge che in media, nel corso di un anno, gli studenti svolgono appena 13 ore di lezione, e solo grazie ai docenti volenterosi.



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



24 ORE | 🔍

CATEGORIA: AT WORK

## Ecco la top 10 delle professioni del futuro



scritto da Francesca Devescovi il 27 Novembre 2018

AT WORK



Il **mondo del lavoro** sta cambiando velocemente sia su scala globale che locale. La **tecnologia** sta accelerando molti processi organizzativi e sta disegnando un nuovo orizzonte di **professioni**. In anteprima per Alley Oop, [InTribe](#), società di ricerca e analisi dei big data, fornisce un'anticipazione dell'indagine sulle **Professioni del Futuro 2019**.

Quale sarà la top ten delle **professioni maggiormente ricercate dalle aziende italiane** nei prossimi 5 anni?

Esperta/o di **cybersecurity**

Esperta/o di **blockchain**

**Data scientist**

Esperta/o di **Intelligenza artificiale e machine learning**

Esperta/o di **meccatronica**

Esperta/o di **IoT e Ubiquitous computing**

Esperta/o di **user experience**

Esperta/o di **realtà virtuale e aumentata**

Esperta/o di **fog computing**

**Growth hacker**



Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Data Scientist

si occupa **dell'analisi di dati**,  
per monitorare i trend di carattere socioeconomico,  
utili per poter scegliere  
le migliori strategie percorribili per una azienda.  
Proprio grazie all'attento lavoro di monitoraggio,  
di studio dei trend,  
di analisi su fenomeni correnti,  
**l'azienda prende decisioni strategiche**  
di notevole importanza.

# Utente: prodotto o fruitore dei social?



 **Mariano Diotto**  
Pubblicato da Hootsuite [?] · 5 giugno alle ore 08:20 · 🌐

Il binomio comunicazione e manipolazione esiste da sempre. Ma oggi quale prevale? Possiamo dare alcune regole per comprendere questi due fenomeni che ci circondano e condizionano. E voi che ne dite? |  
[#comunicazione](#) [#manipolazione](#) [#persuasione](#)



MARIANODIOTTO.IT  
**Comunicazione e manipolazione: scontro o incontro?** [Scopri di più](#)



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



👍❤️😱 115

Commenti: 15 Condivisioni: 54

## Prestazioni

Hai speso € 33,17 in 7 giorni.

Interazione con i post

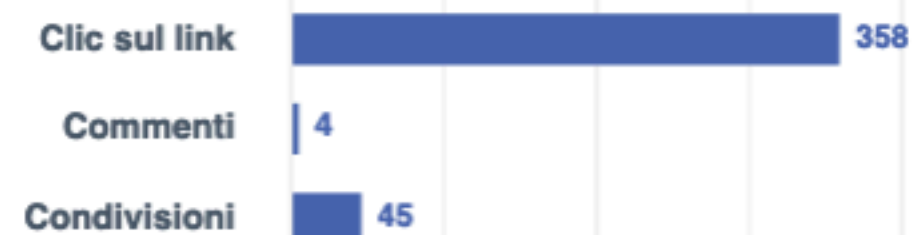
517

Persone raggiunte 13.825

Costo per interazione con i post € 0,06

## Attività

### Interazioni su Facebook



## Pubblico

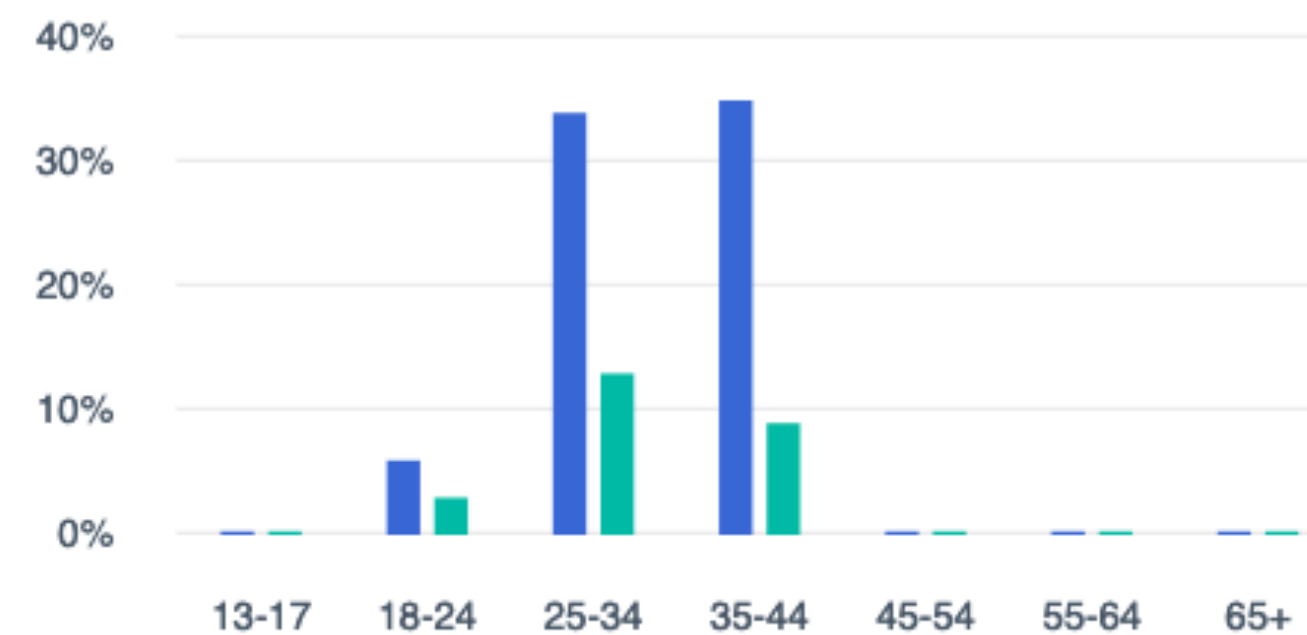
Questa inserzione ha raggiunto 13.818 persone del tuo pubblico.

