

La ricerca

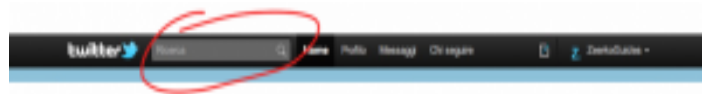
La **padronanza** nell'uso del motore di ricerca interna (“**search**”, in inglese) al portale stesso è una delle chiavi di volta nell'uso corretto e nella compresione della potenza di Twitter.

ALLA RICERCA DEL “FILONE D’ORO”

La ricerca interna a Twitter è una delle funzionalità **più importanti** del servizio; l'assenza di tale possibilità, in presenza di un *mare magnum* come quello di Twitter, renderebbe il tutto poco fruibile e, in definitiva, inutile.

Una delle maggiori cause di abbandono su Twitter è certamente la mancanza di consapevolezza della potenza nel ricercare i contenuti e dell'uso che se ne può fare.

L'utilizzo del **search** è banale: è sufficiente inserire una o più parole all'interno del box di ricerca (*in alto a sinistra in tutte le pagine di Twitter*) per ottenere l'elenco (*ordinato temporalmente*) di tutti i tweet che le contengano.



Il box presente su Twitter dove inserire le proprie chiavi di ricerca.

La cosa importante non è tanto capire il funzionamento tecnico del motore di ricerca, quando capire *cosa cercare equando* farlo.

Il risultato di una ricerca, su Twitter, equivale alla **rampa d'accesso** di un'autostrada. Tale risultato, infatti, vi permette di “entrare” all'interno di veri e propri flussi informativi, rendendovi parte di essi, permettendovi di conoscere nuovi contenuti ed utenti, e viceversa far conoscere i vostri contenuti e voi in quanto tali ad altri soggetti.

La cosa importante è **imparare ad identificare** questi flussi informativi, dei veri e propri “**filoni d'oro**”.

Facciamo un esempio.

Poniamo il caso che siano le 23.45 del 9 luglio 2006. La nazionale di calcio italiana abbia appena vinto il trofeo più ambito, la Coppa del Mondo. E' facile immaginare che Twitter sia, in questo momento, subissato di messaggi da parte di utenti italiani, e non solo, in merito a tale evento sportivo.

L'utente elementare apre twitter e digita il seguente tweet:

Evvai! Siamo finalmente campioni!!!

Tale messaggio sarebbe probabilmente letto dai propri follower, e poco di più (forse).

L'utente smaliziato (*cosa che proviamo a farvi diventare tramite questa nostra guida*), prima di pubblicare alcunchè cerca un “**flusso informativo**” nel quale inserirsi, al fine di diventare parte di un tutto, e condividere *davvero* in **ottica social** il proprio pensiero.

Pertanto, si affaccia sul motore di ricerca cercando di intuire (e quindi adeguarsi, in accezione positiva) **come** la maggioranza degli utenti **stia comunicando**. Per far ciò, l'utente deve porsi la *domanda delle domande*: “**quali parole staranno maggiormente utilizzando gli utenti per comunicare?**”

Alcune risposte, in questo frangente, potrebbero essere:

- “campioni del mondo”
- “italia campione”
- “zidane testata”
- “coppa del mondo”

Effettuando una o più di queste ricerche, ci si renderà subito conto della bontà della ricerca stessa, in termini di numerosità dei tweet pubblicati contenenti queste parole; consultando poi i risultati veri e propri, si potrebbero scorgere tweet interessanti ai quali rispondere, utenti prima sconosciuti magari da aggiungere alla propria lista dei following e soprattutto scorgere gli hashtag più utilizzati.

UTILIZZARE L'HASHTAG COME "FILO DI ARIANNA"

Gli **hashtag** (spiegati nel capitolo relativo al *linguaggio di Twitter*) vengono posizionati spesso in **testa** o in **coda** ai tweet per dare al messaggio stesso una connotazione di *riconoscibilità*. In molti di questi casi, non sono solo **parole di senso compiuto**, ma gruppi di parole unite tra loro, o sigle/acronimi.

