

## parole chiave !Abracadabra per la comunicazione digitale

Per individuare le parole chiave attinenti ad un settore di ricerca esistono molti strumenti in Rete che attingono dai database delle query effettuate sui principali motori di ricerca cercando di quantificare anche le [derivazioni linguistiche](#) delle **!query** in esame in primis Google che ci fornisce molti spunti esibendo le varianti denominate ricerche collaterali e gli stessi [suggerimenti istantanei](#) in fase di digitazione. Per il panorama russo e cinese conviene fare riferimento ai rispettivi servizi di analisi di [Yandex](#) e [Baidu](#) (Baidu peraltro offre sintetizzati per settori report specifici cosiddetti [data](#) e un servizio specifico denominato [yuqing di sentiment analysis](#)).

Per effettuare una analisi accurata delle parole chiave e dei *topic* (argomenti) e quindi svolgere quello che, si dice in gergo, un'attività di **!social listening** è altresì indispensabile avere le idee chiare sulle [metriche](#) da prendere in considerazione ma anche una conoscenza approfondita del target e del relativo [gergo colloquiale](#) utilizzato dalla nicchia di utenza presa in esame. Va peraltro ricordato come i motori di ricerca sono naturalmente preposti alla categorizzazione di contenuti mentre i social network ad un analogo lavoro di analisi ma spostato sulle caratteristiche del target dell'utenza digitale Web e quindi gli strumenti social risultano utili sì per analizzare il gergo del proprio target di riferimento ma ancor più per determinare le caratteristiche statistiche del target da analizzare magari approfittando dei potenti [strumenti di marketing messi a disposizione da Facebook](#) così come il similare [Global Market Finder](#) messo a disposizione da *Google*: il primo utile a delineare il valore economico delle identità ed il secondo a delineare il valore economico delle parole ma entrambi relativi a **!personas** da configurare. Molte interfacce di motori di ricerca sono sfruttate per cercare di capire come un determinato brand, nome di manager, prodotto o servizio viene recepito dall'utenza finale: in altre parole la cosiddetta [Net Reputation](#). Si può anche scegliere di sfruttare l'apposito [servizio di alert di Google](#) utilizzando *query* efficaci per monitorare e presidiare la propria *Net Reputation*. Servizi di news, blog e social network come facebook o twitter vengono analizzati sia in termini quantitativi che qualitativi determinando il cosiddetto positive o negative **!attitude** dei post cercando appunto di misurare il sentiment diffuso fra i cyber-navigatori relativamente ai **!topic** maggiormente popolari o pertinenti veicolati magari da blogger e comunicatori particolarmente autorevoli e per questo definiti **!influencer**.

La [blogosfera](#) ovvero il settore informativo attinenti ai blog sia [internazionali](#) che [italiani](#) continua a rappresentare un ambito privilegiato per osservare l'umore del popolo della Rete. Anche i [forum](#) e i [gruppi di discussione](#) possano risultare comunque utili in tal senso. Alcuni altri servizi come [social mention](#) oppure [Social Searcher](#) cercano di fare una fotografia articolata del *sentiment* sui vari canali social.

In ambito *Facebook* [PageData](#) per lo scenario internazionale e [Phruit](#) per il focus in ambito italiano sono due validi strumenti per monitorare il grado di successo sia di account che di tematiche nel più diffuso sistema social al mondo.

L'ambito comunque naturale, quasi perfetto, per misurare il *sentiment* rimane comunque twitter vuoi per la sua natura di comunicazione molto sintetica (perlopiù nei canonici 140 caratteri bisogna sentenziare qualcosa...) vuoi per la sua invenzione di centrare la comunicazione sui cosiddetti **!topic** o argomenti di discussione vuoi per la sua generosità nello rilasciare API pubblicamente utilizzabili. [twXplorer](#) ma soprattutto [Sentiment140](#) sono strumenti interessanti di rilevazione del sentiment mentre [The one million tweet map](#) concentra la sua attenzione su quale topic si sta dibattendo in relazione ad una determinata località geografica; [Trendinalia](#) riporta i topics più popolari nel mondo utilizzati nell'ultima settimana.