Persone

Posizionamenti

Luoghi

74.8% **Donne** 25.2% **Uomini**



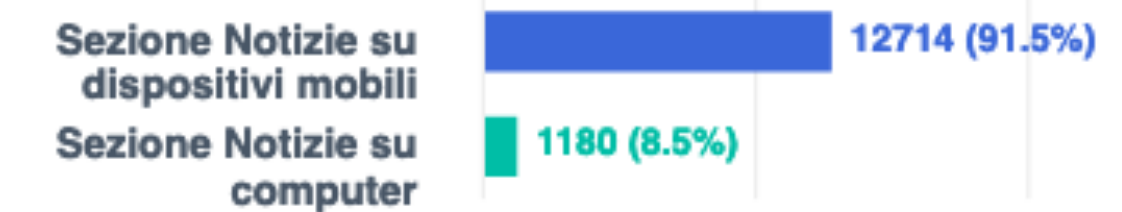
## Pubblico

Questa inserzione ha raggiunto 13.818 persone del tuo pubblico.

Persone

Posizionamenti

Luoghi



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



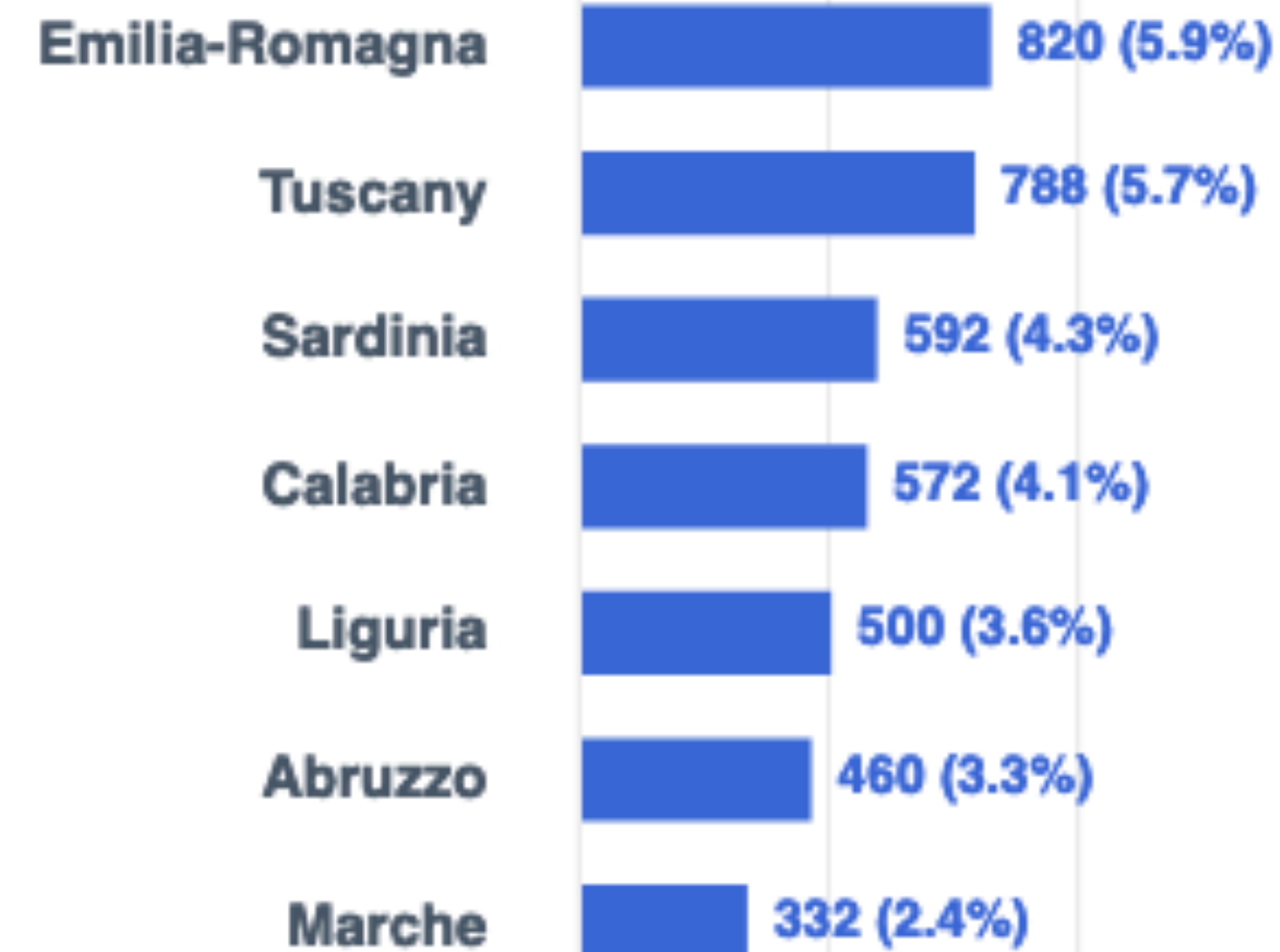
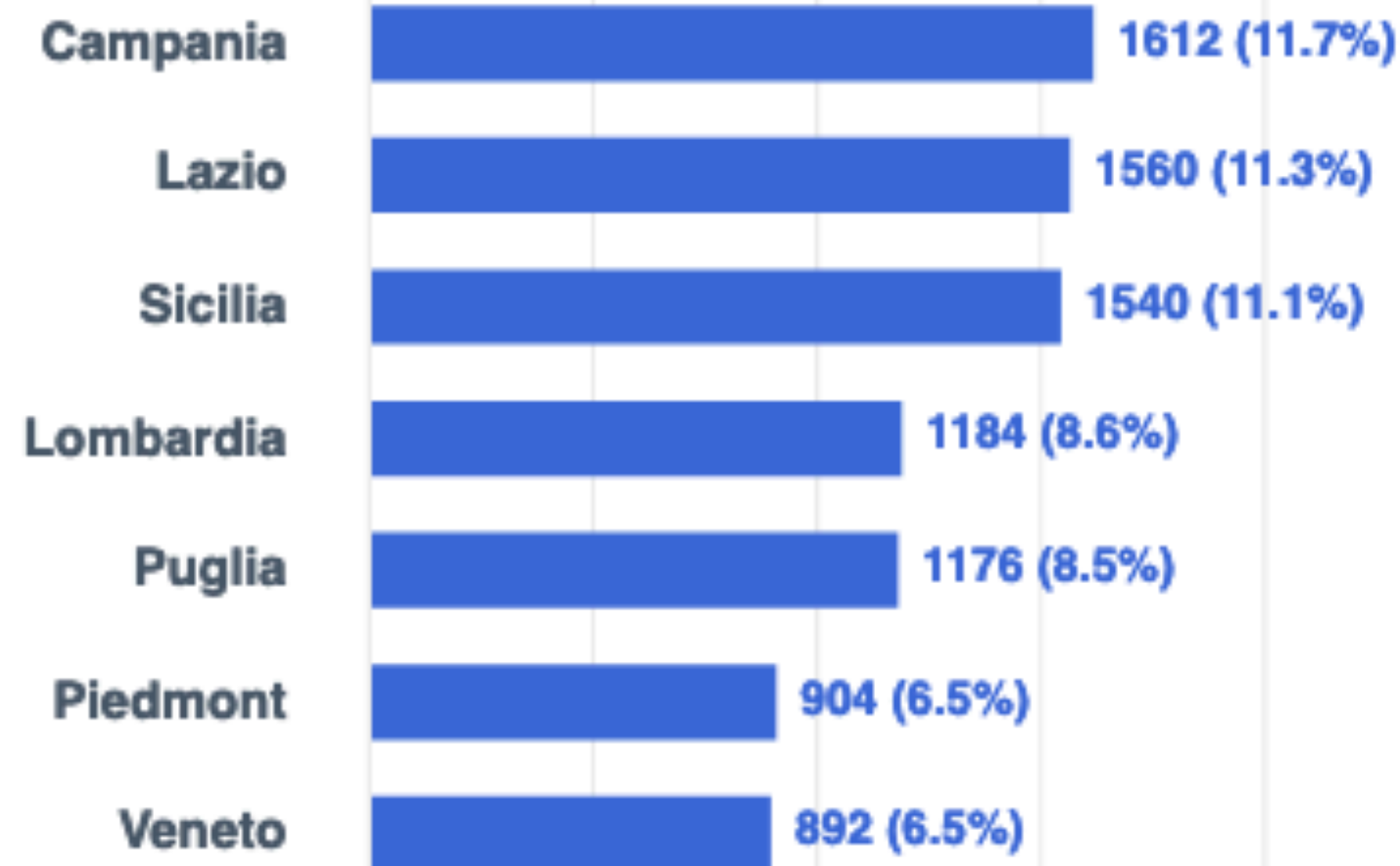
## Pubblico

