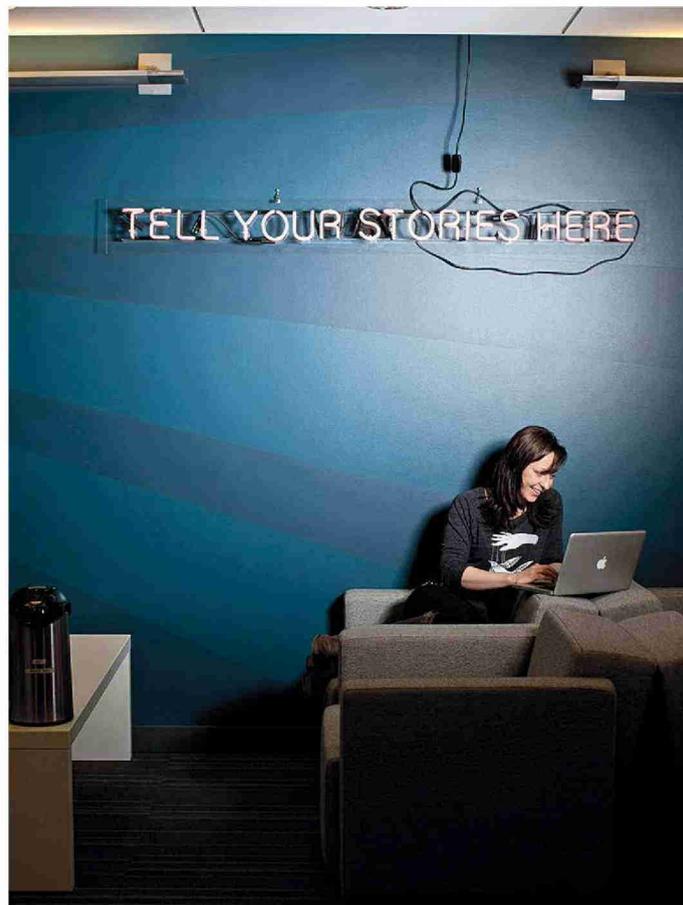


# CINGUETTO ANCH'IO? NO, TU NO

**Casini ne è diventato un utilizzatore quasi compulsivo. Di Pietro lo è da tempo. Alfano ci sta provando. Così i politici si buttano nel microblogging**

DI FABIO CHIUSI E SILVIA CERAMI



LA SEDE DI TWITTER A PALO ALTO, IN CALIFORNIA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

**S**e deve spiegare il significato di Twitter, l'ideatore Jack Dorsey risponde così: «È una breve e incoerente esplosione di informazioni». Con oltre 12 mila messaggi al secondo, difficile dargli torto. Ma gli utenti hanno presto imparato a sfruttarlo per dare notizie, documentare proteste, commentare programmi tv. Ora che Twitter è il nono sito più visitato al mondo, il discorso pubblico si è ridotto a frasi lapidarie di 140 caratteri? Litighiamo di più e ragioniamo di meno?

Se per il sindaco di New York, Mike Bloomberg, le troppe critiche «rendono impossibile fare politica», in Italia sono proprio i politici a essersene innamorati. Secondo Pier Ferdinando Casini, a cui si deve il famoso cinguettio della foto del vertice a Palazzo Chigi, «Twitter è un grande laboratorio di democrazia, dove non esistono filtri e gerarchie, e ciascuno pesa secondo il principio "una testa, un voto"». Il problema non è la sintesi, dice, che anzi «è un'ottima palestra per allenarsi alla chiarezza». Semmai «è quando si usa Twitter nei momenti di tempo

libero, e magari per amore di una battuta si finisce il giorno dopo alla berlina su tutti i giornali. È il caso del mio "tvb" ad Antonio Di Pietro».

Tonino, 100 mila follower, sta al gioco e rilancia, convinto che Twitter sia «una piattaforma democratica che consente il confronto, lo scambio di idee e la condivisione delle battaglie». Dice Andrea Sarubbi, deputato democratico inventore dell'hashtag "opencamera" dedicato ai cinguettii da dentro il Palazzo: «Per fare politica bisogna mettersi in piazza e bencarsi anche le critiche».

Anche il Pdl, seppur in ritardo, è sbarcato su Twitter. «Un mezzo ideale», constata Antonio Palmieri, responsabile delle strategie Internet del partito, «per esprimere il proprio pensiero senza che sia soggetto a fraintendimenti». Dei giornalisti, si intende. «Perché Twitter è come una grande agenzia di stampa». «È uno strumento che sta ridefinendo il ruolo dell'informazione», nota l'esperto di comunicazione Luigi Crespi, «il politico parla direttamente e discute sotto gli occhi dell'opinione pubblica che intervie-

ne, mentre la notizia si sta creando. Le agenzie e i giornali diventano cronisti di una realtà che è sempre più veloce della loro capacità di rappresentarla».

