

È STATO **Brian Solis** A CREARE  
 IL CONCETTO DI CONTENUTI  
 E LEGAMI LEGATI ALLO STATUS

# ESPLORANDO LA **statusfera**

L'informazione  
 cambia col real time  
 E anche i big  
 si devono adeguare

**Q**uando nel 1999 lo scrittore Brad L. Graham parlò ironicamente e per primo di «blogosfera» (l'insieme di conversazioni e di legami tra blogger) non poteva forse immaginare la diffusione che avrebbe avuto la parola negli anni a seguire. Dieci anni dopo l'esperto di pr Brian Solis ha coniato il termine «statusfera» per denominare il contesto di contenuti e relative relazioni legati agli status (di Facebook, Twitter, Friendfeed, Windows Live Messenger...), aggiornamenti che rispondono a domande come «Che cosa stai facendo» (Twitter) o «A che cosa stai pensando?» (Facebook).

Si tratta di strumenti che cominciano ad avere una diffusione ampia e che hanno già cambiato il panorama informativo (sia all'estero, ad esempio durante lo tsunami in Asia, sia in Italia, durante l'emergenza terremoto in Abruzzo quando i quotidiani online limitavano al minimo gli aggiornamenti notturni). Il mondo dell'informazione ha iniziato, però, a testare queste forme di erogazione di contenuti: il «New York Times» ha lanciato da poco Times Wire che riaggrega i contenuti postati con titolo e abstract in un format che ricorda i microblog.

Anche Google sembra toccato dall'ascesa della statusfera come contesto di circolazione delle informazioni in real time (si usa, appunto, anche il termine "real time web" come sinonimo). Dopo alcune dichiarazioni del ceo Eric Schmidt su una non meglio precisata integrazione nella ricerca del microblogging e i rumor su una possibile acquisizione di Twitter da parte di Google due settimane fa Udi Manber, responsabile della ricerca di base, ha parlato a Searchology (un incontro al Googleplex per fare il punto

della situazione della ricerca Google) della necessità di unire la velocità e la rilevanza dei risultati alla "freschezza" degli stessi (e ha detto che «non è ancora abbastanza»). Così come l'ascesa della blogosfera ha comportato dei cambiamenti per Google (che creò Blog Search che utilizza uno spider molto più veloce per l'indicizzazione dei contenuti dei blog), quella della statusfera comporterà altri adattamenti. E forse stavolta bisognerà mettere le mani nell'algoritmo dato che nella statusfera la rilevanza di un contenuto (almeno per la ricerca) non sembra essere legata soltanto ai link ricevuti dal contenuto (sembrano contare più i "like", le repliche o pratiche come il "retwiting", cioè la riproposizione di contenuti altrui ritenuti interessanti sul proprio canale comunicativo). Oltre al noto problema delle metriche che ritorna, i link che provengono dalla statusfera andrebbero monitorati e ciò rende necessarie, quando è possibile, modifiche agli spider e ai sistemi di valutazione di popularity e authority.

Facebook ha un comportamento titubante: apre timidamente alla diffusione dei contenuti dei suoi status attraverso le Api (piattaforma tecnica per la condivisione delle informazioni con siti e applicazioni), ma implementa anche novità che tendono a facilitare la fruizione degli status dentro alla piattaforma, nel "walled garden" creato per gli iscritti.

Se il classico dilemma relativo a come l'ascesa della statusfera possa incidere sul presunto declino della blogosfera può essere tralasciato di certo, va notato che l'attenzione viene frantumata tra più canali informativi (o si è costretti a scegliere) e i contenuti si fanno brevi e un po' meno meditati (se non altro per esigenze di velocità). Anche l'interesse (naufragato) di Facebook per Twitter può essere letto come parte di una "guerra" per l'attenzione all'interno della statusfera. A questa "guerra" assisteremo nei prossimi mesi.

Tony Stino

 [www.nytimes.com/timeswire](http://www.nytimes.com/timeswire)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## review

### Il senso della notizia

Su NòvaReview, un approfondimento in continuo aggiornamento su giornali e web.  
[novareview.ilsole24ore.com](http://novareview.ilsole24ore.com)

