

# La 'geografia' dei social network

Gli studenti della scuola secondaria forniscono una mappa per muoversi correttamente tra i più diffusi



**I social** permettono di entrare in contatto con gli altri, costruire amicizie e legami, cercare informazioni e, spesso, anche risposte alle nostre domande. Bisogna però fare una distinzione tra social media e social network. I social media sono le applicazioni e i siti, invece i social network sono le persone, gli utenti, che usano i social media.

I social sono diventati consuetudine e quotidianità. Ci permettono di avere il mondo a portata di mano, come se fosse una grande piazza, dove è semplice dare e ricevere. Sono ormai parte anche del nostro vocabolario: chi aveva mai sentito prima twittare o whatsappare? Tra i social network, quelli più scaricati sono: TikTok, Instagram, Twitter, Facebook. Twitter permette di scrivere messaggi brevi e diretti. Se da una parte si ammira la sintesi, è comunque difficile immaginare di poter esprimere un concetto nei 280 caratteri consentiti (e pensare che fino a qualche tempo fa erano 140!). Se Twitter viene utilizzato in particolar modo dai politici, Facebook è ormai considerato il social degli anziani che possono aderire ai gruppi o alle pagine più vicini ai loro interessi, sebbene all'inizio fosse nato proprio per comunicare tra studenti universitari.

TikTok è il social network dei giovani e quello più in voga. I contenuti sono video in cui si possono trovare persone che consigliano un prodotto, che mostrano il loro talento come Charli D'Amelio che con la sua passione cioè la danza, in soli due anni è arrivata a cento milioni di followers; oppure Matteo Romano, giovane partecipante dell'ultimo Sanremo, che ha iniziato la sua carriera sulla piattaforma, raggiungendo tre milioni di visualizzazioni. Instagram, a differenza di TikTok, è il social dove si possono pubblicare foto, reels e stories. Se parliamo di Instagram, non possiamo non menzionare Chiara Ferragni, la più importante influencer italiana ma anche star internazionale. La sua prima foto sul social risale al 2012 e la ritrae nella sua quotidianità da persona qualsiasi, con la cagnolina Matilda. Da quel giorno di strada ne ha fatta: prima con il suo blog "The blonde salad" con il quale dava consigli sugli outfit; ora, per i suoi 25 milioni di seguaci, Forbes l'ha decretata "l'influencer più potente del mondo" ed oggi il suo successo è oggetto di studio persino ad Harvard. L'evoluzione esponenziale delle interazioni e degli utenti ha fatto sì che i social venissero sfruttati dalle grandi aziende come veicolo pubblicitario. Per questo, si è fatto sempre più spazio il ruolo dei social media manager, l'abilità dei quali sta nel muoversi tra i vari social alla ricerca dei target di utenti desiderati per la promozione dei prodotti. Attenzione, però: milioni di followers, pubblicità, popolarità... non è tutto oro ciò che è social!