...

Questa inserzione ha raggiunto **13.818** persone del tuo pubblico.

**per 1 persona ho speso 0,00253**

Persone      Posizionamenti      Luoghi





# Comunicazione e manipolazione: scontro o incontro?

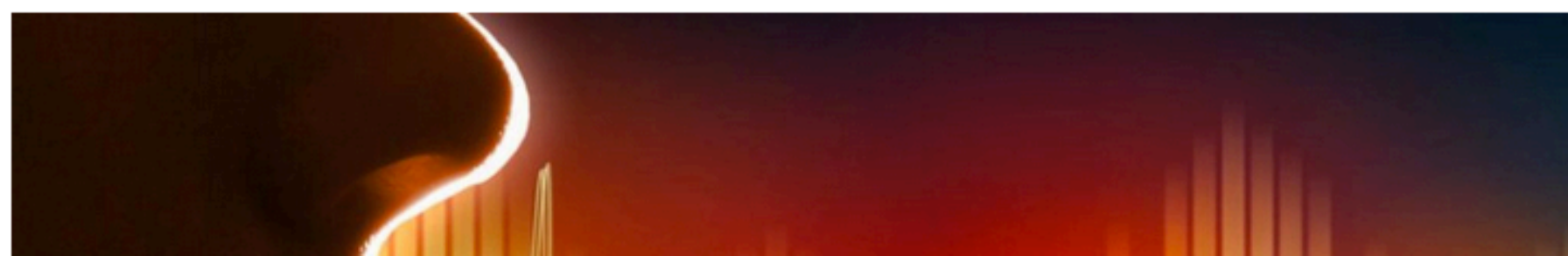
5 Dicembre 2018 In Social

*Il binomio comunicazione e manipolazione esiste da sempre. Ma oggi quale prevale? Possiamo dare alcune regole per comprendere questi due fenomeni che ci circondano e condizionano. Eccole.*

Storicamente i ricercatori e gli studiosi hanno sempre cercato di stabilire quanto gli individui siano liberi nelle loro valutazioni. Il pubblico pensa sempre di essere libero nelle sue scelte invece chi studia comunicazione conosce le tecniche e le teorie che permettono di condizionare il pubblico senza che questo se ne accorga.

L'esempio tipico è quello della pubblicità che riesce a influenzarci negli acquisti, benché tutti noi pensiamo di essere esenti dai possibili condizionamenti.

Partiamo dal presupposto che la **manipolazione a livello psicologico** è un tipo di azione sociale o personale finalizzata a cambiare la percezione o il comportamento dei soggetti usando modelli e metodi subdoli e ingannevoli per guidare le scelte. Questo tipo di atteggiamento è evidentemente sbagliato perché va a limitare il libero arbitrio delle persone.



## SEGUIMI SUI SOCIAL



## APPUNTAMENTI

### Graduation day Ninja 2019

Aula Magna IUSVE - Campus di Verona (VR)  
16/03/2019

### Il metodo Condivide et Impera per creare contenuti

Hotel Cosmo Palace - Milano (MI)  
02/03/2019

### SEO & LOVE 2019: innovazione digitale e visione strategica

Palazzo della Gran Guardia - Verona (VR)  
02/03/2019

# Utente: prodotto o fruitore dei social?



L'opinione pubblica non sempre ha gli anticorpi, ovvero gli strumenti per riconoscere e smontare le bufale che contribuiscono a costruire l'immagine che abbiamo della realtà.



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



L'opinione pubblica non sempre ha gli anticorpi, ovvero gli strumenti per riconoscere e smontare le bufale che contribuiscono a costruire l'immagine che abbiamo della realtà.

Quale può essere allora l'antidoto per non farci manipolare?

Credo siano due le attività che possiamo svolgere: **studiare**, cioè conoscere meglio il potere della comunicazione e gli strumenti che usa per condizionarci, e **l'informarsi con cura**, cioè non cadere nelle trappole di chi vuole pilotare il nostro pensiero e le nostre scelte.

# Utente: prodotto o fruitore dei social?



L'opinione pubblica non sempre ha gli anticorpi, ovvero gli strumenti per riconoscere e smontare le bufale che contribuiscono a costruire l'immagine che abbiamo della realtà.

Quale può essere allora l'antidoto per non farci manipolare?

Credo siano due le attività che possiamo svolgere: **studiare**, cioè conoscere meglio il potere della comunicazione e gli strumenti che usa per condizionarci, e **l'informarsi con cura**, cioè non cadere nelle trappole di chi vuole pilotare il nostro pensiero e le nostre scelte.

