

# Il linguaggio di Twitter

La comunità Twitter ha sviluppato, in questi anni di vita, **una vera e propria forma di comunicazione**. Il motivo è facilmente intuibile: provate ad immaginare, nella vita reale, di gestire un botta e risposta con un interlocutore avendo a disposizione per le vostre frasi, in ogni scambio, 140 lettere. Certamente, si svilupperebbe una forma di comunicazione del tutto nuova; analogamente, gli utenti di Twitter hanno imparato, chi più chi meno, ad **"ottimizzare"** il proprio linguaggio in relazione a questo faticoso limite di 140 caratteri per messaggio.

La presente è **una delle lezioni più importanti** di tutta la guida, quindi consigliamo ai lettori di disporre di sufficiente tempo per concentrarsi e assorbire al meglio le nozioni di seguito descritte.

## LA SINTESI È TUTTO

Prendiamo per esempio il seguente, potenziale tweet (non si badi all'elementare contenuto):

*Oggi è una bellissima giornata! Mi piacerebbe essere in ferie per fare una passeggiata in riva al mare, mangiare del pesce fresco ed addormentarmi in riva al mare!*

Il messaggio, così composto **non è accettato da Twitter**, perchè è lungo, spazi compresi, 163 caratteri, 23 oltre il limite dei 140.

Potremmo ridurlo, mantenendo il significato, in questo modo:

*Oggi è una bellissima giornata! Mi piacerebbe essere in ferie per fare una passeggiata in riva al mare, mangiare del pesce fresco ed addormentarmi sulla riva!*

Hm – non ci siamo, sempre 18 caratteri **oltre** il limite. Riproviamo:

*Oggi è una gran giornata! Mi piacerebbe essere libero per fare due passi in riva al mare, mangiare del pesce fresco ed addormentarmi sulla riva!*

Accidenti, ancora 4 caratteri da recuperare!

*Oggi è una gran giornata! Mi piacerebbe essere libero per fare due passi in riva al mare, mangiare del pesce fresco e riposare sulla riva!*

Ci siamo. 138 caratteri – quindi pubblicabile – abbiamo **conseguito il concetto**, imparando a scegliere le **parole adatte** per riuscire ad esprimere il nostro pensiero. E' necessario pertanto imparare ad essere **sintetici** pur mantenendo la **comunicabilità**.

## LINK

Ogni pagina web che visitate, si tratti di un articolo di giornale, un elenco di fotografie, o questa stessa pagina di Zeerko, possiede un proprio link (o URL) univoco. Solitamente inizia con "http://" e si trova in alto, sul browser. I link sono tipicamente stringhe di caratteri molto lunghe, talvolta (spesso) superiori anche ai faticosi 140 caratteri.

### Come fare in questi casi?

Su Internet esistono dei siti di URL Shortening (letteralmente, "abbreviazione di URL") preposti a questo scopo. In pratica, questi siti **fanno da tramite**: fornendogli un indirizzo molto lungo, sono in grado di **"accorciarlo"** fino a ridurlo anche sotto i 20 caratteri.

Siti molto famosi sono <http://www.bit.ly>, <http://goo.gl>, <http://tiny.cc> e molti altri.

Facciamo un esempio. Prendiamo un indirizzo qualsiasi di un video youtube:

<http://www.youtube.com/watch?v=QlkBWtklfgw>

questo indirizzo è lungo 42 caratteri. In caso volette pubblicare l'indirizzo su twitter, potreste scrivere un messaggio di questo tipo:

*Guardate che meraviglia! Questa è la partenza dello Shuttle Atlantis STS-129 visto da Titusville, in Florida:*<http://www.youtube.com/watch?v=QlkBWtklfgw>

superereste di 13 caratteri il limite di 140.

Certo: si potrebbe facilmente accorciare il testo e risolvere il problema. E' anche vero che, tra l'accorciare un freddo indirizzo internet e il vostro verbo, la scelta più logica sarebbe quella di accorciare il primo. Utilizzando, per esempio, **bit.ly** (il primo degli indirizzi sopraccitati), l'indirizzo verrebbe ridotto, dandovi una risultate di questo tipo:

*Guardate che meraviglia! Questa è la partenza dello Shuttle Atlantis STS-129 visto da Titusville, in Florida:*<http://bit.ly/nt6Bnp>

Come si vede, il nuovo indirizzo "sostitutivo" (<http://bit.ly/nt6Bnp>) è estremamente più corto, e vi permetterà di rimanere nello spazio previsto.

In realtà, la maggior parte delle applicazioni per gestire il vostro profilo twitter, sia per computer che per dispositivi mobili (*twitter può infatti essere utilizzato non solo tramite il sito "classico", ma anche attraverso altri strumenti; ne parliamo in appendice*) provvedono **automaticamente** ad abbreviare gli indirizzi in fase di inserimento del tweet, pertanto non vi sarà necessario fare un passaggio su altri siti. In caso vi limitiate ad utilizzare il sito **twitter.com**, sarete invece obbligati ad utilizzare uno dei siti sopraccitati (o altri) per accorciare i vostri indirizzi web.

## I DUE CARATTERI SPECIALI, “@” E “#”

Twitter prevede infine l'uso di **due caratteri speciali**, “@” (at) e “#” (sharp).

