

## La web reputation e lo gnegnegne

**Pubblicato:** Venerdì 14 Novembre 2014



Fare web reputation nei social non vuol dire “fare gnegnegne” su twitter: è partito da un **neologismo onomatopeico** (ma “gnegnegne” risulterà sicuramente più chiaro a tutti della sua definizione) il piacevole panel di **Barbara Sgarzi** dal titolo “Giornalismo e web reputation”.

Barbara Sgarzi, giornalista professionista membro di ONA, sul web dal 1998 (Start up di Yahoo! Italia, coordinamento europeo a Yahoo! Europe – Londra, Direttore editoriale di Leonardo.it, start up e gestione di Cosmopolitan.it, restyling e gestione editoriale di Donnamoderna.com) ha già abituato il pubblico di Glocal ai suoi corsi concisi e diretti: e quest’anno ha affrontato un argomento che sta diventando sempre più spinoso, soprattutto per i giornalisti.

Anche quelli che sui social sono “per uso personale” e che vorrebbero, almeno lì, “non essere costretti a fare i giornalisti”: «Purtroppo, però, chi entra nei social come giornalista, resta sempre un giornalista, che scrive delle cose pubblicamente. Di questo deve farsene una ragione».

Per questo l’incontro, che si è svolto al teatro Santuccio alle 17 di giovedì 13, è stato innanzitutto un “vademecum delle cose da non fare” per non ritrovarsi in mezzo ai guai che la scarsa consapevolezza dei mezzi utilizzati troppo spesso genera. Con una regola aurea prima di tutto: **«L’unico modo per non vedere una informazione on line, è non pubblicarla on line»**. Gli errori non sono previsti: perchè qualunque cosa, una volta pubblicata, può essere “fermata in un’immagine”.

E’ importante, perciò, tornare ai vecchi tempi e riprendere la buona vecchia regola della rilettura, o della verifica, prima di schiacciare l’ultimo bottone. **«Ci siamo ubriacati di velocità, forse è meglio fare un**

**passo indietro e tornare a verificare**, invece di pubblicare senza rileggere» è la seconda delle regole auree che Sgarzi regala a chi la ascolta, insieme a «**Se apri la bottiglia, spegni twitter**»: è meglio evitare infatti «di scrivere sui social quando si è in qualunque modo alterati: dall'alcool alle arrabbature. Ci si può solo pentire». Mentre tra i consigli su cosa twittare per diventare autorevoli c'è: «Siate utili e correggete gli errori»

Insomma, tra piacevolezze e aneddoti, quello che i partecipanti hanno imparato dal corso è che la web reputation si difende on line con dei metodi antichi: il buon senso e la percezione di essere sempre davanti a un pubblico, con tutte le conseguenze del caso.

di [David Mammano](#)