Da anni porto avanti la battaglia perché **la comunicazione divenga una materia d'insegnamento nella scuola dell'obbligo**. È una competenza sempre più necessaria per decodificare il mondo che ci sta attorno, per poter dialogare in modo più efficace e soprattutto per creare una società che sappia svilupparsi eticamente e soprattutto nella verità.



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



**“** *I giovani di oggi si illudono di essere pensanti. Il linguaggio e la comunicazione danno loro l'illusione di stare ragionando. Ma il cervello arcaico, maligno, è anche molto astuto e maschera la propria azione dietro il linguaggio, mimando quella del cervello cognitivo. Bisognerebbe spiegarglielo.*



**– Rita Levi Montalcini**

Neurologa e Premio Nobel per la medicina nel 1986

# Utente: prodotto o fruitore dei social?



..... molto interessante....e molto chiaro!!!!.....

[Mi piace](#) · [Rispondi](#) · [Invia messaggio](#) · 6 g



1



...veramente interessante...grazie

[Mi piace](#) · [Rispondi](#) · [Invia messaggio](#) · 4 g



1



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



[Redacted] Non per criticare, ma se mi permettete la battuta... Siccome si parla per argomenti, io parlerei del Logaritmo Comunicazione con L'argomento elevato a Manipolazione... 😊

[Mi piace](#) · [Rispondi](#) · [Invia messaggio](#) · 3 g · Modificato

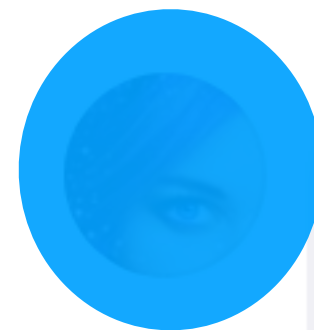


**Mariano Diotto** Non riesco proprio a capire il commento...

[Mi piace](#) · [Rispondi](#) · 3 g



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



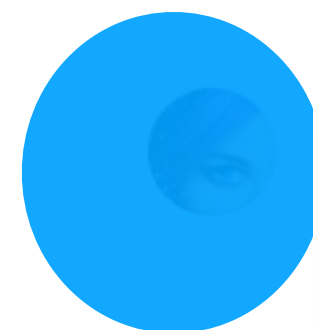
[Redacted] Prevale la manipolazione per chi ascolta il TG e crede ad ogni cavolata, prevale la comunicazione per chi si informa sul web e usa la propria testa.

Mi piace · Rispondi · Invia messaggio · 3 g



**Mariano Diotto** [Redacted] purtroppo il web è il luogo meno democratico e più manipolabile!

Mi piace · Rispondi · 3 g



[Redacted] **Mariano Diotto** no, il web è il luogo dell'informazione libera. Basta avere un pò di tempo e un pò di cervello per distinguere le bufale dalle informazioni vere. Invece i giornalisti sono schiavi del potere e quindi l'informazione ufficiale è tutta manipolata. Chi non ha capito questo... è troppo giovane oppure troppo ingenuo.

Mi piace · Rispondi · Invia messaggio · 3 g



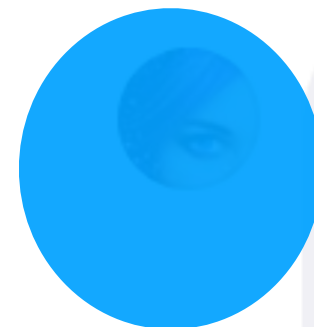


# Utente: prodotto o fruitore dei social?



**Mariano Diotto** [redacted] mi dispiace disilluderti perchè il web è guidato dagli algoritmi e tu vedi solo quello che i potenti vogliono farti vedere. Purtroppo sei anche tu vittima di coloro che per anni hanno sbandierato che il web sia democratico. Per tua info insegno proprio questo e quindi non sono né giovane né ingenuo!!!

Mi piace · Rispondi · 3 g



[redacted] **Mariano Diotto** eppure sul web vedo proteste contro molte cose che i potenti non vogliono farci vedere. Sicuramente ci sono algoritmi e censure, però ognuno di noi può aprire una Pagina Facebook, scrivere ciò che vuole e condividerlo con i propri contatti. Può anche sponsorizzare contenuti a pagamento, se vuole. Quindi non credo che sia proprio come dici tu.

Mi piace · Rispondi · Invia messaggio · 3 g · Modificato



# Utente: prodotto o fruitore dei social?

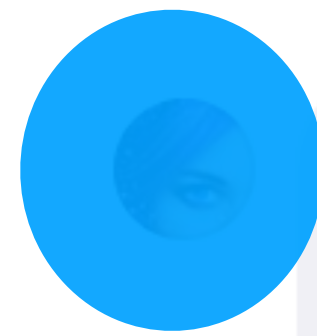


**Mariano Diotto** [REDACTED] beata ingenuità! Perché secondo te Facebook è democratico? Non so se tu abbia mai conosciuto una persona multimiliardaria che ti regala una piattaforma senza chiederti niente in cambio? Sai che quelli che sono iscritti ad un gruppo quando un amministratore pubblica qualcosa raggiunge meno del 10% degli iscritti perché è Facebook con i suoi algoritmi che decide cosa tu vedi?

Mi piace · Rispondi · 3 g



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



**Mariano Diotto** ti sbagli, sono IO che decido le mie amicizie e quindi decido IO che profili guardare. Sono IO che scrivo una parola nella ricerca e quindi decido IO a quali gruppi iscrivermi e a quali pagine mettere il like. L'unico problema di Facebook sono le segnalazioni e i blocchi, ma esistono altre piattaforme senza queste regole, esistono i blog, esiste Youtube, ecc... Gli algoritmi decidono cosa farti vedere ma non possono decidere cosa NON farti vedere. L'informazione della rete E' LIBERA, se uno la sa usare.

[Mi piace](#) · [Rispondi](#) · [Invia messaggio](#) · 3 g



**[Redacted]** Se entro direttamente nel gruppo o nel profilo di qualcuno, allora vedo TUTTO ciò che viene pubblicato, non è certamente Facebook che lo decide!

[Mi piace](#) · [Rispondi](#) · [Invia messaggio](#) · 3 g · Modificato



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



**Mariano Diotto** [redacted] mi arrendo! Rimani pure della tua opinione ma ti invito a studiare qualche buon libro così capirai che quello che dici non è corretto.