Eppure secondo l'editorialista Gianni Riotta (che di Twitter è un utilizzatore quasi compulsivo) questa «è una risorsa per il giornalismo. I 140 caratteri so- ▶

## Sempre più clic

Utenti che hanno visitato Twitter almeno una volta al mese da marzo 2010 a gennaio 2012 (in milioni)



■ SELPRESS ■  
www.selpress.com

## Tecnologia

no chiavi di accesso a un'edicola senza confini. La brevità non è un limite, i 10 comandamenti che Dio detta a Mosè fondano l'etica occidentale, e stanno in meno di 10 tweet».

«Tutte chiacchiere inutili», risponde senza mezzi termini Enrico Mentana, tra i pochi giornalisti assenti sul social network: «Ogni periodo ha le sue modalità espressive. Mi interessa di più sapere se Bersani è favorevole o no alla riforma dell'articolo 18, piuttosto che sapere come o dove l'ha detto». E Luca Sofri, direttore del sito "Il Post" e blogger, sostiene che «c'è una cultura che privilegia la

superficialità schematica e partigiana che prescinde da Twitter e prospera ogni giorno in articoli di giornale più o meno lunghi, in dibattiti televisivi, in discorsi pubblici». Insomma, non è colpa del mezzo. Charlie Beckett, direttore del centro Polis della London School of Economics, concorda: «A volte gli scambi su Twitter possono essere rudi, violenti e stupidi. Ma è la voce diretta delle persone, e non sempre sono educate o intelligenti quando parlano nel mondo reale. Twitter può peggiorare le cose attraverso l'anonimato».

In ogni caso, come spiega il social me-

dia strategist Vincenzo Cosenza, «fondamentale è comprenderne i limiti per apprezzarne le potenzialità». E non è tanto questione di caratteri: «Per ragionare più compiutamente si può inserire un link a una pagina Web», afferma Luca Conti, giornalista e autore di un manuale sull'uso di Twitter. Poi, tutto sommato, «è come lavorare entro una metrica precisa», aggiunge Roberto Weber, dell'istituto demoscopico Swg: «Chissà che ne avrebbero pensato Sandro Penna o Umberto Saba».

Il problema è sostanziale. Secondo il docente di Comunicazione Francesco Pi-



### Genio della semplicità

Nel 2006 a Jack Dorsey (foto a sinistra) sono bastate due settimane per tradurre l'idea di Twitter in un codice miliardario. Ma non deve stupire. Perché Dorsey, classe 1976, originario di St. Louis nel Missouri, è da sempre ossessionato dal concetto che ne sta alla base. Da programmatore autodidatta e a soli 15 anni ingegna un sistema per rapide comunicazioni in tempo reale tra taxi. Lasciati gli studi, prima di darsi al software è illustratore botanico, massaggiatore e fashion designer. E sogna di diventare sindaco di New York. Ma l'incontro con Evan Williams lo porta a sviluppare "twittr". Amante delle passeggiate, riservato e austero, non dorme che 4-5 ore per notte. Del resto, oltre a Twitter, dal 2009 dirige anche Square, un sistema che permette di effettuare pagamenti con carta di credito direttamente dal proprio smartphone. Vale già un miliardo di dollari. Considerato da Foreign Policy tra i pensatori più influenti al mondo, del suo lavoro dice: «Il mio obiettivo è semplificare la complessità». In un tweet.

Fabio Chiusi

Foto: G. Hasler - Sestix / Contrasto, G. Ansu - Agf. R. Casilli - Contrasto, A. Di Biase - A3, D. Scaletti - Imagoeconomica, P. Tre - A3, A. Meoli - Imagoeconomica

### Impazziti per 140 caratteri



«Se Di Pietro è onesto tolga l'appoggio alle amministrazioni indagate per corruzione». «La tua onestà è da dimostrare. Noi non stiamo in giunte inquisite». «Ah sì? Giurate e sarete sputtanati». E ancora «Vespa inviti sia Berlusconi sia Alfano. Cedo il mio posto». «Simpatico Pierluigi! Piuttosto che a Porta a Porta dovresti andare a "Ballarò", al posto di Crozza». E poi rivelazioni: «Se vi dicessi che un ex ministro viene in

