

Gentile famiglia, ecco il Suo

BOLLETTINO UFFICIALE MUNICIPALE

anno 28 | numero 7 | **LUGLIO** 2021



CITTÀ DI SAN BENEDETTO DEL TRONTO



ph. Giuseppe Palestini

Internet per i nonni

Tutti ne parlano, tutti lo cercano

di Antonio Prado*



disegno di Belinda Menzietti

Qual è il tema di oggi, quello di cui tutti parlano? Ce lo dice un famoso indice di popolarità degli argomenti che fluiscono su Internet: *il trending topic*. Un meccanismo legato al mondo virtuale dei social network dove Twitter può rivendicare la primogenitura del termine.

Un *software* osserva ciò di cui gli utenti chiacchierano grazie anche al cosiddetto *hashtag*, una parola preceduta dal simbolo di punteggiatura cancelletto # che, sui *social*, si usa per identificare un argomento. A seguito di questa costante osservazione, il *software* stila una classifica dei temi più gettonati.

A esempio se volessimo parlare di un film classico come *Tempi moderni* di Charlie Chaplin riproposto sulle reti televisive, potremmo scrivere così: "Stasera un'intramontabile pellicola di Charlie Chaplin. Pare scritto ieri, invece è del '36 #tempimoderni".

Ora, se qualcuno volesse commentare questo nostro messaggio, potrebbe risponderci direttamente continuando a inserire nel proprio testo l'*hashtag* #tempimoderni. Solitamente, quando l'argomento è particolarmente interessante o di scottante attualità le risposte e i commenti diventano in pochi minuti centinaia e subito dopo migliaia. Seguendo l'esempio appena fatto, sulla piattaforma *social* compariranno migliaia di messaggi legati tutti da #tempimoderni che, dunque, all'occhio del software osservatore delle tendenze, risulterà probabilmente un cosiddetto *trending topic*, cioè un argomento di tendenza.

Pensiamo ai messaggi stimolati da un evento politico, come le elezioni degli Stati Uniti d'America, o da un evento sportivo, come le Olimpiadi di Tokyo. Gli argomenti trainanti saranno di portata mondiale e, grazie agli *hashtag*, potranno essere riletti anche in un secondo momento.

Quest'ultimo aspetto è curioso poiché gli *hashtag* sono elementi cliccabili che aprono le porte a una enorme lista di testi da consultare. Ciascuno di noi può provare con l'*hashtag* #coronavirus o #covid19. Nel momento in cui viene scritta questa rubricetta, Facebook riporta che 6,2 milioni di persone nel mondo stanno pubblicando testi, video, foto o, in generale, messaggi facendo uso dell'*hashtag* #coronavirus.

Quindi teniamo presente che per inserirci in un particolare flusso di messaggi e notizie è importante menzionare quelle parole chiave che ne contraddistinguono l'essenza.

Stesso meccanismo può essere rintracciato per il motore di ricerca Google che mette a disposizione la pagina *trends.google.it* dove è possibile osservare l'andamento delle richieste inviate dagli utenti sia in Italia sia in qualunque altro Paese, come pure è possibile scoprire quali ricerche si fanno genericamente nel mondo.

A fine giugno in Italia gli argomenti più cliccati sono "Wimbledon" (con più di 100mila ricerche in un giorno) e "Mascherine all'aperto" (più di 50mila ricerche in un giorno).

Il sito di Google è comunque un'ottima fonte per ricerche dato che è possibile reperire anche i dati degli anni passati divisi per categorie. A esempio nel 2020, in Italia, i cinque nomi di persone più cliccate sono state Alex Zanardi, Silvia Romano, Donald Trump, Joe Biden, Giuseppe Conte mentre nel mondo intero Joe Biden, Kim Jong Un, Boris Johnson, Kamala Harris, Tom Hanks.

Ora, riflettiamo per un momento sulla portata di queste informazioni per chi desidera intercettare a esempio i gusti dei giovani, magari per piazzare

sul mercato alcuni prodotti. L'attenta lettura dei trending topic e delle tendenze nelle domande al più grande motore di ricerca di Internet è un ausilio indispensabile per quanti di mestiere si occupano di marketing (cioè di quelle tecniche utili a mettere sul mercato beni e servizi per gli utenti in modo che siano convenienti per il consumatore e remunerativi per l'impresa).

Le nuove professionalità in questo ambito sono parecchie e tutte condividono gli strumenti di cui abbiamo parlato. Eccone alcune: Digital PR, Web Analyst, Community Manager. Ne tratteremo più dettagliatamente nel prossimo numero.

*Giornalista, Chief Digital Officer
Servizio Infrastrutture Digitali

Questa rubrica ha oltre 4 anni nel corso dei quali sono stati trattati temi di comune interesse, tutti attinenti al rapporto tra le persone e la tecnologia. Ora vorremmo ampliare il raggio d'azione affrontando, sempre con un tono leggero e colloquiale, aspetti finora non analizzati di questo complesso rapporto in costante evoluzione. Per questo è necessario il vostro contributo di idee. Se avete suggerimenti da darci, scrivete pure a ufficiostampa@comunesbt.it