Oramai il **!sentiment** della Rete è considerato altamente affidabile, utilizzato per ricerche di mercato come per previsioni di andamento delle borse e sta mandando in soffitta i vecchi sistemi di rilevamento **!audience** basati su campioni di interviste telefoniche o *vis-a-vis*. Riprove ne sono state le ultime edizioni di eventi popolari come il festival di Sanremo ma anche eventi di massa politici significativi come le elezioni durante le quali i rilevamenti del sentiment del Web si è rivelato essere molto più affidabile dei sondaggi vecchia maniera. Per poter dar credito a questo tipo di strumenti, peraltro, è necessario tenere in considerazione alcune linee-guida per la propria metodologia di analisi e di lavoro con le metriche utilizzabili: i dati non sono sempre da considerare perfetti ed impeccabili... è molto meglio considerare i dati emergenti come ben performanti se considerati a livello comparativo e non assoluto ovvero le considerazioni più affidabili sono quelle che riescono a comparare due settori tematici e non quelle che fanno riferimento a dati assoluti che difficilmente possono essere considerati attendibili al cento per cento.

E' necessario avere un buon supporto linguistico per le traduzioni nelle lingue meno note, avere un buon supporto a livello di *know-how* del settore che si va ad analizzare e relativo gergo di riferimento riflettendo sempre sulle diverse accezioni di un termine utilizzato; distinguere sempre l'aspetto qualitativo da quello quantitativo delle indicazioni raccolte; cercare di distinguere fonti spontanee da fonti prezzolate; ripetere il lavoro nel tempo; essere prudenti senza sbilanciarsi in conclusioni affrettate dettate magari da picchi di interesse insoliti; fare molta attenzione ai messaggi di *help* che spiegano come sono generati i dati statistici. Se si riesce ad effettuare un'analisi corretta è peraltro possibile individuare i tratti principali sia a livello qualitativo che quantitativo del **!trend**, attenzione geolocalizzata, stagionalità, *net reputation*, dimensioni, lessico di una tematica analizzata.

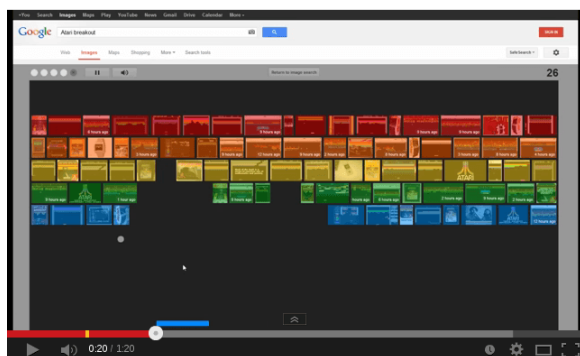
Esistono molti strumenti per analizzare il trend di parole chiave e topics ma sicuramente il più noto e forse il più utile è [Google Trends](#) con le sue innumerevoli opzioni di analisi temporali e geolocalizzate. [TOPSY](#) fa specificatamente riferimento alla galassia informativa twitter riportando i trend di tre termini a scelta nell'ultima settimana. [Google Books](#) offre un bellissimo strumento di analisi del trend di termini utilizzati all'interno delle miriadi di libri digitalizzati ed analizzabili dal canale specifico di Google sui libri. Google offre da anni un servizio di [sintesi delle parole più ricercate nell'ultimo anno](#) noto come **!zeitgeist**, iniziativa presto emulata efficacemente da [Twitter](#) per lo scenario dei *topics*.

Un *elemento Abracadabra* molto importante e utile per effettuare delle analisi di trend in maniera molto significativa ed efficace è **!Trend Report** che può essere utilizzato per scoprire analisi già effettuate sugli argomenti più disparati; peraltro lo studio dei *trend* si sta evolvendo in maniera molto raffinata arrivando alla creazione di strumenti di analisi molto raffinati che consentono di poter studiare le caratteristiche del *trending* di determinati argomenti (topic) emergenti.

