

**Centro di Solidarietà
ONLUS**

“L’ALBERONE”

Incontri Formativi

Digital & Society

Incontro nr.5

Social Network

Twitter : concetti base



#PrayForParis

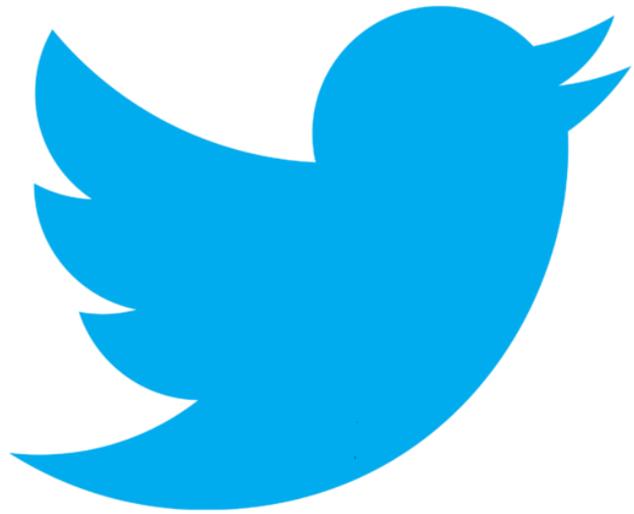
DE
OS
SX

CHIESA DI
SORA-CASSINO-AQUINO-PONTECORVO

Centro di Solidarietà - ONLUS "L'ALBERONE"

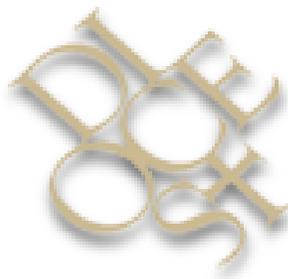


Seminario sui Social: Twitter



Centro di Solidarietà - ONLUS "L'ALBERONE"

#PrayForParis



CHIESA DI
SORA-CASSINO-AQUINO-PONTECORVO



mondoesa;lazio

software e servizi per imprese e professionisti



gruppo  TeamSystem®

(RELATORE)



Riccardo Petricca

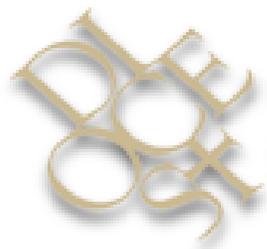
*Project Manager Business Intelligence
Senior Consultant Ecommerce*

[@RiccardoPety](https://www.instagram.com/RiccardoPety)

petricca.r@gmail.com

Cosa mi piace fare

P Digital **2.0**
Pastorale
SORA
CASSINO
AQUINO
PONTECORVO



CHIESA DI
SORA-CASSINO-AQUINO-PONTECORVO

oggi più di ieri...mettere le parrocchie “in comunione” (non solo ‘in rete’)

Conversione ad una pastorale integrata

Le parrocchie non possono più agire da sole. Ci vuole una “pastorale integrata in cui, nell’unità della diocesi, abbandonando ogni pretesa di autosufficienza, le parrocchie si collegano tra loro...”

Per rispondere a queste esigenze, la prospettiva della collaborazione pastorale interparrocchiale nella nostra diocesi dovrebbe seguire una logica prevalentemente “integrativa” e non “aggregativa”...si cerca di mettere le parrocchie “in comunione” (non solo ‘in rete’), in uno slancio di pastorale d’insieme, segnata dalla comunione e dalla missionari età aperta a tutto il territorio, perché nessuno sia escluso dall’azione evangelizzatrice.