Mi piace · Rispondi · 3 g



[redacted] Comunque io sono d'accordo con te in linea di massima. La maggior parte della gente è manipolata, sia chi guarda la TV sia chi sta sul web. Le informazioni che danno fastidio vengono censurate il più delle volte. Esistono i Troll che diffondono informazioni false e fanno credere che quelle vere siano bufale. Quello che sto dicendo è che esiste una minoranza di persone che non si fa fregare così facilmente

Mi piace · Rispondi · [Invia messaggio](#) · 3 g



**Utente: prodotto o fruitore dei social?**



« Nel mondo odierno il percepito è più importante dell'oggettivo. L'emozione è la parte più razionale che l'uomo possiede.

# Utente: prodotto o fruitore dei social?



## bias cognitivo

È un pregiudizio che non corrisponde all'evidenza in quanto le valutazioni dei fruitori rimangono superficiali.





# Utente: prodotto o fruitore dei social?



## **bias cognitivo**

Il meccanismo del bias viene spesso utilizzato nel marketing e nell'advertising al fine di ottenere un vantaggio nella promozione del proprio prodotto.

# Utente: prodotto o fruitore dei social?



## bias cognitivo

Il meccanismo del bias viene spesso utilizzato nel marketing e nell'advertising al fine di ottenere un vantaggio nella promozione del proprio prodotto.

Quante volte pur di vendere un detersivo hanno **rappresentato i microbi di colore nero?**



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



## bias cognitivo

Il meccanismo del bias viene spesso utilizzato nel marketing e nell'advertising al fine di ottenere un vantaggio nella promozione del proprio prodotto.

Quante volte pur di vendere un detersivo hanno **rappresentato i microbi di colore nero?**

I batteri possono produrre solo tre tipi di pigmenti:  
**piocianina** (verde-blu)  
**piorubina** (rosso-marrone)  
**fluoresceina** (giallo chiaro).

Ma il nero è archetipico, non corrisponde alla realtà, ma tutti ci crediamo.





# Predicting Personality

l'ambito scientifico di ricerca che utilizza i social media per realizzare la profilazione del cliente e per formulare le buyer personas.





I social network hanno permesso alle persone di crearsi un'identità online con una competenza tecnica minima e le persone hanno risposto immettendo quantità enormi di dati personali online.

**Si hanno così a disposizione dati sul comportamento, dati demografici e dati sulle preferenze di centinaia di milioni di persone.**





Questa raccolta dati non ha precedenti nella storia, perché realizzarla tramite aziende di ricerca avrebbe un costo esorbitante, tanto che **le ricerche buone si attestano su un campionario di 1000 persone.**





SNELLIRE IN  
10 NOTTI

Giorgio Rocca  
Campione del mondo di sci 2006

MEDIASET

0:01 / 0:10

Somatoline uomo pancia e addome spot 2015





GIÀ IN  
10 NOTTI\*

\*Azione cosmetica rimodellante durante l'uso. Non comporta perdita di peso. Test clinico vs placebo su 52 soggetti con moderata adiposità addominale.

MEDIASET

▶ ⏪ 🔊 0:06 / 0:10

⚙️ 📺 📱 🗑️

Somatoline uomo pancia e addome spot 2015





# Predicting Personality

Ma le aziende possono prevedere  
i miei comportamenti?



# SI

MARIANO DIOTTO#



**Utente: prodotto o fruitore dei social?**



« **Oggi il potere non sono i BIG DATA  
ma il DATA AUTOMATION  
cioè quelle piattaforme che utilizzano  
l'intelligenza artificiale per raggruppare  
i dati e darne un significato**



Questi dati che lasciamo in rete permettono di **creare modelli in grado di dedurre ogni tipo di caratteristica** su tutto ciò di cui, senza neanche saperlo, viene condiviso nei social network.

**Il problema è la consapevolezza degli utenti.** Gli utenti non comprendono bene queste tecniche né il loro funzionamento, e se anche le capissero non ne hanno il controllo.



