

Twitter Masterclass: verifica delle fonti, selezione materiale e creazione di filtri

Su Twitter tutto avviene in tempo reale, e per un pubblico globale: per questo è importante essere immediati, ma al tempo stesso accurati e diretti, mantenere uno stile semplice, ma che catturi l'interesse del pubblico. Il "live tweet" durante eventi o manifestazioni, sempre più diffuso, permette al giornalista di rendere il pubblico partecipe in quel preciso momento.

15 aprile 2015 - Il workshop "Twitter Masterclass: verifica delle fonti, selezione materiale e creazione di filtri" si apre con due immagini di piazza San Pietro gremita per l'elezione del papa, rispettivamente del 2005 e del 2013. Nella prima foto solo un cellulare per immortalare il momento; nella seconda, una distesa di luci - tablet e smartphone - che raccontano in diretta l'evento. Tra le due immagini è la creazione di Twitter, nel marzo 2006, a trasformare gli spettatori in potenziali giornalisti, a renderli parte attiva della diffusione delle notizie. Livia Iacolare di Twitter Italia, e Jérôme Tomasini di Twitter Francia, mostrano ai giornalisti gli strumenti meno conosciuti per promuovere se stessi e il proprio lavoro su Twitter e sfruttare al meglio tutte le potenzialità del social network.

Su Twitter tutto avviene in tempo reale, e per un pubblico globale: per questo è importante essere immediati, ma al tempo stesso accurati e diretti, mantenere uno stile semplice, ma che catturi l'interesse del pubblico. Il "live tweet" durante eventi o manifestazioni, sempre più diffuso, permette al giornalista di rendere il pubblico partecipe in quel preciso momento.

Fondamentale, su Twitter, è l'interazione con gli altri utenti, a cui si possono rivolgere domande o con cui si può conversare. Per dare ai propri tweet più visibilità, i due speaker svelano alcuni "trucchi del mestiere", ad esempio l'uso dei tag per interagire con altri utenti con interessi simili, o utilizzare fotografie e video con lo scopo di rendere i propri tweet più "multimedia-friendly".

Uno degli aspetti fondamentali, per i giornalisti alle prese con Twitter, è sicuramente scovare la notizia, "trovarla prima che lei trovi te", per usare le parole di Jérôme Tomasini e per far ciò è necessario saper riconoscere le fonti più autorevoli e attendibili sul tema. In questo, l'utilizzo delle liste è particolarmente efficace: un esempio è la lista

creata dal New York Times, che racchiude i 1000 account preferiti dai membri del suo staff, o quella di Le Monde all'indomani della strage di Charlie Hebdo. Le liste possono essere pubbliche o private, e possono essere create da ciascun utente per seguire e raggruppare le voci di chi si occupa di particolari temi o argomenti.

Twitter, e in modo più specifico l'applicazione TweetDeck, permettono di rendere la ricerca di contenuti mirata ed efficace, ricorrendo all'uso di specifici filtri per scoprire i tweet più popolari (attraverso l'"engagement filter") o provenienti da luoghi specifici (grazie all'utilizzo del "geocode"), o ancora risalenti ad un determinato arco temporale.

Per la sua crescente importanza per i giornalisti, Twitter deve essere utilizzato con attenzione. E' importante sapersi presentare bene, scrivere in modo autentico e twittare regolarmente. Ma sempre ricordandosi che, come sottolineano gli speaker, "tutto è pubblico" ed è sempre meglio rettificare un errore, piuttosto che cancellare il tweet e far finta di non averlo mai scritto.

Federica Delogu e Silvia Maresca per International Journalism Festival

Per ulteriori informazioni, contattare:

Festival Internazionale del Giornalismo www.journalismfestival.com [@journalismfest](https://twitter.com/journalismfest)