



Twitter® o la brevità nell'informazione scientifica: un modello letterario quantizzato - Twitter® or the briefness in the scientific information: a quantized literary model

Ciappelloni R.

Abstract. In order to improve the quality of library services, Twitter or other social networks (like Facebook) may be useful to give life to a strong interaction between users and people working in the health care system (who are also involved in research). A micro-blog net devoted to the interaction would also help to ensure communication within the same scientific research institute. Applications of this kind of approach have been given by important initiatives of scientific publishers as Science, Nature and Pubmed. Also the Zooprofilattico Sperimentale Institute of Umbria and Marche (IZS-UM) (Italy) intends to present a case of study for the use of the social networks as tools for the scientific communication and the interaction among researchers and librarians. Researches conducted by the library of IZS-UM on the use of such networks show that they are appropriate to increase the dialogue between IZS stakeholders and personnel of the Institute.

Riassunto. Nell'articolo viene affrontato l'uso dei servizi di micro-blog come Twitter per la comunicazione scientifica. Twitter (ma anche altri servizi come ad esempio Facebook) consentirebbe di avviare una interazione fra utenti dei servizi (territorio) ed operatori del sistema Sanitario. Una rete di micro-blogs dedicata all'interazione può essere estremamente utile anche per garantire una efficace comunicazione all'interno delle stesse istituzioni scientifiche e di ricerca. Applicazioni di questo tipo sono state realizzate da iniziative di editoria scientifica di notevole importanza come Science, Nature e Pubmed. Anche l'Istituto Zooprofilattico Sperimentale dell'Umbria e delle Marche (IZS-UM) intende presentare un caso di studio per l'impiego dei social network come strumento per la comunicazione scientifica con il territorio e l'interazione nel luogo lavoro. Ricerche condotte dalla biblioteca dell'IZS-UM, infatti, mostrano come sia possibile, tramite questi strumenti, incrementare il dialogo fra i portatori di interessi ed il personale dell'Istituto.

In questo lavoro intendiamo presentare le potenzialità di un particolare strumento comunicativo che viene attualmente utilizzato per dialogare con i lettori della rivista elettronica dell'Ente: (<http://spvet.it/>; <http://indice.spvet.it/>). Stiamo parlando di Twitter®, uno dei servizi di messaggistica ascrivibili all'ambito Web 2.0, che sfrutta una semplice tecnologia HTML-based per diffondere informazioni via Internet. Fin qui niente di nuovo rispetto a quanto si è sempre fatto attraverso la Rete dal suo primo apparire. Oggi Facebook, YouTube e, appunto, Twitter propongono modelli di interazione fra utenti basati su testi di limitata estensione (con la presenza di immagini in movimento e statiche, files audio ed altro). Tutto ciò rende possibile una veloce interazione, utilissima proprio nella diffusione delle informazioni soprattutto quelle riguardanti la tecnologia e le scienze. Molte autorevoli istituzioni di ricerca provano a seguire questo trend tentando di approfittarne.

Vediamo più da vicino come funziona Twitter (<http://www.twitter.com>), il sistema per lo scambio

di "piccoli messaggi" che sta rivoluzionando la Rete. Oltre a questa, esistono anche altre applicazioni seguite da un vasto pubblico di affezionati. Possiamo citare Jaiku (<http://www.jaiku.com/>), Plurk (<http://www.plurk.com>), Microblogs (<http://microblogs.org/>), quest'ultimo basato su software Open Source. Ci sono anche motori di ricerca dedicati al microblogging che analizzano gli argomenti trattati in questa specifica area del Web come Twingly (<http://www.twingly.com/microblogsearch>).

Introduzione

Twitter è il nome di un servizio di microblogging (micro-blogging o micro blogging) che ha preso vita nel 2006. L'iniziativa è attualmente in fortissima crescita e "tallona" una applicazione simile quale Facebook sempre più da vicino, rappresentando una regione del Web di grande importanza per la comunicazione a livello personale, dell'impresa ed anche per ciò che riguarda le iniziative scientifiche, che stanno cominciando ad utilizzarlo diffusamente. Ricordiamo che questa applicazione è stata creata quasi per gioco, allo scopo di rendere accessibili gli scambi di bloggers basati su messaggi brevi, chiamati Twits, di lunghezza stabilita (al massimo 140 battute) che sostanzialmente dovrebbero rispondere alla domanda: What's happening?; "che succede?", ma anche "che stai facendo?"

Tra parentesi "Twit" ha, in Inglese, diversi significati, fra cui: schernire, stuzzicare, beffare (persona sciocca). Twits è anche il nome dato in un racconto da Dahl Roald (1998) ad una famiglia di individui piuttosto cattivi che si comportano in modo terribile. Come si vede l'idea di chiamare una messaggeria elettronica in questo modo suggerisce, in maniera piuttosto diretta, l'idea di uno scambio senza peli sulla lingua, qualcosa di notevolmente informale esattamente come è nello spirito di Twitter.

