



**Jacopo Colò e Mirko Cetrangolo: sono studenti di Scienze della Comunicazione e lavorano anche per Saatchi & Saatchi. Scrivono "Idea Repository".**

**Idea Repository (<http://repository.tumblr.com>): è il tumblelog di Jacopo e Mirko.**

## la tribù dei micro pensieri

Comunicare un'idea a mille e più persone, in un colpo solo. E farsi rispondere da tutti loro in un istante. È il social messaging e si fa così.

Dell'instant messaging - la chat tra due persone su Skype o Messenger - sapete già tutto. È quindi il momento di passare al social messaging, l'ultima versione di comunicazione super speedy, quella che coinvolge in un clic la vostra intera rete sociale.

### LA VOSTRA PROSSIMA MANIA

Brevità e velocità: su Twitter e gli altri servizi di microblogging ci si muove in pochi caratteri (solo al massimo 160, un rigo ap-

pena), in tempo reale (molti media usano queste piattaforme per diffondere davvero le ultime notizie), con forme di comunicazione flash (un'immagine, un video, una citazione, un link). E c'è di più: i nostri micro pensieri, aggiornati minuto per minuto, arrivano ai destinatari in diretta, attraverso tutti i mezzi e i canali di cui disponiamo, dal cellulare al computer, dalla chat alla e-mail, al browser. Volete provare a comunicare così? Ecco gli strumenti migliori per farlo.

### > Twitter (<http://twitter.com>)

*Tweet* in inglese significa cinguettio e i *tweet* sono i micro messaggi che lanciamo all'universo. Ormai lo sapete: nell'homepage della piattaforma più celebrata del momento vi si chiede subito *What are you doing?* (Cosa stai facendo?). Inserite un testo di massimo 140 caratteri e inizierà una nuova storia.

### > Jaiku ([www.jaiku.com](http://www.jaiku.com))

Gestito da Google, può essere usato come piattaforma sul web. Pas-

- «Per fare social messaging noi abbiamo scelto un tumblelog, un raccoglitore di link, video e notizie che evidenziamo con un nostro breve commento».
- «Il nostro stile è asciutto, ideale per una lettura veloce: su Internet l'attenzione è discontinua. Per catturarla bisogna dare al lettore ciò che vuole arrivando dritti al punto».
- «Comunicare in modo conciso significa utilizzare il linguaggio del web ed essere, come si dice in rete, "liquidi". In altre parole, arrivare dappertutto».
- «Brevità non è povertà. È una vera sfida alla comunicazione».

## La nuova vita di Facebook

**Il social messaging piace, e anche il più popolare tra i network si adegua.**

1. Ora in homepage si possono pubblicare foto, link e video che vengono visualizzati anche nelle pagine degli amici.
2. Non volete l'homepage affollata dalla presenza altrui? Attivate i filtri che mostrano solo gli amici selezionati.
3. Passando il mouse su un messaggio dello stream compare una "x": con un clic si nascondono i contenuti.



**Clara Longo, 27 anni, web marketing specialist. È su [www.clarita.it](http://www.clarita.it) e, su Twitter, come clarita82**

- «Il microblog è più facile del blog. Ha tempi di gestione ridotti e non ha bisogno di manutenzione tecnica».
- «Per essere soddisfatti del risultato, bisogna decidere qual è l'uso che facciamo del social messaging. I miei tweet, ad esempio, servono a diffondere i concetti che espongo nel blog a una più vasta area del web».
- «Il microblog mi aiuta anche a restare in contatto con i miei amici - sia virtuali che reali - e a mantenermi aggiornata sulle loro vicende quotidiane. E con un tweet posso lanciare sos in caso di problemi tecnici (non sono un'informatica ...), chiedere pareri, promuovere un evento...».

sando da Jaikuengine (<http://code.google.com/p/jaikuengine>), la versione offerta ai programmatori, si può anche scaricare sul computer per creare un servizio di microblog privato.

**> Plurk** ([www.plurk.com](http://www.plurk.com)) Crasi di *people* (persone) e *to lurk* (nascondersi), ha una interfaccia bella e originale. I messaggi appaiono su una linea del tempo dinamica e possono essere abbelliti da colori, icone e definizione del proprio stato d'animo.

**> Identi.ca** (<http://identi.ca>) Con un'interfaccia che parla in parte italiano, vuole diffondere una filosofia di libertà: tutti i contenuti pubblicati, compresi i messaggi degli utenti, sono copyleft (liberi da copyright) e possono essere copiati e ripubblicati a patto di citare la fonte.

**> Meemi** (<http://meemi.com>) Microblog e lifestream nello stesso strumento e senza limiti di caratteri nei contenuti. Oltre al testo, Meemi permette anche di pubblicare immagini, citazioni, eventi, link e video. È sviluppato da un'azienda italiana e merita assolutamente una visita.

**> Tumblr** ([www.tumblr.com](http://www.tumblr.com)) Tra i primi nel suo genere, è un tumblelog: scommette cioè sulla comunicazione mista, tra testo e multimedialità. Oltre ai messaggi, alle foto e ai video si possono inserire anche file mp3 e chat.

**> Yammer** ([www.yammer.com](http://www.yammer.com)) Si differenzia dai servizi precedenti perché è dedicato espressamente a un pubblico business: i 140 caratteri dei messaggi possono essere inviati solo tra utenti che hanno la stessa e-mail aziendale.



**Francesca Cavecchia, 27 anni, si occupa di marketing e comunicazione. È su <http://lapaginetta.tumblr.com> e, su Twitter, come @feba**

- «Per me il tumblelog sta al blog come il block notes sta al quaderno di bella copia. Sul tumblelog finisce tutto quello che non diventerà mai un post: tutti i link che meritano di essere condivisi, magari con una nota, i video, le foto... senza apportare per forza riflessioni originali».
- «Per non restare delusi dal mezzo ("Nessuno mi segue!"), cominciate a fare social messaging aggregando i contenuti proposti dagli altri: così capirete quali sono gli argomenti che interessano. Quando metterete in rete i vostri, saranno quindi quelli giusti».

**> Ping.fm** (<http://ping.fm>) Permette di aggiornare i propri servizi di social messaging in un colpo solo. Basta registrarsi, indicare le credenziali per Facebook, Twitter, Jaiku e gli altri e inviare un solo messaggio per vederlo comparire su tutti.

## Provate con il mind casting

I servizi di social messaging sono il luogo ideale per creare conversazioni immediate e per arricchire il flusso degli scambi quotidiani. Ne è convinto Jay Rose, professore di new media alla New York University, che ha coniato il termine "mind casting".

> Il suo consiglio è semplice: quando inviate un messaggio di 140 caratteri a uno dei servizi che abbiamo presentato, non scrivete quello che state facendo ma quello che state pensando.

> Il social messaging è un modo per condividere idee e opinioni, non solo l'ora in cui andrete in palestra o a fare shopping. E chi non si adegua, sostiene Jay Rose, finirà con l'essere ignorato dagli altri.