

Fun or Fact

Susanna Peretti¹

¹s.peretti@campus.uniurb.it

07/07/2025

Abstract

Questo progetto indaga come due pagine Instagram gestiscono la divulgazione di notizie e contenuti di attualità. Sono stati analizzati i post pubblicati in due mesi, raccogliendo dati su formato, temi, interazioni e reazioni generali nei commenti. L'obiettivo è confrontare come comunicano le due pagine, cosa funziona e in che modo riescono a coinvolgere la loro community attraverso analisi quantitative e osservazioni qualitative per confrontare tono, stile e frequenza dei contenuti.

1 Introduzione

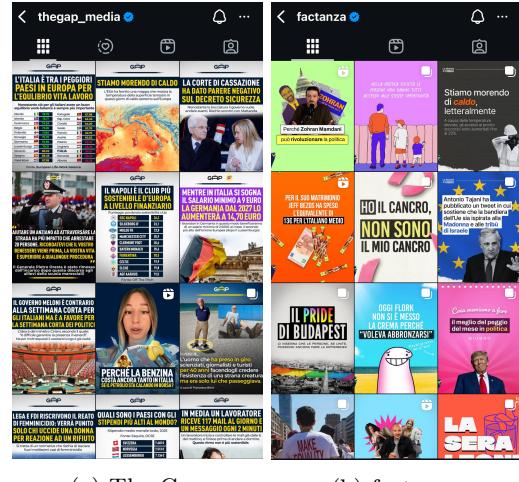
Instagram è nato nel 2010 come app per condividere foto e video, ma oggi è molto di più: è uno spazio dove le persone raccontano la propria vita, seguono i propri interessi e scoprono nuovi contenuti ogni giorno. Oltre ai classici post, si possono pubblicare storie (che spariscano dopo 24 ore), usare filtri, mandare messaggi privati e interagire con like, commenti e condivisioni.

Su Instagram si trova davvero di tutto: musica, viaggi, cucina, attualità, spesso accompagnati da hashtag che aiutano a scoprire nuovi profili e argomenti. Negli ultimi anni, sono nati anche nuovi modi di fare informazione, pensati soprattutto per i più giovani, che spesso si aggiornano proprio tramite i social.

In questo progetto il focus è su due profili che fanno divulgazione in modo indipendente: TheGap[4] e Factanza[2]. Entrambi curano molto i loro contenuti e hanno trovato un modo originale per parlare di attualità, ma lo fanno con approcci opposti. Ed è proprio questo contrasto che li rende interessanti da analizzare.

In questo lavoro analizzeremo i loro post pubblicati tra il 1° gennaio e il 28 febbraio 2025, un periodo in cui ci sono stati tre eventi capaci di attirare l'attenzione nazionale:

- l'insediamento di Donald Trump come 47° Presidente degli Stati Uniti (20 gennaio 2025), a cui hanno seguito accessi dibattiti politici;
- il Festival di Sanremo (11-15 febbraio 2025), tra le esibizioni, le reazioni immediate dei fan e il



FantaSanremo;

- il ricovero di Papa Francesco al Policlinico Gemelli, seguito da numerosi messaggi di sostegno e aggiornamenti frequenti.

La scelta di questo periodo non è casuale: si tratta di eventi molto diversi per tema (politica, spettacolo, religione), ma tutti capaci di generare grande attenzione e interazione online. Questo permette di osservare come le due pagine si muovono su argomenti diversi e come riescono a coinvolgere la loro community in contesti differenti.

1.1 The Gap

TheGap (Figura 1a) si caratterizza per uno stile grafico semplice e ordinato. La maggior parte dei post consiste in un'unica immagine con una dettagliata descrizione come didascalia, ma con una grafica facile da leggere in un attimo. I post più frequenti riguardano soprattutto classifiche o dati statistici, sia nazionali che internazionali, ma non sono organizzati in rubriche fisse come invece accade per il secondo profilo. Un'altra differenza importante è che TheGap dedica un post a ogni singola notizia, mentre Factanza tende a raccogliere più notizie all'interno di un unico contenuto.

1.2 Factanza

Factanza (Figura 1b) invece punta su una grafica più vivace e creativa, alternando video e caroselli composti da più immagini. La grafica è colorata e dinamica, i testi sono più articolati e spesso troviamo slogan o domande retoriche per stimolare l'attenzione. Tra le rubriche principali spicca “Cosa memiamo a fare”, che riporta le notizie attuali in chiave satirica e “Ci sono anche belle notizie”, una selezione di eventi positivi da tutto il mondo. L'insieme crea un'atmosfera più empatica, pensata non solo per informare, ma anche per intrattenere i propri follower.

A mio avviso, questo contesto più amichevole, unito al fatto che nei video i proprietari della pagina si mostrano spesso (cosa che invece non accade in TheGap), potrebbe favorire la comparsa di commenti rivolti direttamente a loro, sia positivi (Figura 2) sia negativi (Figura 3). Al contrario, su TheGap i commenti si focalizzano quasi esclusivamente sul contenuto trattato nel post.