L'idea di limitare la lunghezza di questi "biglietti virtuali", che a prima vista può sembrare quanto meno bizzarra, è ciò che invece crea la possibilità di una comunicazione estremamente efficace, vero colpo di genio del creatore di Twitter, Jack Dorsey, che potete contattare alla pagina <http://twitter.com/Jack>, dove si fa chiamare familiarmente Jack, anche se ha 1.602.123 followers (persone che seguono e commentano abitualmente i suoi messaggi). Se una iniziativa definita da molti l'SMS di Internet ha prodotto un fenomeno comunicativo trasversale coinvolgendo soggetti importanti anche del mondo delle scienze, viene da chiedersi perchè?

È molto semplice. La brevità del messaggio fa sì (o dovrebbe far sì) che questo canale venga utilizzato prevalentemente per dire cose importanti o almeno piuttosto significative per chi lo utilizza. Beninteso, ci sono anche molti testi piuttosto futili o perfino insulsi, come accade in tutti i media popolari. Tuttavia un gran numero di utenti del Web ha cominciato ad impiegare i Twit per finalità "serie" e la massiccia presenza di imprese, enti governativi ed iniziative scientifiche rafforza ancora di più questa tendenza. Circoscrivere un concetto in 140 battute, oltre che consentire di rimanere facilmente in contatto via cellulare con un gruppo di persone o amici, può servire per:

- Prendere parte ad una discussione particolarmente "serrata",
- "Lanciare" un avvertimento o un allarme in tempi ultrabrevi (come è accaduto nel caso dei terremoti in Abruzzo nel 2009 o ad Haiti e in Cile nel 2010),
- Monitorare un evento (processo, accadimento) mentre questo è in corso (creando una specie di discussione parallela in tempo reale),
- (*) Effettuare un "lancio informativo" attirando l'interesse dei lettori e fornendo magari anche un link da attivare (collegato a pagine esplicative di estensione qualsiasi) per saperne di più.

Tutti questi casi rappresentano modelli di interazione applicabili alla comunicazione nell'ambito delle scienze. Tuttavia è l'ultimo quello che ci interessa di più e contraddistingue gran parte della

informazione su argomenti di natura tecnologica e scientifica che stanno vigorosamente "attraversando" il Web (Open Access repository e Blogs in particolare). Twitter è ciò che ci serve per dialogare con i lettori. È rapido e conciso. Ciò che si deve dire viene riportato in una manciata di parole. Per l'ordinaria esigenza di comunicare un concetto è spesso più che sufficiente. Per tutto il resto, quando si vuole esporre un pensiero più articolato, il microblog consente comunque di mettere online ciò che si desidera "mostrare" agli interlocutori, utilizzando diversi artifici per condividere materiale informativo anche voluminoso ed ospitando poi la discussione che ne deriva in "quanti" di 140 battute.

Il successo di Twitter® è un segno del momento storico che stiamo vivendo. C'è la difficoltà di gestire contenuti chilometrici per una questione di tempo. Molti però sono semplicemente stanchi di inutili prolissità, della ridondanza grafica e inconsistenza del Web ordinario (anche sostenuto da molte istituzioni scientifiche) in cui si verificano due tipiche situazioni di "degrado comunicativo": Nonostante le numerose schermate ed il testo fittamente impacchettato ci sono poche informazioni. Il Webmaster tenta di nascondere la scarsità di contenuti ricorrendo ad artifici grafici e di design. Si crede che inserire immagini, rendere complessa o ultradensa la struttura delle pagine Web (ricalcando i modelli utilizzati dalla "stampa popolare") possa rendere meno palese la sostanziale mancanza di contenuti. Giancarlo Majorino (2010), parlando di quella che definisce "dittatura dell'ignoranza", esprime efficacemente una situazione che si attaglia molto bene al nostro ambito con: *"...istituzione permanente della spettacolarità, progressiva sostituzione del linguaggio con le immagini, sottovalutazione del pensare o ragionare, dipendenza da stereotipi, scollamento dalle ricerche della cultura e dell'arte"*.

Twitter è in questo molto spartano. C'è poca grafica ed i messaggi, a volte collegati ad altri testi, hanno lo scopo di informare. In ogni caso viene privilegiata la sostanza e non la forma. Non si ha cura di fornire agli utenti ciò che essi desidererebbero trovare in tempi brevi. Spesso si seppelliscono i dati utili (ad esempio riferimenti telefonici, indirizzi, nomi, date ed altro) in "rami" introvabili di qualche infilata di pagine Web. Quasi sempre mancano riferimenti che contestualizzano ciò di cui si parla. Non c'è modo di controllare le fonti, perché mancano i riferimenti bibliografici.

Ciò che è peggio è che spesso vengono riportati (o amplificati) contenuti di altri siti (magari agenzie di stampa o giornali in versione elettronica), facendo un uso improprio dei canali RSS (una situazione caratteristica dei Blog). Twitter rappresenta un canale popolato da messaggi concisi che spesso puntano a repository informativi (Blogs o e-print directory ad accesso libero). Per una rivista elettronica rappresentano una specie di "imbuto" aperto verso la Rete, che facilita l'accesso agli utenti del giornale, polarizzando la ricerca sul suo spazio Web di riferimento (magari collegato ad un database di articoli che servono come materiale informativo).