■ SELPRESS ■  
www.selpress.com

ra, infatti, «Twitter piace molto ai politici perché con poche parole possono esprimere dei concetti, lanciando un messaggio spot, ma il problema è che bisognerebbe lavorare sui contenuti». «In 140 caratteri non posso dire cose complesse: posso dire a una persona che l'amo, ma non quanto. Twitter comunica, ma non racconta», aggiunge lo scrittore Carlo Lucarelli. Del resto, aggiunge la sociologa Zeynep Tufekci, «è un errore immaginare Twitter un mezzo idealizzato in cui prendiamo decisioni razionali». Infatti, «Internet sta per lo più rimpiazzando la televisione, dove il dibattito è superficiale, a volte provocatorio e scorretto». Ma non deve essere necessariamente così: «Basta che ci siano abbastanza utenti interessati a conversazioni basate sui fatti». Il punto è «che è difficile generalizzare su Twitter, perché è una piattaforma che ha molti usi differenti», ragiona David Weinberger, scrittore e docente al Berkman Center di Harvard. Solitudini che non si incontrano? «Non necessariamente, anche se il rischio c'è». ■



A DESTRA, DALL'ALTO: ROBERTO RAO (IL DEPUTATO UDC CHE HA PORTATO CASINI SU TWITTER) ED ENRICO MENTANA (CONTRARIO AL SITO DI MICROBLOGGING); SOTTO, DA SINISTRA: MARA CARFAGNA, GIANNI RIOTTA, ANTONIO DI PIETRO E IL SINDACO DI FIRENZE MATTEO RENZI



commissione firma presenza per la diaria e se ne va?», «C'è un deputato che fa gossip, il problema non è essere presenti, ma avere qualcosa da dire». Formigoni contro Di Pietro, Alfano contro Bersani, Sarubbi contro Carfagna, fino ad arrivare alle anticipazioni di un processo con il «Franco Bechis, sappiamo dove trovarci» da parte di Matteo Renzi e alla rissa reale, perché quando Massimo Polledri della Lega Nord legge il tweet del

deputato Pd Pierangelo Ferrari che gli dà dell'«omofobo», non può far altro che dirigersi minaccioso verso il collega gridando «io non sono malato!». I politici italiani hanno scoperto le potenzialità di Twitter: cinguettii di veleno. Un sogno. Finalmente possono litigare senza filtri. Non è più tempo di conduttori che mediano e pubblicità che interrompe. L'urlo è libero, ma almeno dura solo 140 caratteri. **Silvia Cerami**

## Tre veri rischi

DI ALESSANDRO GILIOLI

Dai politici ai divi della tivù, dai giornalisti alle rockstar, negli ultimi mesi in Italia Twitter è diventato il luogo virtuale in cui è più di moda scambiarsi opinioni e battute o semplicemente «dichiarare» al mondo come un tempo si faceva attraverso le agenzie di stampa. Molti sono i vantaggi, primo fra i quali c'è la disintermediazione fra utenti, cioè la possibilità di ascoltare e di ribattere senza filtri. Finisce così anche l'era del «sono stato frainteso» e chi scrive una sciocchezza può soltanto tentare di cancellarla: ma nel frattempo mille screenshot l'avranno immortalata e rilanciata on line, smentendo così l'incauto smentitore.

Tralasciando la polemica su quanto vi sia di superficiale nella formula dei 140 caratteri (in fondo, chi ha qualcosa di più approfondito da dire può postarlo altrove in Rete, usando il «cinguettio» solo per dividerlo con un link), il boom di Twitter va tuttavia preservato anche dall'eccessivo entusiasmo di alcuni suoi sostenitori. Magari tenendo presenti due o tre prudenziali disclaimer. Primo, il microblogging è solo uno dei tanti modi in cui si può utilizzare la Rete a scopo di conversazione, confronto, crescita informativa e culturale: pensare di ridurre lì dentro le potenzialità di Internet è come tentare di mettere a un gigante le scarpette di una bambola. Secondo, la disintermediazione offerta da Twitter non deve farci credere di avere il controllo dell'informazione: la foto che Casini ci posta in diretta da Palazzo Chigi ci dà solo l'illusione di essere stati messi al corrente di chissà quali «inside» informativi da cui invece continuiamo a essere esclusi. Infine, ognuno di noi su Twitter finisce per costruirsi un mondo di contatti (tra «following» e «follower») che ovviamente non coincide con la totalità della realtà, là fuori, ma che con la realtà nel suo complesso rischiamo di confondere, proiettando una parte sull'intero. E facendoci cadere facilmente nell'errore di credere che il pianeta la pensi come il nostro quartierino virtuale.