Anche Paolo decise di Cambiare il modo di comunicare

Dai discorsi del Vescovo durante la III e IV giornata della Scuola di Evangelizzazione a San Carlo

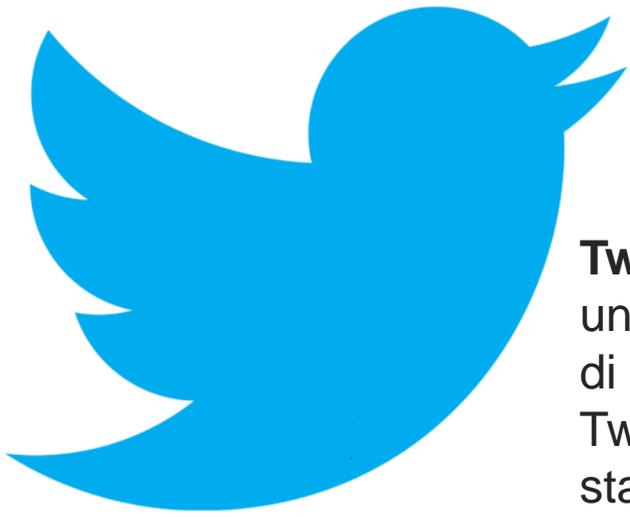
At. 17: la figura di riferimento è Paolo, predicatore nella colta Atene, che vive nell'idolatria. Inizialmente considerato un ciarlatano dai filosofi, Paolo mette nei loro orecchi "cose strane" di cui i pagani volevano sapere di più. Paolo annuncia Colui che essi adorano senza conoscere: *Dio giudicherà il mondo con giustizia per mezzo di un uomo designato che sarà resuscitato dai morti*. Ma qui il grande apostolo commette un errore, quello che oggi sarebbe identificato come un errato approccio alla strategia comunicativa: parla del *Dio ignoto* a cui loro pregano pur senza conoscerlo, ma introduce un concetto nuovo, troppo assurdo per la loro cultura, quello della *resurrezione*. Il suo fallimento sta nel non tenere in conto quelli che sono i destinatari.

Quando poi si reca a Corinto, Paolo cerca di capire di più a chi sta parlando. Il secondo testo è appunto la prima lettera ai Corinzi: nei primi due capitoli infatti ci viene mostrato come egli, consapevole dell'insuccesso del primo approccio, riconosce i destinatari e inizia la sua predicazione partendo dalla Croce. Questa volta raggiunge il suo obiettivo, far comprendere come la stoltezza della croce diventi mezzo di salvezza per gli uomini. Il messaggio della croce come potenza di Dio arriva ai destinatari. Paolo deve esserci di esempio: bisogna infatti «chiedersi *a chi* e conoscere le dinamiche in cui la persona vive, i suoi desideri, le speranze», solo così arriverà la «bellezza della verità del messaggio», che sia calato in chi ascolta. «Se ciò che annunciamo non entra nella storia della persona, non la *ferisce*, non si arriva a trasmettere l'annuncio, il *kerygma*».

Il Kerygma è la cosa fondamentale e su cui ruota tutto ma non è detto che debba essere la prima ad essere annunciata e letta...



Pastorale 2.0



Twitter

Twitter è un servizio gratuito di [social networking](#) e [microblogging](#) che fornisce agli utenti una pagina personale aggiornabile tramite messaggi di testo con una lunghezza massima di 140 caratteri (120 nel caso si inserisca un link o un'immagine).

Twitter utilizza e contribuisce a numerosi progetti [Open source](#)^[1]. Gli aggiornamenti di stato possono essere effettuati tramite il sito stesso, via [SMS](#), con programmi di [messaggistica istantanea](#), [posta elettronica](#), oppure tramite varie applicazioni basate sulle [API](#) di Twitter.

Twitter è stato creato nel marzo [2006](#) dalla [Obvious Corporation](#) di [San Francisco](#).

Il nome "Twitter" deriva dal verbo inglese *to tweet* che significa "cinguettare". I *Tweet* che contengono esattamente 140 caratteri vengono chiamati [Twoosh](#).

È anche possibile limitare la visibilità dei propri messaggi oppure renderli visibili a chiunque. Il valore del social network è stato stimato intorno agli 8,4 miliardi di \$. Twitter nel [2012](#) ha raggiunto i 500 milioni di iscritti e 200 milioni di utenti attivi che fanno accesso almeno una volta al mese.

