

la DOMENICA

la TENDENZA

@EDOARDO DANIELI

Twitter è la più concreta esperienza di relazione con il flusso dell'informazione che, attualmente, si possa instaurare. Ci si può immergere, in questo flusso; lo si può sfiorare, lo si può amare, contestare, odiare o, semplicemente, gestire, diventando così autori non solo della propria azione ma anche della propria narrazione. Sì, ma cos'è? Come si usa?

Se siete nativi digitali, basta collegarsi al sito (<http://twitter.com>) e iniziare a utilizzarlo. Sul sito c'è già tutto, in due ore si imparano i rudimenti, il resto dipende dal tempo a disposizione e, soprattutto, dalla connessione. Online si trovano anche molti consigli utili: è tutto un fiorire di luoghi ameni in cui si svelano i (presunti) segreti di Twitter. Se, invece, siete ancora ancorati ai manuali, il senigalliese Luca Conti (@pandemia), profeta di Twitter fin dagli esordi (e con una punta di orgoglio e ringraziamento "godfather" di chi scrive sul social network) ha scritto per Hoepli "Comunicare con Twitter", indispensabile strumento non solo per conoscere ma anche per approfondire gli aspetti più significativi di una forma di comunicazione decisamente innovativa. Sempre dalle Marche, viene un altro profondo spunto di riflessione che ha al centro Urbino e, in particolare, la facoltà di sociologia: Giovanni Boccia Artieri (@GBA_mediamondo), Fabio Giglietto (@fabiogiglietto), Federico Venturini (@fedeventurini), gli studenti dell'Ig nei rispettivi spazi di approfondimento offrono sempre motivi di riflessione sulla creazione di nuovi modelli comunicativi e dei cambiamenti che producono nelle persone e nelle relazioni tra di esse.

Questa lunga premessa, è una sorta di disclaimer per dire fatevela voi la vostra storia su Twitter. Per tutti gli altri, restano circa 3500 battute. Twitter è un social network, un luogo della rete dove si condividono informazioni. Che cosa? Messaggi lunghi al massimo 140 caratteri, veri e propri cinguettii, lanciati nella rete. Perché tweet (ricordate Titti di Gatto Silvestro, nell'originale appunto Tweety?) è il cinguettare. L'origine del nome è però un'altra: guardando la tastiera del telefonino twtr (il nome originale del progetto senza vocali) è una serie di numeri (8-9-8-8-7) che corrisponde al numero breve per l'invio degli Sms in Usa. Lo short message system (Sms) del cellulare è - a ben vedere - il fratello povero di Twitter. Si spiega anche così la dirompente attuale crescita del social network che deriva sicuramente dall'arrivo delle star ma coincide con l'altrettanto impetuosa avanzata dei dispositivi portatili, dal momento che nessuno ha più il coraggio di chiamarli telefonini. Con una differenza, piccolo passo per l'uomo ma vera e propria rivoluzione per l'umanità: anziché dirigere il messaggio a un solo interlocutore, lo si destina a tutti.

Sì, ma chi mi legge, chi mi risponde? Ecco, se la domanda è questa, potete tranquillamente restare sul rassicurante competitor Facebook, dove le conversazioni sono rigidamente irrigimentate dalle amicizie (e qui ci sarebbe da ridere, ma non è il punto). Su Twitter l'ansia della risposta non esiste. Si contribuisce a creare il flusso da cui, però, si può attingere ogni sorta di informazione: è qui la vera metamorfosi del fruitore-fornitore di informazioni.

Intanto, avete la vostra bella pagina di microblogging in cui ogni vostro cin-



Twitter

Cinguetta così in 140 caratteri



guetto viene regolarmente registrato. C'è di più. Diventa fondamentale il tasto meno usato della tastiera - #, il cosiddetto cancelletto - che consente di indicare le parole chiave su cui effettuare ricerche. Hashtag, è il nome tecnico, che rende consultabile il materiale che ci interessa. Alcuni di questi indici sono facili e immediati: #Monti consente di cercare ciò che riguarda il nuovo presidente del Consiglio; altri sono più complicati e geniali: per esempio lo #AEIOUY che ha accompagnato le dimissioni di Berlusconi (opera, per la cronaca, di Roberta Maggio, in arte @ubimaggio) non è di immediata comprensione ma si illumina di imminente ritorno alla tradizionale canzoncina del trenino delle feste di Capodanno. Si tratta di ricerche che si possono fare direttamente su Twitter oppure su motori di ricerca specifici. Non è raro che all'inizio di qualche rivoluzione o grande evento che per il marketing è la stessa cosa, un tweet indichi anche un hashtag, per rendere più fruibile la consultazione. Se un vostro hashtag entra nelle "Tendenze" (la finestra che si trova nella pagina principale), diventate una twitstar più delle star che affollano Twitter.

Non ci sono amici su Twitter: ci sono "follower" e "following": le persone

che ti seguono e le persone che segui. È chiaro che Fiorello ha oltre 200 mila follower e un centinaio di following, tutti possono diventare follower ma solo ai following è concesso inviare messaggi diretti. Gli altri si debbono accontentare di mettere nel flusso un messaggio con la chiochiocetta e il nome dell'interessato: è la cosiddetta "menzione", sarà poi la star a decidere se rispondere o meno. Se qualcuno vi menziona, per un motivo o per l'altro, lo vedete nel vostro profilo. Un altro utile strumento è il retweet #RT; poi ci sono i vari acronimi: #FF (followfriday), #TT (trendingtopics) ma non bisogna dire tutto e togliere il gusto della scoperta.

Problemi e prospettive ma nessuna conclusione. Nell'epoca della miniaturizzazione, anche la conversazione diventa minima, al massimo di 140 caratteri: così se leggere e comprendere era già un'impresa per molti, ora diventa ancora più complicato. Secondo punto: altrove nel mondo i cinguettii hanno provocato rivoluzioni, qui da noi al più suscitano qualche classifica di libri o una polemica sul Banco alimentare o sull'identità di un ministro. Terzo: senza morti o feriti, man mano che i social network si trasferiranno sui dispositivi mobili (utilizzando i giardini incantati delle Apps), tanto più il Web tornerà al suo primigenio e libero scopo. Quarto: avere qualcosa da dire, comunque, aiuta. Come dice @duepuntozero, una volta se non avevi nulla da dire stavi zitto. Adesso ci sono i social network.



Un altro social network irrompe nelle abitudini quotidiane. Il flusso informativo diventa incessante e ognuno può scegliere le fonti da cui attingere notizie. Altrove è servito a fare rivoluzioni qui da noi al più per fare classifiche di libri