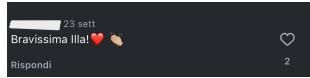


Figura 2: Commento positivo su factanza



Figura 3: Commento negativo su factanza

2 Metodologia

2.1 Raccolta dati

I dati sono stati raccolti manualmente dai profili Instagram TheGap [4] e Factanza [2], utilizzando i post pubblicati dal 1° Gennaio 2025 al 28 Febbraio 2025, per un totale di 103 post per The Gap e 163 post per factanza. Per ciascuno sono stati registrati i seguenti metadati:

- Data [MM/DD/YYYY]
- Tipo di contenuto: immagine singola, video o carosello
- Numero di Likes
- Numero di Commenti
- Numero di Condivisioni
- Tema trattato: Fact Italia, Fact Estero, FunFact, FunFact Italia, FunFact Estero
- Reazione prevalente nei commenti: positiva o negativa

Queste informazioni sono state raccolte in un file .csv per poi essere elaborate su un notebook Jupyter con linguaggio Python. Usando le librerie pandas, matplotlib e seaborn, il dataset è stato analizzato per creare i grafici che accompagnano questo progetto.

Tutti i file, inclusi i due file .csv, la relazione e il notebook Jupyter, sono disponibili in una repository GitHub [3].

2.2 Analisi quantitativa

In questa prima parte, viene analizzata la frequenza di pubblicazione settimanale e giornaliera, quali sono i temi principali e come il pubblico ha reagito ai contenuti pubblicati quindi numero di like, commenti, condivisioni.

Attività e frequenza di pubblicazione La Figura 4 mostra l'andamento giornaliero delle pubblicazioni da parte dei due profili. Si osservano alcuni picchi di attività, ma questi non coincidono perfettamente, anche se di pochi giorni, con gli eventi precedentemente indicati. La pagina factanza ha una frequenza di pubblicazione più alta rispetto a The Gap ma entrambi risultano attivi ogni giorno nel periodo analizzato, senza giorni di completa inattività.

La Figura 5 mostra invece una tendenza comune nei due profili: la pubblicazione è più intensa nei giorni

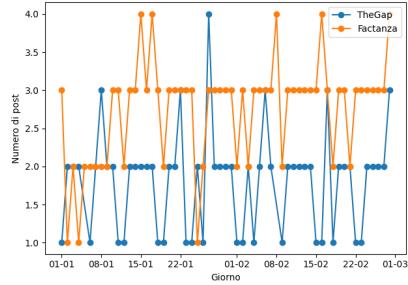


Figura 4: Post pubblicati al giorno

feriali, in particolare tra mercoledì e venerdì, mentre cala sensibilmente nel fine settimana.

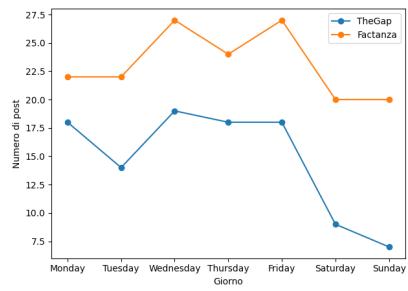


Figura 5: Post pubblicati per giorno della settimana

Distribuzione del formato dei post La Figura 6 mostra quanto già scritto in precedenza: TheGap utilizza quasi esclusivamente un’immagine singola, mentre Factanza preferisce i post composti da più immagini.

Distribuzione dei temi La Figura 7 mostra che TheGap si concentra soprattutto su notizie di cronaca italiana, mentre Factanza pubblica in prevalenza contenuti di tipo “fun fact” generico. Le categorie *fact_italia* e *fact_estero* includono notizie di attua-

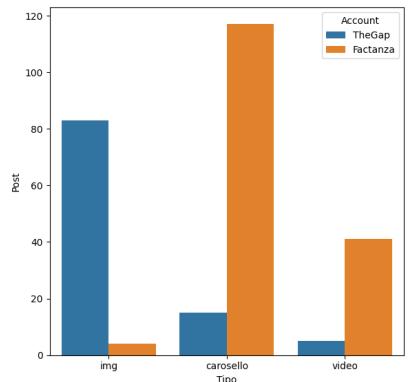


Figura 6: Distribuzione del formato dei post

lità rispettivamente italiane e internazionali. Le etichette *fun_fact_Italia* e *fun_fact_estero* riguardano curiosità legate a luoghi, tradizioni o culture, mentre i *fun_fact* trattano temi di scienza, flora e fauna.

