



M. J. Sanchez/AP

Chiamateli i Mondiali di Twitter

Che la Coppa del Mondo di Brasile 2014 godesse di una copertura mediatica senza precedenti, era fatto ormai appurato. In particolare però, questo Mondiale sudamericano ha proposto sulla scena per la prima volta l'evidente presenza dei social

network, con particolare riferimento alla piattaforma "Twitter". Una copertura tanto ampia da contagiare qualsiasi riferimento pubblicitario e promozionale, che spesso avrete osservato rimandare a slogan preceduti dal "#", prefisso degli ormai immancabili *hashtag*.

La Coppa del mondo raccontata e condivisa a suon di cinguettii

Probabilmente non avreste mai creduto che anche la Federcalcio iraniana, molto restia alla comunicazione globale, avrebbe fatto il suo ingresso su Twitter con l'inizio della rassegna; non avreste sospettato che tutte e 32 le nazionali partecipanti si sarebbero dotate di un account Twitter costantemente aggiornato, con tanto di 32 *hashtag* coniati appositamente per la grande kermesse, ufficialmente e non. Largo alla fantasia, dal più classico #GoSocceroos dei simpatici australiani ai *nickname* riferiti a stori-

ci soprannomi dello sport, quali i #LionsIndomptables del Camerun.

Ma la vera parte del leone 2.0, tanto per restare in tema, pare essere stata giocata dalla federazione brasiliana, animata da un euforico #EmBusca-DoHexa, "a caccia della sesta". Di Coppa del Mondo si tratta, ovviamente, per un Brasile risulta la squadra più "cinguettata" del torneo.

Un'innovazione da osservare sul piano delle scienze della comunicazione, una possibile mannaia per i protagonisti del campo. Basti pensare al disgraziato autogol del terzino brasiliano Marcelo all'esordio, per fortuna del giocatore (sarebbe stata tragedia nazionale...) non decisivo ai fini del risultato: è stato il più twittato in tutto il mondo per una set-

timana in tema di "#mondiali2014", tanto per calarsi nella parte.

Un'innovazione e una ragione di "popolarizzazione" degli inarrivabili vip del grande calcio: grazie a Twitter, adesso è molto più semplice connettersi con i propri beniamini. La maggior parte dei giocatori stessi ha deciso di sfruttare il social network cinguettante per accrescere la propria popolarità: quale occasione migliore dei Mondiali più social della storia?

La *pole position* di fan 2.0 al seguito spetta a sua maestà Cristiano Ronaldo, con oltre 27 milioni di *follower*, nonostante abbia twittato solo circa duemila volte. A seguire, uno dei più attesi protagonisti dei Mondiali, il "figlio del vento verdeoro" Neymar Ju-

nior, con oltre 11 milioni di *follower*. Terzo posto per il "bad boy" inglese Wayne Rooney, con oltre 9 milioni di *follower*, seguito da una carrellata di "campioni abdicati" della Spagna.

E i nostri azzurri? Per nulla da meno: la nostra nazionale conta praticamente quasi tutti gli effettivi su Twitter, a partire dal capitano, il portierone Gigi Buffon, (@gianluisibuffon). Tra i più attivi in difesa Ignazio Abate (@ignazioabate20), Leonardo Bonucci (@bonucci_leo19), ma soprattutto Giorgio Chiellini (@chiellini), appassionato di tecnologia e interessato alle opportunità di marketing degli stessi social network. A centrocampo twitta spesso Claudio Marchisio (@ClaMarchisio8), mentre il nostro "Renzo Piano della mediana", il maestro Andrea Pirlo, ha da poco inaugurato il suo (@Pirlo_official). Tra gli attaccanti infine si distingue il nostro "cigno nero", Mario Balotelli (@FinallyMario).

Chiamateli pure i Mondiali di Twitter: introdotto dai giovani redattori del portale www.mondiali-di-calcio-2014.com, ecco esordire anche l'*hashtag* #TwittoIlcalcioMinutoXminuto. Tecnicamente troppo lungo e dunque difficilmente utilizzabile, questo *hashtag* coglie perfettamente la nuova era della comunicazione 2.0: in Italia poi, lega la storia all'immaginario pluridecennale che ha accompagnato centinaia di migliaia di sportivi sintonizzati sulle frequenze radio della mitica trasmissione *Tutto il calcio minuto per minuto*, cui il geniale *hashtag* si rifà cogliendo il contesto sportivo del Paese e, al contempo, l'attualità dell'uso dei social network durante lo svolgersi dell'evento stesso.

Non passa partita in cui migliaia di *tweet* non colgano interazioni, umori, ansie e speranze di milioni di persone. Probabilmente a qualcuno appariranno ancora ingenuamente "giochini" o "trabiccoli", eppure basterebbe ricordare che già la semplice partita d'esordio dell'Italia ai Mondiali contro l'Inghilterra abbia contato 7,2 milioni di *tweet*. Non sono davvero più "giochini", ammesso lo siano mai stati: è una nuova frontiera della comunicazione e, come tutti i fenomeni umani di massa, può sortire opportunità e criticità da non sottovalutare. ■



Alcuni dei calciatori più seguiti su Twitter in questo Mondiale: l'inglese Wayne Rooney (a sin.), il nostro Claudio Marchisio (sotto) e Cristiano Ronaldo (a fronte).

