

La sfida di Twitter per i quotidiani italiani.

Di Fabrizio Cataldi

Martedì 03 Luglio 2012 09:47 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 16:49



Twitter, con i suoi 3,7 milioni di utenti in Italia (dati Audiweb/Nielsen - Febbraio 2012) pari al 142% in più rispetto all'anno scorso, si sta affermando sempre più come la piattaforma social di accesso e distribuzione d'informazione.

Si stanno moltiplicando gli articoli e i convegni che propongono riflessioni sul rapporto tra giornalismo, informazione e twitter, specie dopo le rivoluzioni del gelsomino della scorsa primavera, e le emergenze legate all'alluvione delle cinque terre e al recente terremoto in Emilia.

Ma in questo proliferare d'iniziativa e approfondimenti, mentre risultano inutili le discussioni sull'ipotesi che twitter e i social network possano sostituire il giornalismo professionistico, è poco trattato un tema che può essere riassunto in questa domanda:

Come si misura l'influenza e la capacità di informare e formare l'opinione pubblica di un quotidiano o magazine su twitter?

Fino ad oggi, per rispondere a questa domanda ci basavamo sul n. di lettori/copie vendute, ma per twitter è sufficiente [south indian porn](#) adottare il parametro del numero dei follower.

Molto interessante è l'analisi di [Luigi Di Gregorio sul suo Blog](#) che, cercando di dare una prima risposta alla mia domanda, mette a confronto la classifica delle testate redatta in base al numero dei follower ed il ranking realizzato in base al punteggio (0-100) assegnato da Klout Score che combina sinteticamente tre indici: il numero delle persone raggiunte, la capacità di influenzare queste persone e la capacità che il proprio network ha di influenzare gli altri.

I risultati sono molto interessanti:

Repubblica, che sventa al primo posto per numero di follower, risulta anche al primo posto con un punteggio di 79/100, allo stesso livello di testate internazionali molto note quali il Washington Post o Le Monde. Al secondo posto non si colloca Il Fatto Quotidiano – con i suoi 350.000 follower – bensì il Corriere della Sera con 75 punti e poco più di 70.000 follower. Il Fatto

La sfida di Twitter per i quotidiani italiani.

Di Fabrizio Cataldi

Martedì 03 Luglio 2012 09:47 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 16:49

Quotidiano segue con 73 punti, Il Sole 24 ore ottiene punteggio alto (68/100) nonostante abbia poco più di 30 mila follower.

Ne deriva che il dato relativo al n. di follower è un dato statisticamente rilevante, ma non sufficiente a rilevare la capacità di offrire e generare informazione e che le nostre testate nazionali, se vorranno rimanere punto di riferimento autorevole e aumentare il numero dei loro lettori, dovranno cambiare radicalmente il loro modo di produrre e distribuire informazione. Una possibile strada è stata tracciata da Ferruccio De Bortoli, Direttore del Corriere della sera, nel suo discorso ai giornalisti a pochi giorni dal rinnovo del Cda di RCS, ma sarebbe utile che il mondo della comunicazione e dell'informazione riuscissero a dedicare maggior tempo e risorse alla sperimentazione di nuove strade liberando energie che oggi sono impiegate per consolidare le resistenze al cambiamento.