Entrambi vengono utilizzati posizionandoli **prima** di una parola specifica, ma hanno funzioni diametralmente opposte.

### @

Il primo, la “@”, serve per “**citare**” un determinato utente.

La **citazione** è un argomento che abbiamo già toccato in precedenza, parlando dell'[anatomia del profilo twitter](#):

Consiste nello scrivere un tweet che contenga al suo interno un riferimento ad un altro utente, in modo che egli lo “noti” nella propria lista di menzioni (“mentions”), e gli “altri” (ovvero chiunque altro lo legga) colgano il fatto che un dato utente è **stato citato** in quello specifico tweet.

Ovviamente i motivi per citare un altro utente possono essere molteplici.

Facciamo un esempio.

Assumiamo di essere collegati tramite l'account di Zeerko, ovvero “[@zeerkoguides](#)” e poniamo il caso che esista un utente di nome “lupin”. Potremmo scrivere un tweet del genere:

*Ciao @lupin, come stai? Nessun furto sensazionale nelle ultime settimane?*

Automaticamente, “lupin” riceverebbe il tweet, indipendentemente dal fatto che stia “seguendo” il nostro profilo o meno. Tale tweet, infatti, **apparirà** sulla lista di sue “menzioni” personali.

Ora, “lupin” potrebbe decidere di effettuare un “**reply**” del nostro tweet. Solitamente, ogni messaggio visualizza un'icona che ricorda una freccia ricurva, che solitamente sta a significare “**rispondi**”. Cliccando quell'icona, l'utente potrebbe risponderci nel seguente modo:

*@zeerkoguides Nessuno! Sono a riposo, ma tornerò in attività molto presto! 😊*

A questo punto, il nostro profilo visualizzerebbe, alla voce menzioni (“**mentions**”), un **nuovo messaggio** da leggere.

Si tratta sempre di un tweet comune, ma come detto, la presenza della citazione lo rende **speciale**, almeno per coloro che sono citati.

Proseguiamo con un altro esempio.

Poniamo questa volta il caso che esista anche un altro utente, di nome “zenigata”. Potrei scrivere un tweet del tipo:

*Hey, @zenigata! Quando ti decidi a catturare finalmente @lupin?*

In questo caso, sia l'utente “zenigata” che l'utente “lupin” riceverebbero il tweet.

### #

Il secondo carattere speciale, # (**sharp**), è nato da una **consuetudine** all'uso da parte degli utenti Twitter.

Tale carattere, posizionato davanti a una qualsiasi parola, la rende automaticamente linkata, ovvero **cliccabile**. L'effetto di cliccare su una parola preceduta da #, è quello di “chiedere” a Twitter di **elencare tutti i tweet**, sempre in ordine di tempo in stile “cronologia”, che contengano quella specifica parola.

Una parola preceduta da # si definisce HASHTAG.

Questa funzione di Twitter è **estremamente** importante da capire, non tanto nel funzionamento (banale) quanto negli effetti che produce se utilizzata in modo corretto e *prospettico* (capiremo poco più avanti perchè abbiamo usato questo termine).

Facciamo un esempio.

In termini di contenuto, non c'è **alcuna differenza** nello scrivere un tweet nel seguente modo:

*La crisi internazionale non mi spaventa. Nessuno potrà mai privarmi delle mie capacità professionali.*

piuttosto che scriverlo così:

*La #crisi internazionale non mi spaventa. Nessuno potrà mai privarmi delle mie capacità professionali.*

In realtà la differenza esiste **ed è enorme**. L'aggiunta del carattere # davanti alla parola “crisi” ha reso questo tweet molto più **fruibile** da parte della comunità.

Perchè questo? E' semplice. L'uso dell'hashtag è *prospettico* in quanto permette al tweet **di essere raggiunto** e letto da altri utenti tramite il click della medesima parola, scritta nello stesso modo, in qualche altro tweet.

Cerchiamo di spiegarci meglio tramite un altro esempio.

Immaginiamo che un utente qualsiasi, sconosciuto (quindi non presente tra i proprio following o nei proprio follower), pubblichi alle 12.00 del 01/01/2012 il seguente tweet:

*Sempre più netta e percepibile, questa #crisi. Speriamo che non abbia effetti a lungo termine sulla nostra vita.*

e mettiamo di pubblicare, dieci minuti dopo, il nostro tweet di prima:

*La #crisi internazionale non mi spaventa. Nessuno potrà mai privarmi delle mie capacità professionali.*

A questo punto, se qualcuno che non ci conosce, ma conosce l'utente di cui sopra, o semplicemente per qualche motivo visualizza il suo tweet e clicca sulla parola “**#crisi**”, automaticamente visualizzerà prima il nostro messaggio, poi il suo e poi a seguire tutti gli altri che eventualmente contengano la parola. Questo da visibilità, immediata al vostro tweet, il che corrisponde alla possibilità di vedersi rispondere, ripubblicare il tweet, essere **aggiunti** tra i **following** ecc.

Un uso evoluto e specifico dell'hashtag è quello di facente funzione di “filo d'Arianna”. Tale uso verrà descritto a seguire nei prossimi capitoli.