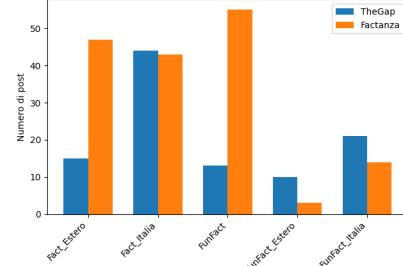


Figura 7: Distribuzione dei Temi

2.3 Analisi qualitativa

Engagement medio per tema La Figura 8 mostra l’engagement medio, diviso per likes, commenti e condivisioni per ogni tema. Per entrambi i profili, i post a tema *fun fact* generano più interazioni rispetto a quelli di cronaca, segno che i contenuti leggeri o curiosi coinvolgono maggiormente il pubblico. Nonostante Factanza abbia un numero di follower quasi doppio rispetto a TheGap (952k contro 510k), è quest’ultimo a ottenere in media più like per post e a generare un numero maggiore di commenti, mentre Factanza si distingue per il numero più alto di condivisioni, soprattutto nei post di curiosità. Questo potrebbe confermare le due strategie distinte: TheGap punta su un approccio più informativo e orientato al dibattito, mentre Factanza privilegia contenuti pensati per essere condivisi e diventare virali.

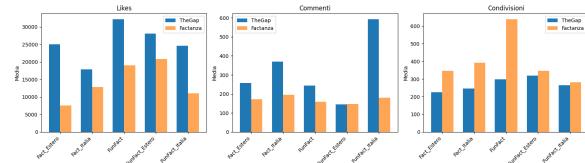


Figura 8: Engagement medio per Tema

Reazioni per tema La Figura 9 evidenzia che entrambe le pagine ricevono principalmente reazioni negative, soprattutto sui post legati all’attualità italiana. Questo suggerisce che i temi percepiti come più vicini tendono a generare più critiche e dibattiti nei commenti. Al contrario, Factanza registra un buon numero di reazioni positive nei post di tipo *funfact*, a conferma del fatto che i contenuti leggeri e divertenti risultano più graditi e meno divisivi per il pubblico.

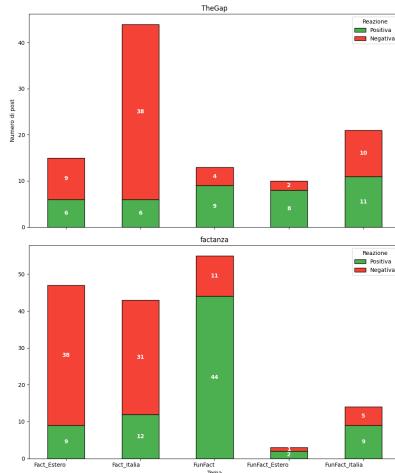


Figura 9: Reazioni per Tema

Post più apprezzati Per completare l’analisi qualitativa, si riportano di seguito i post che hanno ottenuto il maggior numero di like per ciascun account.

Nel caso di TheGap, il post più apprezzato (Figura 10a) appartiene alla tipologia *fun fact* ed è dedicato a una curiosità del mondo animale. Il contenuto unisce un tono simpatico, non molto frequente nei post di questo profilo, a una curiosità scientifica.

Per Factanza, invece, il post con più like (Figura 10b) è di natura motivazionale che propone messaggi empatici, spesso accompagnati da grafiche colorate e testi accattivanti. Factanza cura anche una rubrica in collaborazione con un’altra pagina, A Panda piace [1], proponendo contenuti simili per tono e stile: brevi riflessioni, consigli di self-care e spunti di benessere psicologico.



Figura 10

3 Conclusioni

L’analisi comparativa dei profili Instagram TheGap e Factanza mostra due strategie editoriali distinte, entrambe efficaci ma orientate a obiettivi differenti. TheGap adotta un design essenziale e un ritmo “one-post-one-news”, concentrandosi soprattutto sulla cronaca italiana, nonostante siano i *fun fact* a generare il maggior engagement. Factanza, al contrario, mette al centro proprio i *fun fact*, perché sono questi a registrare il più alto numero di condivisioni.

Limiti e prospettive future. La raccolta manuale dei dati potrebbe aver introdotto un bias di selezione per cui si potrebbero definire criteri di campionamento predefiniti e casuali per la selezione dei post o automatizzare la raccolta tramite API di Instagram o tool di web scraping. L’analisi qualitativa dei commenti andrebbe approfondita con tecniche di sentiment analysis automatica per confermare le osservazioni visive. Inoltre, un’estensione dello studio a periodi più lunghi permetterebbe di validare la generalizzazione dei risultati.

In conclusione, il confronto tra TheGap e Factanza dimostra come, su Instagram, il successo non dipenda solo dal numero di follower, ma dall’equilibrio tra impatto visivo e narrativa: la forma è importante quanto il messaggio.

Riferimenti bibliografici

- [1] *A Panda piace*. URL: <https://www.instagram.com/apandapiace/>.
- [2] *factanza*. URL: <https://www.instagram.com/factanza/>.
- [3] *Fun or Fact - GitHub*. URL: <https://github.com/SusaPrt/Fun-or-Fact>.
- [4] *The Gap*. URL: https://www.instagram.com/thegap_media/.