AGGIORNA PIANO

CAMBIA VISTA

MODIFICA OSSERVATORIO

NOTIFICHE



**Digital Marketing**  
Osservatorio di Settore

Attivo ●

Query di ricerca ⓘ

Piano -

Documenti Totali

**9.216**

Documenti Mese

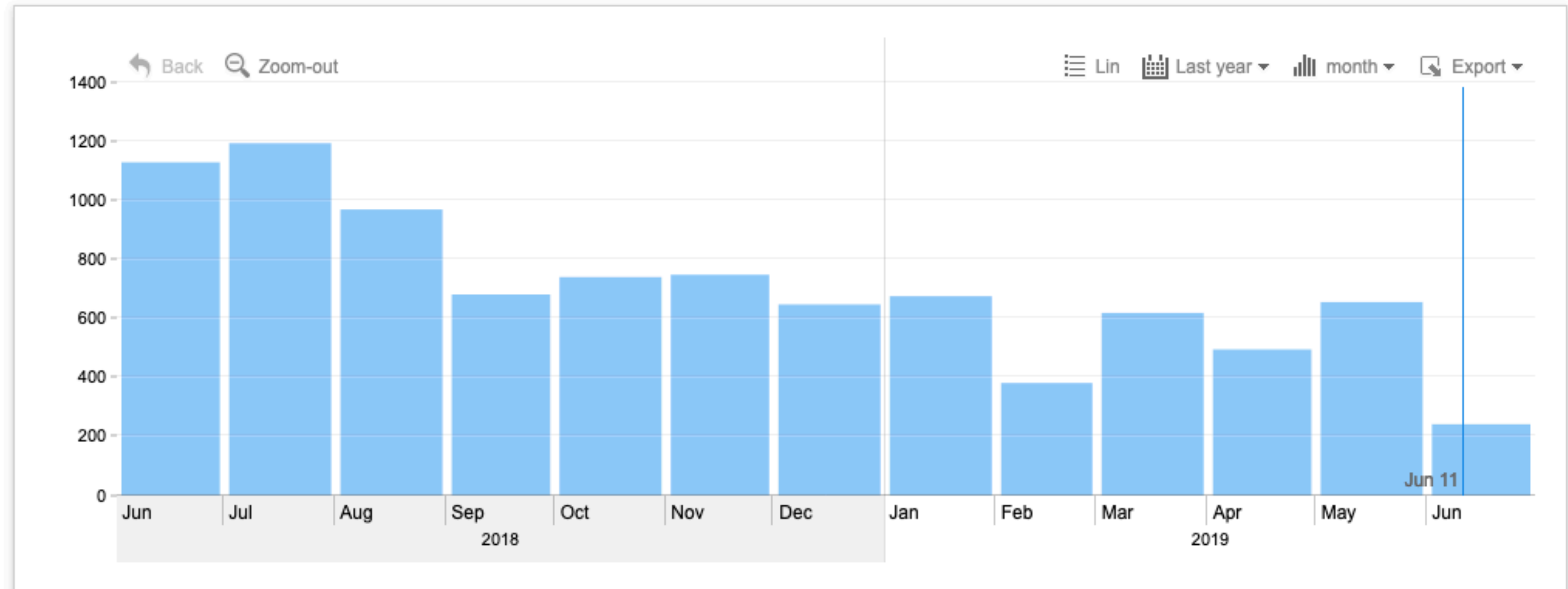
**243**

Fonti Uniche

**2.785**

Creato il 21 feb, 2019

Aggiornato 38 minuti fa





## Giallo De Rossi, un tifoso argentino lo insulta e la moglie lo difende: "Non ha firmato con nessuno" – FOTO

Fonte: [forzaroma.info](http://forzaroma.info)

vederlo con la propria maglia. A tutto questo si aggiungono anche i **social network**. Già, perché un tifoso argentino che probabilmente aveva letto della possibilità di vedere l'ex capitano giallorosso con i colori degli Xeneize lo ha apostrofato come

BLOGS - 11 Jun, 2019 | 19:58

Parole rilevanti: apostrofato decidi felberbaum giallorosso insultare juniors letto mercenario un'incognita xeneize

♥ Sentiment

☰ Stato

★ Preferito

🏷 Tag

📄 Note

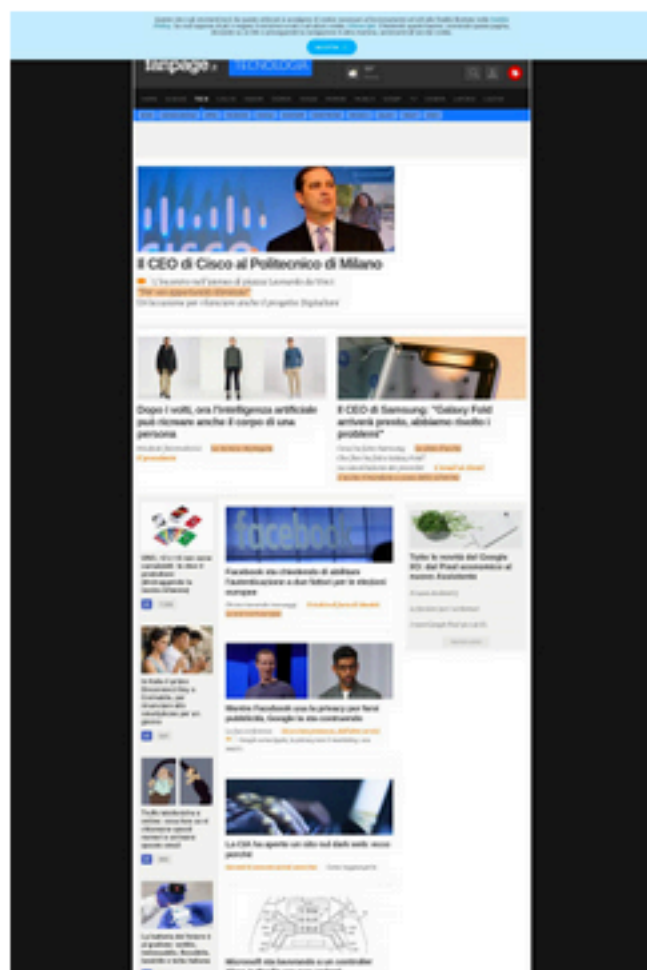
🗑 Elimina

Stato: **Da Validare**

Fonti Parole rilevanti Tipologia

tusciaup.com	1521
ilfilo.net	1124
notizieoggi.com	781
it.blastingnews.com	739
generosomaraia.it	558
requadro.com	453
italiaperme.com	432
eurofinsrl.com	411
telenuova.tv	381
copenaghenhouse.it	368

☁ Esporta CSV



## Instagram down, il social network non funziona

Fonte: [tech.fanpage.it](http://tech.fanpage.it)

Instagram non funziona. L'applicazione del **social network** fotografico, di proprietà di Facebook, pare essere inutilizzabile o funzionante a tratti, soprattutto in Europa. Da qualche minuto migliaia di utenti stanno segnalando malfunzionamenti vari

, sia nel caricamento dei contenuti nel News Feed, che nella visualizzazione delle Storie e nella pubblicazione dei post. Si tratta di problemi diffusi a macchia d'olio, che non hanno colpito tutti gli iscritti al **social network**, ma stanno aumentando

gli utenti che accedono alla piattaforma dall'Europa, Italia compresa. Nessun problema particolare, invece, per quanto riguarda l'accesso ad Instagram da parte degli utenti statunitensi, che riescono ad utilizzare il **social network** fotografico normalmente, eccetto in alcuni rari casi di disservizio.

BLOGS - 11 Jun, 2019 | 20:32

Parole rilevanti



Tipologia fonti






 **Galleria Piziarte**  
@GPiziarte

RT @GGPierini: "Il futuro lo capisci solo se ci sei dentro" afferma @mgasbarrino raccontando la partnership Unes/Amazon a #JUMP2K18 @confin...

11:21 - 16 Nov 2018

 **Marco39**  
@MarcoDB39

#jump2k18 <https://t.co/VDtFREbhyZ>

11:16 - 16 Nov 2018

 **Maxfone**  
@Maxfonetalia

RT @SMAbility: Ieri a #JUMP2K18 abbiamo sentito storie di #imprenditori che hanno fatto salti coraggiosi e poi sono stati ricompensati dal...