Due esempi potrebbero essere:

Oggi sono stato al mare, c'era un'atmosfera incredibile. #belleesperienze

Oppure

#storiebrevi Decise di fare la telefonata. Compose il numero, e aspettò che la vita gli rispondesse.

Gli **hashtag** *"#belleesperienze"* e *"#storiebrevi"* sono **due classici esempi** in cui la parola usata non è certamente di senso compiuto, ma un senso lo fornisce **eccome**. Sia nel primo che nel secondo esempio, gli hashtag non aggiungono **nulla alla semantica** del testo, ma gli allegano un **"bollino"** di appartenenza: un hashtag come *"#belleesperienze"* potrebbe **identificare** tutti i tweet che parlino, appunto, di belle esperienze; il secondo, suona come un gioco e/o un esercizio: condividere in rete brevi storie di 140 caratteri. Conoscendo quindi l'hashtag (*oppure provando ad immaginarlo*) è possibile effettuare una ricerca mirata e seguire, ripetendola più volte nel tempo, l'evolversi di tale "filone".

Tornando all'esempio di cui sopra, è probabile che effettuando le ricerche sopra elencate, l'utente trovi più messaggi che contengano degli hashtag **"filo di Arianna"** di questo tipo:

- *#campionidelmondo*
- *#campioni*

La presenza dei medesimi hashtag su più tweet dovrebbe **"accendere la lampadina"** a chi la nota: avrà trovato un **"filone"**, ovvero un **elemento** che lega tutti i messaggi dello stesso tipo, un *minimo comun denominatore*. Un utente smaliziato, pertanto, scriverà:

Siamo #campioni del mondo! Nessuno come noi, w l'Italia! #campionidelmondo

Abbiamo raggiunto **più obiettivi in uno**:

- **inserito una chiave di ricerca** certamente frequentata ("campioni del mondo");
- **abbiamo inserito due hashtag**, il che lo rende parte di due filoni paralleli ottenendo così una comunicazione efficace.

Ovviamente, la ricerca non va utilizzata solo in occasione di **eventi eccezionali**, ma semmai è da considerarsi la compagna di tutti i giorni nell'**uso quotidiano** di Twitter.

Siete appassionati di cinema? Cercate dunque **"cinema"**, **"recensioni"**, **"opinioni film"**.

Amate la politica? Cercate **"politica"**, **"notizie politica"**, **"leggi"**, ecc.

Troverete, man mano, molti **"filoni"** che frequenterete magari passivamente, limitandovi a consultare; attivamente, rispondendo e dando i vostri contributi o, quando doveste sentirvi pronti a farlo, crearne di nuovi voi stessi. Certamente, la pratica vi porterà una gran velocità nel trovare le informazioni.

USARE LA RICERCA COME RADAR

Le ricerche effettuate si possono “salvare”, ovvero conservarle in una lista in modo da essere ripetute rapidamente. E’ possibile quindi “monitorare” dei contenuti salvando le ricerche tramite le quali vi si accede e consultarle di tanto in tanto. E’ un’ottima pratica, che consigliamo caldamente.

UN TECNICISMO, UNO SOLO, SULLA RICERCA

Cercare:

madonna isla bonita

piuttosto che

“madonna isla bonita”

fa una **grandissima** differenza. La presenza degli apici in testa e in coda ad una chiave di ricerca segnalano al motore che la vostra intenzione è quella di trovare tweet che contengano *tutte* le parole indicate.

L’assenza, vi riporterà un elenco di tweet che contengano **almeno** una di quelle parole.

Visto l’esempio portato, potete immaginare da voi la sostanziale differenza di risultato: **nel primo caso, otterreste sicuramente moltissimi tweet di stampo religioso, nel secondo caso.. no.**