Twitter: Fortuna e Popolarità

La popolarità di Twitter ha visto una svolta con l'edizione del [2007](#) del [South by Southwest](#) festival: nei giorni dell'evento l'uso di Twitter è triplicato passando da 20.000 ad oltre 60.000 Tweet al giorno.

Il 22 gennaio 2010 è stato il giorno del primo Tweet inviato dallo spazio: l'autore è stato l'astronauta della [NASA Timothy Creamer](#) dalla [Stazione Spaziale Internazionale](#). A partire dalla fine di novembre dello stesso anno diversi altri astronauti della NASA hanno iniziato ad inviare aggiornamenti tramite un account comune: @NASA_Astronauts. Nello stesso periodo l'astronauta italiano [Paolo Nespoli](#), tornato nella [Stazione Spaziale Internazionale](#) per una missione dell'[ESA](#), ha iniziato ad inviare tramite il suo account personale aggiornamenti costanti e foto della Terra vista dallo spazio. L'astronauta è inoltre uno dei celebri protagonisti del [video](#) con cui Twitter a marzo del 2011 ha celebrato i 5 anni dal lancio del servizio.

In Italia, il 29 gennaio 2012 Twitter ha per la prima volta battuto una notizia di rilevanza istituzionale con largo anticipo rispetto ai media tradizionali: la morte del Presidente emerito [Scalfaro](#) è stata infatti twittata da un professore universitario ([Alberto Gambino](#)), suo amico e collaboratore, con un messaggio su Twitter ben 45 minuti prima delle agenzie di stampa, dando vita ad un vivace dibattito in rete.[\[12\]](#)

Nel 28 febbraio del 2012 è stata twittata una foto del pilota [NASCAR](#) Brad Keselowski scattata da lui stesso in pista, durante un'interruzione della corsa a causa di un incidente, per testimoniare e inviare al mondo quei minuti in cui tutti i piloti in gara si trovavano fermi in attesa della ripartenza al Daytona international Speedway.

Il 14 settembre 2010, a quasi 5 anni dal lancio, Twitter ha lanciato una nuova interfaccia completamente rivisitata con una migliore integrazione delle funzionalità via via introdotte durante gli anni e ha cambiato il suo logo.



Twitter: Caratteristiche

Il servizio è diventato estremamente popolare, anche come avversario di [Facebook](#), grazie alla semplicità ed immediatezza di utilizzo. Esistono diversi esempi in cui Twitter è stato usato dagli utenti per diffondere notizie, come strumento di [giornalismo partecipativo](#). Ad esempio, nel caso del [terremoto in Abruzzo](#) del 6 aprile 2009, gli utenti Twitter hanno segnalato la notizia prima dei media tradizionali. Twitter deve la sua semplicità anche alla mancanza di alcune funzioni tipicamente riscontrabili in social network come Facebook. Tuttavia esistono molti servizi esterni che possono aiutare a potenziare Twitter e ad implementarlo con funzionalità tipiche di Facebook. L'insieme dei [Tweet](#) pubblicati su Twitter dagli utenti costituisce un'enorme quantità di materiale, che può essere utilizzata anche dalle aziende: ad esempio [Dell](#) ha aperto un canale di comunicazione con i propri clienti su Twitter e molti servizi offrono il monitoraggio della reputazione dei brand su Twitter.

Anche in Italia alcune aziende, università, scuole e pubbliche amministrazioni utilizzano Twitter a scopi didattici.

Dall'11 dicembre [2009](#) le lingue attive in Twitter sono il [francese](#), l'[italiano](#), il [tedesco](#) e lo [spagnolo](#) insieme all'[inglese](#) ed al [giapponese](#) che erano presenti fin dall'inizio.

Da aprile 2010, Twitter ha introdotto la possibilità di creare Tweet sponsorizzati, chiamati "Promoted Tweets". Per il momento sono disponibili solo ad un numero ristretto di account



Twitter : Hashtag (#)

I messaggi brevi di Twitter possono essere etichettati con l'uso di uno o più [hashtag](#): parole o combinazioni di parole concatenate precedute dal simbolo [cancelletto](#) (#).