10:44 - 16 Nov 2018

 **SocialMeterAnalysis®**  
@SMAbility

Ieri a #JUMP2K18 abbiamo sentito storie di #imprenditori che hanno fatto salti coraggiosi e poi sono stati ricompensati dal successo di quelle scelte. Ma anche #SocialMeter è nata da una #SceltaCoraggiosa: il nostro CEO @paoloerrico ci racconta come <https://t.co/hYJFCiauaM>

10:37 - 16 Nov 2018

### SPONSOR



### SPEAKERS





# Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Prodotto green per il food

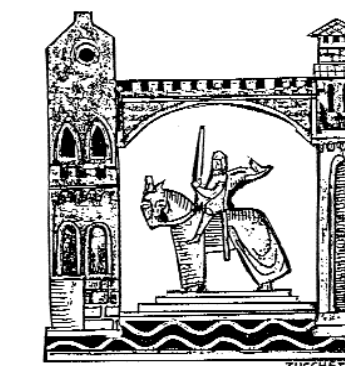
Naturalità  
Ecologia  
Tradizione

Ricerca quantitativa  
(sondaggio e analisi semantica dei social)

Ricerca qualitativa  
(nel supermercato)



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Ricerca quantitativa

Naturalità  
Ecologia  
Tradizione

## Facebook survey

Survey

Quale forma geometrica per te è naturale?

Cerchio  
Completamente d'accordo ▼

Triangolo  
Completamente in disaccordo ▼

Quadrato  
Condivido appieno ▼

Forme smussate  
Assolutamente no ▼

Forme appuntite  
Le adoro ▼

Continua

Survey

Quale colore è per te ecologico?

Verde  
Completamente d'accordo ▼

Giallo  
Completamente in disaccordo ▼

Blu  
Condivido appieno ▼

Colori sgargianti  
Assolutamente no ▼

Colori pastello  
Li adoro ▼

Continua

# Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Ricerca quantitativa

Naturalità  
Ecologia  
Tradizione

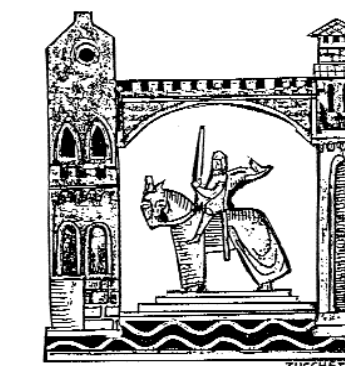
## Social media semantic analysis



## Aziende



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Ricerca quantitativa

Naturalità  
Ecologia  
Tradizione

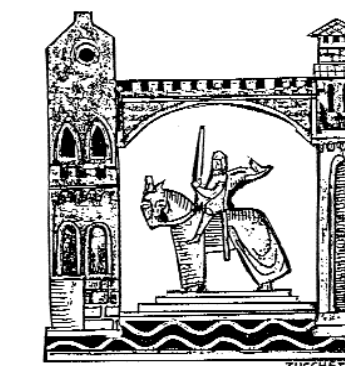
## Social media semantic analysis



## Persone



Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Ricerca qualitativa

Naturalità  
Ecologia  
Tradizione

## nel supermercato





Utente: prodotto o fruitore dei social?



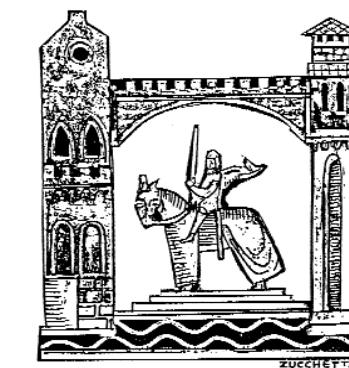
## Ricerca qualitativa

Naturalità  
Ecologia  
Tradizione

nel supermercato



Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Prodotto green per il food

Naturalità  
Ecologia  
Tradizione

Risultato:  
9 linee sul verde  
**1 linea pastello**



**Utente: prodotto o fruitore dei social?**



« **Le persone sono comprensibili  
attraverso gli ARCHETIPI  
e non attraverso gli STEREOTIPI**

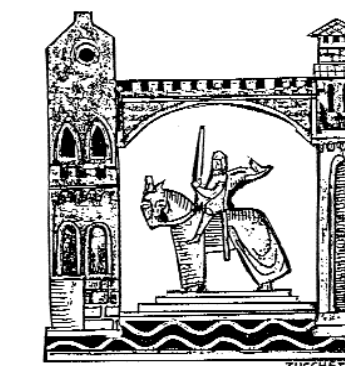
Utente: prodotto o fruitore dei social?



Le persone sono comprensibili  
attraverso gli **ARCHETIPI**  
~~e non attraverso gli **STEREOTIPI**~~



Utente: prodotto o fruitore dei social?



TARGET

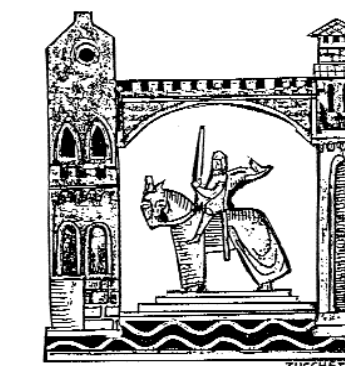
Utente: prodotto o fruitore dei social?



~~TARGET~~  
PUBBLICO



Utente: prodotto o fruitore dei social?



~~TARGET~~  
~~PUBBLICO~~  
PERSONA

# Utente: prodotto o fruitore dei social?



**JAAK PANKSEPP**

Padre delle neuroscienze affettive

**MARIANO DIOTTO#**



Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Neuroscienze

Panksepp scopre che noi **compiamo le scelte** per tutta la durata della nostra vita attraverso i **sette sistemi affettivi di base** per mezzo dei quali **scegliamo, selezioniamo, agiamo.**

Sono l'impalcatura su cui ognuno di noi costruisce la propria personalità.

**Utente: prodotto o fruitore dei social?**



**Il problema è che chiamiamo le emozioni  
con nomi diversi,  
ma non sono così diverse!**



Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Neuroscienze

**I sistemi affettivi di base**  
vanno conosciuti dal marketer  
perché possono **guidare**  
**la codifica e decodifica**  
dei messaggi sia relazionali,  
sia interpersonali, sia professionali.

Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Neuroscienze

I sette sistemi affettivi di base sono:

**ricerca**

**collera**

**paura**

**desiderio**

**cura**

**panico/sofferenza**

**gioco**



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Predicting Personality



**Target** ha inviato un volantino a una quindicenne con della pubblicità e dei coupon per biberon, pannolini e culle, due settimane prima che lei dicesse ai suoi genitori di essere incinta.

Come ha fatto Target a capire che questa liceale era incinta prima che lo dicesse ai suoi genitori?

Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Predicting Personality



Target conserva la cronologia degli acquisti di centinaia di migliaia di clienti e calcola quello che viene chiamato: **punteggio di gravidanza.**

Questo item non rivela soltanto se una donna è incinta, ma anche la data prevista della nascita.



Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Predicting Personality



Il calcolo non si realizza analizzando le cose ovvie come potremmo pensare tipo: “sta comprando una culla o vestiti per bambini”, ma cose come “ha comprato più vitamine di quanto non faccia di solito”, oppure “ha comprato una borsa abbastanza grande da contenere dei pannolini”.

Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Predicting Personality



Presi singolarmente, questi acquisti non sembrano poter rivelare granché, ma **è un modello di comportamento** che, se visto nel contesto di migliaia di altre persone, comincia veramente a rivelare delle informazioni significative.



Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Predicting Personality

**Questa attività si chiama:  
Predicting Personality.**

Si cercano piccoli modelli di comportamento che, moltiplicati nei milioni di persone presenti nei social network, consentono di rivelare una serie di condotte significative per le aziende.

Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Predicting Personality

In questo momento è possibile prevedere con precisione informazioni come le preferenze politiche, il tipo di personalità, l'orientamento sessuale, la religione, l'intelligenza, insieme a quanta fiducia si ha nelle persone che conosciamo e quanto sono forti le relazioni con loro.



Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Predicting Personality

**Non è facile spiegarlo a un utente medio.**

E poi l'utente medio cosa può fare?  
Come fai a sapere che qualcosa che ti piace denota una tua caratteristica che non c'entra nulla con il contenuto di quella pagina che ti piace?

Gli utenti non hanno modo di controllare come venga usata questa informazione.  
**È un problema etico non da poco.**

Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Predicting Personality

**La strada da seguire a mio avviso è quella dell'educazione e della consapevolezza.**

Se sappiamo che accedendo ai social media inevitabilmente cediamo una parte dei nostri gusti, delle nostre preferenze e delle nostre eventuali propensioni di acquisto, potremmo intraprenderne un uso più ponderato.



Utente: prodotto o fruitore dei social?



## Predicting Personality

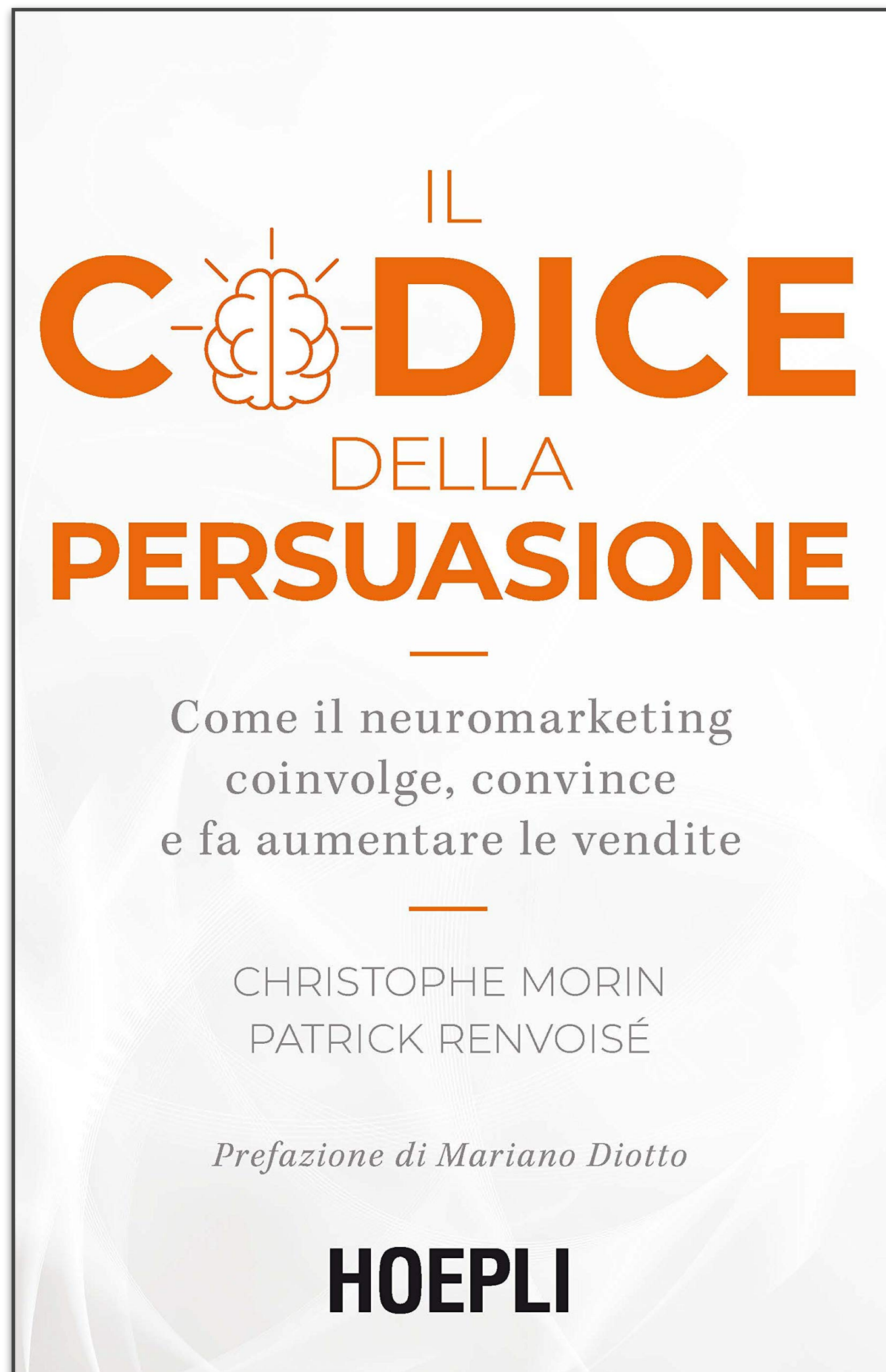
**Rimane quindi sempre più labile il concetto di libertà dell'individuo e rispetto della privacy quando si utilizzano i social network.**

# Utente: prodotto o fruitore dei social?





# Utente: prodotto o fruitore dei social?



# Utente: prodotto o fruitore dei social?



dove puoi continuare a trattare questo tema con me

**MARIANO****DIOTTO**#

[www.marianodiotto.it](http://www.marianodiotto.it)



@marianodiotto



@diottomariano



/marianodiotto



/marianodiotto

**MARIANO****DIOTTO**#