La misurazione del *sentiment* è molto importante soprattutto per cercare di capire le tendenze o trend di alcune parole chiave rispetto all'asse-tempo. Certificare la scomparsa o l'insorgere di determinati termini così come l'eventuale prepotente ascesa o il declino dei medesimi è importante per delineare i confini e i margini di un lessico in continua evoluzione a causa anche del mutare delle tecnologie, costumi e abitudini della comunicazione digitale. Misurare - ovvero fornire i numeri - attestanti la quantità di parole utilizzate sul Web e delle relative persone che le utilizzano vuol dire anche definire l'audience intercettabile dal proprio agire comunicativo.

Va peraltro detto che gli strumenti sopra elencati sono ad accesso libero ma ne esistono molti di più e molto più performanti a pagamento: per chi non ha risorse economiche da investire in un'operazione del genere è

bene ricordare come i motori di ricerca indicizzano buona parte dei social network della proprio *infosfera* di competenza e che il comando di ricerca *site*: apre scenari inaspettati di analisi e di ricerca alla fine della quale potrebbe risultare interessante elaborare i dati raccolti sotto forma di infogrammi tramite gli oramai classici strumenti di **!data journalism** capaci di elaborare analisi convincenti dall'elaborazione dei cosiddetti **!Open Data** messi a disposizione sempre più spesso sul Web grazie ad apposite soluzioni *Open Source* come [ckan](#). Un potente strumento di analisi è [WatsonAnalytics](#) capace com'è di analizzare **!Big Data** con capacità analitica comprendente la possibilità di svolgere procedure di *sentiment analysis* addirittura in forma previsionale: a cominciare dalla funzione principale di *#analytics* le numerose [applicazioni](#) offerte da **!Watson IBM** (reperibili sotto forma di [demo](#)) sono sorprendenti e vanno dal [dialogo intelligente](#), alla [comprensione semantica di un'immagine](#), alla [trascrizione testuale di un audio](#) (così come di un [output audio multilingua di un testo scritto](#)) fino all'[analisi semantica di testi ed url](#) nonchè di [concetti](#).



Parole chiave !Abracadabra

Vi sono parole e parole e indubbiamente alcune sono più potenti di altre: le definisco in questo contesto [!elementi Abracadabra](#).

Il primo e l'ultimo amore, la canzone o il vestito preferito, addirittura le divinità tutto deve avere un nome per poter *essere*. In tutte le culture comprese quelle più distanti dalla nostra si è se si ha un *nome*: un po' come per le misteriose *vie dei canti* degli aborigeni australiani secondo cui il mondo (ed i suoi posti sacri) continuerà ad esistere fino a quando sarà *cantato* ovvero fino a quando al sacro si darà un nome e si riuscirà a tramandarlo ai posteri. Le parole dunque come carattere di *esistenza* - Abracadabra dall'aramaico *Avrah KaDabra* che significa "lo creerò come parlo") - ma molte parole chiave hanno altri poteri *magici* oltre a quello di decretare l'esistenza in sé che sono quelli di riuscire a ricordare e quindi comunicare e reperire determinate informazioni strategiche. L'*elemento !Abracadabra* è tale se riesce a rappresentare un'identità univocamente (quindi originale), comprensibile e interpretabile, comunicabile facilmente in ogni situazione (voce-chat-vocale compresa) ed efficace nella sua funzione di identificare-ricordare-associare-comunicare-reperire un'entità di qualsiasi tipo: per fare tutto ciò l'*elemento !Abracadabra* deve anche poter scatenare un *effetto-reazione* nel proprio interlocutore, effetto non sempre facilmente prevedibile. Per stare su un piano più pragmatico e comprensibile sono *!elementi Abracadabra* anche tutti quelle abbreviazioni ed acronimi utilizzati sui social russi i quali sono difficilmente comprensibili ma anche traducibili senza delle [linee guida di interpretazione](#).

Nella comunicazione digitale diffusa (social, eccetera) è oramai comune adoperare il simbolo @ per indicare un indirizzo-utente e il simbolo # per indicare un *topic* o argomento emergente. Attenzione però che # non indica una **!parola chiave** ma piuttosto un'opinione o un argomento di attualità.