Etichettando un messaggio con un [hashtag](#) si crea un collegamento ipertestuale a tutti i messaggi recenti che citano lo stesso hashtag.

Nel [2010](#) Twitter ha introdotto nella prima pagina le tendenze, ossia l'elenco degli hashtag estremamente utilizzati.

Nel [2012](#) sono state introdotte le tendenze in base alla posizione, che permettono la visualizzazione degli hashtag più popolari per ogni Paese o città.



Twitter : Curiosità

•Alla fine di settembre 2013 Twitter ha superato 230 milioni di utenti attivi mensili

JUSTIN BIEBER
(@JUSTINBIEBER; 53,4 MILIONI
DI SEGUACI)

KATY PERRY (@KATYPERRY; 55,3 MILIONI DI SEGUACI)



**BARACK OBAMA (@BARACKOBAMA;
44,9 MILIONI DI SEGUACI)**



TWITTER ITALIANI

Top 5 in Italia

1 - [@FinallyMario](#) (Mario Balotelli), 3,22 milioni_

2 - [@BRUNOIERULLO](#) (BRUNO IERULLO), 3,01 milioni_

3 - [@ValeYellow46](#) (Valentino Rossi), 2,87 milioni_

4 - [@lorenzoiova](#) (Lorenzo Jovanotti), 2,23 milioni_

5 - [@Pontifex_it](#) (Papa Francesco), 2,01 milioni



"Cari amici, è con gioia che mi unisco a voi, grazie per la vostra generosa risposta, vi benedico di cuore".

FACEBOOK VS TWITTER

1) Timeline vs Real Time

Facebook guarda al passato. Twitter al presente. Con la Timeline il social di Zuckerberg si è fatto ancora più personale, una seconda pelle della vita reale, del suo vissuto fatto di ricordi, fotografie, suggestioni, luoghi in cui si è stati. Twitter invece vive solo nel presente. I tweet sopravvivono 1 ora al massimo, assolvono il loro compito informativo e incontrano l'oblio.

2) Social Graph vs Interest Graph

I *follower* non sono amici. Sono persone con cui hai in comune interessi, ma possono anche essere dei perfetti sconosciuti. Su Facebook invece c'è tua nonna e tuo cugino, i tuoi amici più cari e i tuoi vecchi compagni di scuola con cui davanti ad una birra non sapresti di che parlare.

3) Social Network vs Information Network

Si è visto durante le rivolte in Nord Africa, l'elezione di Obama, la cattura di Bin Laden e in tutti gli ultimi grandi eventi di emozione pubblica. Twitter è un news media. È leggero, informale, immediato, perfetto per dare una notizia e generare un passaparola. Facebook è invece relativamente lento, si presta di più a battaglie senza tempo, tributi, commemorazioni, risate e pianti fra amici. Sui grandi eventi Facebook arriva dopo, ma dura molto di più.

4) Private vs Public

Su Facebook la privacy è sempre una delle questioni di dibattito più calde. La Timeline del resto è il diario della nostra vita. Twitter invece è pubblico, aperto, trasparente. È il luogo ideale per chi si occupa di business, per chi vuole stare sempre aggiornato, per chi ama l'attualità e vuole creare nuovi contatti professionali.

5) Universal vs Target audience

Su Facebook ci sono tutti o quasi tutti. È un social universale, totalizzante, pachidermico. Offre un'esperienza ricca, complessa, umana, emozionale che si adatta perfettamente alle diverse generazioni e ai diversi strati socio-culturali della società. Twitter invece è sì popolare, ma incompreso. Se ne parla tanto, troppo forse, ma sono pochi gli utenti sulla piattaforma che possono dirsi veramente attivi e che contribuiscono a costituire un particolarissimo microcosmo sociale fatto di cortesie, gentilezze, etichetta, scambi proficui, rituali e prassi sociali assai codificate.



Grazie a tutti per l'attenzione ora
un po' di pratica