





>comunicazione>industria>Wikipedia

LO sviluppo IN UNA PAGINA

L'enciclopedia del web è un'opportunità anche per le imprese. E non solo per comunicare

Le aziende italiane si affacciano sulla versione globale di Wikipedia, ma spesso le loro pagine enciclopediche non sono complete. Tra le cento imprese nazionali con la capitalizzazione più elevata, 57 hanno un articolo in inglese, lingua franca di internet. Benetton, Fiat e Bulgari hanno ottenuto i punteggi più alti. Ad analizzare le descrizioni online delle multinazionali tricolore è stata la società di consulenza Lundquist. Anche l'accuratezza delle voci è limitata. Il 5% delle aziende ha informazioni aggiornate al 2009: le notizie su altre imprese italiane, invece, sono meno recenti. E nove su dieci non hanno nemmeno una fotografia.

Eppure l'articolo di un'azienda su Wikipedia è in genere tra i primi risultati mostrati dai motori di ricerca su internet: Google adora l'enciclopedia scritta dal pubblico di internet. Ma per un'impresa inserire notizie all'interno di una voce online è un intervento delicato. «Bisogna sempre monitorare le pagine di Wikipedia per aggiornarle, segnalare eventuali errori e capire come la società viene presentata. Se, per esempio, ha subito atti di vandalismo o sono state aggiunte informazioni tendenziose», sottolinea Eric Sylvers, responsabile social media di Lundquist. Le definizioni sul web, infatti, sono aperte alle modifiche: possono scrivere persone registrate oppure anonimi, identificati dall'indirizzo internet di origine della connessione (pubblicato online e visibile a chiunque nei menu "discussione" e "cronologia").

Le pagine, poi, sono in continua evoluzione. E anche a rischio per interventi ideologici o disinformanti. «L'azienda può avere un ruolo attivo nel dibattito su questioni controverse e fornire la propria versione dei fatti», aggiunge Sylvers. Ogni contributo a una pagina enciclopedica diventa trasparente attraverso la "discussione", visibile da ogni articolo online: è un "diario di bordo" che contiene un elen-

co dei commenti pubblicati da iscritti e anonimi. Evidenzia controversie, dubbi, mediazioni nelle discussioni tra chi ha partecipato alla stesura di una voce. E, nel tempo, mostra la storia della crescita di ogni definizione costruita dal pubblico di internet.

Aprire una pagina su Wikipedia è un'opportunità anche per piccole e medie imprese. Sono 641mila gli articoli della versione in italiano, gestita da "amministratori" eletti durante le riunioni della community wikipediana. Analizzano i contributi più recenti, segnalano le modifiche dubbie, ripristinano le voci danneggiate. Chi infrange le regole viene ammonito e, nei casi più gravi, espulso. Ma all'azione degli "amministratori" si affianca l'analisi di software in grado di evidenziare l'origine dei contributi all'enciclopedia. Strumenti come Wikiscanner, per esempio, permettono di scoprire se le modifiche di un articolo arrivano dai computer di un'azienda o di un'istituzione, attraverso l'analisi degli indirizzi ip.

La top ten italiana

1. Benetton	16,25
2. Fiat	13,50
3. Bulgari	13,00
4. Eni	12,75
5. Enel	12,50
6. Mondadori	12,25
7. Unicredit	11,75
8. Hera	11,50
8. Generali	11,50
10. Finmeccanica	11,00
10. Impregilo	11,00

Fonte: Lundquist Research Series - Wikipedia Italia 2010 (punteggio massimo=25 punti)

La banca dati utilizzata per il monitoraggio dei cambiamenti alle voci online, però, è aggiornata al 2008. Avverte Joakim Lundquist, fondatore dell'omonima agenzia: «È una decisione della comunità di Wikipedia stabilire quali articoli hanno rilevanza. E bisogna evitare di considerarla come uno strumento di marketing».

L'enciclopedia fondata nove anni fa da Jimmy Wales, ex consulente di una società d'investimenti, è al centro di iniziative all'avanguardia nella diffusione globale dell'utilizzo di internet. Google sostiene la crescita delle voci in swahili, una lingua bantu diffusa soprattutto in Africa orientale: l'azienda di Mountain View ha incoraggiato gli studenti di Kenya e Tanzania a tradurre articoli dalla versione inglese. Di recente, poi, Facebook ha lanciato le "community pages": sono spazi all'interno del social network dedicati alle discussioni su idee, progetti e luoghi, ma spesso hanno come punto di partenza le voci di Wikipedia. Che diventano un territorio comune per sviluppare discussioni tra gli iscritti alla rete sociale online. Le informazioni racchiuse nelle pagine web dell'enciclopedia, inoltre, sono accessibili anche in tempo reale, attraverso applicazioni per iPhone, come Articles. Tanto da legare i contenuti di Wikipedia a città, strade, persone: attraverso la telefonia mobile, la conoscenza costruita dalle community su internet diventa una guida per ricevere informazioni in diretta su luoghi storici, culture locali e idee.

Luca Dello Iacovo
luca.dello@gmail.com
© RIPRODUZIONE RISERVATA

UNITED COLORS OF BENETTON.

Vetrine globali. Secondo l'agenzia Lundquist, la pagina Benetton nella versione inglese di Wikipedia è la più completa nel campione di aziende italiane analizzate. Mostra la storia del gruppo di Ponzano Veneto, informazioni aggiornate a cinque immagini.

BVLGARI

Retrosceca storici. La voce inglese di Bulgari ripercorre l'evoluzione dell'azienda dalla fondazione - alla fine dell'Ottocento - dopo l'arrivo in Italia dell'imprenditore greco Sotirios Voulgaris. I dati sono aggiornati al 2009.

bp



Trasparenza online. La pagina di Bp è aggiornata con le ultime notizie dell'incidente nel Golfo del Messico: le informazioni sono arricchite con molteplici fonti e osservazioni. La voce elenca le iniziative per la ricerca e lo sviluppo di energie rinnovabili.