Con la *proposta abracadabra* (che reinterpreta in qualche maniera i [comandi di ricerca !bang](#) del motore di ricerca *DuckDuckGo*) in pratica si suggerisce di adoperare all'interno di flussi comunicativi digitali e social un nuovo elemento ovvero il punto esclamativo ! prima di una parola chiave significativa ed utile per approfondire

la conoscenza di un argomento specifico, un po' come succede con le [easter egg](#) ovvero parole o sequenze di tasti che, utilizzate su servizi online o su software applicativi, aprono funzionalità o scenari inaspettati. Anche nel dibattito scientifico-linguistico internazionale-anglosassone si sta facendo avanti una riflessione simile ovvero sta emergendo la necessità di distinguere gli hashtag # fra *comment hashtag* (come li conosciamo normalmente nella loro funzione di commenti) e *index hashtag* ovvero nella loro funzione di topic specifico.

Come si identifica un elemento Abracadabra e come si differenzia da una parola chiave generica? Un **!elemento Abracadabra** è un termine utilizzato come query su una piattaforma di ricerca che produce risultati di ricerca univoci ed utili nella zona top-ranking della SERP facendo accedere a un vero e proprio tesoro informativo... un po' come *Ali Babà* riusciva ad avere accesso al tesoro dei 40 ladroni solo conoscendo la parola magica "*Apriti Sesamo!*" che gli consentiva di aprire la pietra che ostruiva l'accesso alla grotta piena di materiali preziosi.

Le parole elevate al rango di **!parole chiave Abracadabra** dovrebbero essere le parole che, verificata la loro performance sui motori di ricerca di riferimento, aprono un scenario significativo rispetto ad un determinato argomento come succede con le cosiddette parole *dorks* per il reperimento di *hack* su argomenti tecnici. I vantaggi principali sono quelli di avere un nuovo meccanismo gergale-sintattico che permetta di rendere maggiormente efficace la sintetica comunicazione digitale. L'organizzazione di basi dati di conoscenza basate su elementi *!abracadbra* secondo un approccio di sinergia fra **!theasauri** e lo strumento **!Dizionario** potrebbe essere valorizzato ipotizzando una nuova sperimentazione di interfaccia per i motori di ricerca in cui gli utenti che utilizzano lo stesso *!elemento Abracadabra* possano *chattare* in tempo reale affinando la propria ricerca e portando così l'attitudine social nella **!UX** della ricerca online.

Potete immaginare l'utilizzo dell'elemento *!abracadbra* in sinergia con gli altri elementi @ e # nel seguente ipotetico post alla twitter:

*@FerryByte su <http://scaccoalweb.dotblog.it> ci ricorda l'utilità delle tecniche di **!eyetracking** per risolvere il problema della #usabilità delle interfacce*

(...dunque vi è una identità che interviene su un *topic* molto dibattuto in Rete fra gli addetti ai lavori comunicandoci una parola chiave che se utilizzata come query di ricerca apre uno scenario di conoscenze indispensabili di approfondimento in merito...)

In stile *Abracadabra* il servizio [bitly](#) consente di accorciare le url scegliendo il termine accorciato in maniera significativa (in pratica un *Url Abacadabra*). Peraltro sono molte le app che devono il loro successo alla reperibilità dell'informazione tramite l'utilizzo di parole chiave significative: basti pensare a **!Shazam** che deve il suo successo al processo di assegnare un titolo ad un motivo musicale appagante per una sua successiva comoda reperibilità.

Traslando questo concetto in funzione di ideazione, comunicazione e valorizzazione di un **!brand** gli *!elementi abracadabra* ad essi associati possono risultare formidabili strumenti e metriche per determinare il **!Sentiment** così come l'**!Audience** e il **!Trend** in funzione di un *business plan* da ipotizzare o di un progetto comunicativo già in atto e da consolidare.

Contenuti

Le parole sono importanti perchè dietro alle parole si nascondono idee, novità, ed interessi per cui le offerte comunicative siano esse culturali o commerciali sono ricordate, comunicate, reperite e rappresentate dalle parole: la sfida attuale per un *copywriter del digitale* è quella di realizzare dei contenuti interessanti, intriganti,

originali e correttamente strutturati ma che riescano al tempo stesso a proporsi come elemento strategico ricorrente nell'emergente quadro della comunicazione [cross-mediale](#).