Organizzazione dei Twits

Naturalmente se questo particolare strumento informativo deve contribuire a veicolare i contenuti di una rivista elettronica, i messaggi vanno organizzati in modo appropriato. Se volessimo davvero dire qualcosa di compiuto con un Twit dovremmo allenarci a considerarlo una specie di "micro racconto" che termina con una sospensione (significato generato dalla fine delle parole), la quale, a volte, conterrà un rimando a qualcos'altro. Questi Twits dovrebbero essere veri "nodi (pseudo) ipertestuali" di una rete di comunicati relativi ad un determinato argomento. Ricordiamo che è deprecato l'uso di messaggi che si organizzano come continuazione di altri twit, o che esprimono concetti che sarebbero comprensibili solo leggendo in serie gli altri messaggi (quindi dovrebbero essere anche "autoesplicativi", ognuno con un senso compiuto).

Le possibili (teoriche) suddivisioni di una comunicazione Twitter (spazi massimi di 3 x 46.7 battute) sono di seguito riportate.

Le possibili (teoriche) suddivisioni di una comunicazione Twitter (spazi massimi di 3 x 46.7 battute) sono di seguito riportate.

DISTRIBUZIONE QUANTIZZATA DEI TWIT	
Sezioni	n. battute
introduzione	25 (4 parole)
soggetto	90 (9-10 parole)
esito (+ sospensione e/o rinvio)	25
totale battute 140	

In messaggi così limitati è essenziale andare al "sodo", cercando di contenere al massimo il testo introduttivo e conclusivo. Tuttavia, come vedremo in seguito, l'estensione dello scritto è un falso problema. Infatti in molti casi neppure si ha la necessità di utilizzare il numero massimo di battute consentito. Naturalmente ci sono alcuni artifici per ottenere il massimo della concisione. Ad esempio, se volessimo inserire un link verso una pagina esplicativa, questo dovrà essere ovviamente di estensione più limitata possibile. Oggi sono frequenti URLs come:

http://www.sito.com/rep~0015484_reidfm/laco/2d654mdfy/aa/f/h/sostanze%tossiche%2010.pdf

Questi costrutti sono scarsamente rappresentabili in un tipico messaggio Twitter, perchè consumerebbero gran parte delle 140 battute a disposizione (nell'esempio sono 87; il 58% del totale). Per questo si utilizzano alcuni servizi capaci di trasformare (contrarre) l'indirizzo in una stringa di poche lettere. In questo momento il preferito è Bit.ly (<http://bit.ly/>), in grado di tradurre il mostruoso URL precedente nel più maneggevole (anche da comunicare): <http://bit.ly/bAPPAt> (solo 19 caratteri). Con un altro servizio TinyUrl (<http://tinyurl.com/>) avremmo ottenuto un risultato analogo: <http://tinyurl.com/yj2pp4f> (26 caratteri). Per contestualizzare l'indirizzo (che altrimenti darebbe l'impressione di essere un insieme senza senso di lettere) può essere utile inserire al termine dell'URL un'ancora (in HTML definita dal segno #) evocativa; ad esempio: #tossico. L'indirizzo di bit.ly prima citato diventerebbe: <http://bit.ly/bAPPAt#tossico>. Un po' più lungo ma molto più agganciato al testo precedente di cui deve essere una continuazione.

Un aspetto particolare del testo è rappresentato dalla componente terminale: "esito, sospensione o rinvio", che deve suggerire un significato aggiuntivo. Ci sono particolari artifici retorici che maggiormente di altri si adattano a questa letteratura "veloce", legata, più che altre forme di espressione letteraria (scientifica o meno), a specifici tropi come similitudine e metafora/metonimia, di cui parleremo più approfonditamente nel prossimo lavoro. Si deve sempre privilegiare l'immediatezza della comunicazione fornendo subito il motivo essenziale dell'informazione, trascinando il lettore in un dialogo costellato di "citazioni". Il Web di Twitter è infatti altamente "citazionale" ed il valore di ciò che si dice è realmente legato alla documentazione invocata a sostegno. Naturalmente, qui sta un innegabile punto di forza di Twits legati ad una rivista dotata di repository informativo, perché mentre la labilità della citazione sarà massima negli altri casi (la fonte segnalata può facilmente essere rimossa o diventare inaccessibile), qui abbiamo invece la possibilità di fornire riferimenti stabili nel tempo. La dimensione temporale (presente come motivo dominante in Plurk - <http://www.plurk.com>) assume, nei microblogs, un particolare valore consentendo di monitorare nel tempo l'interesse per determinati argomenti, un aspetto molto importante per gli Enti scientifici che hanno anche una valenza territoriale.

Scientific microblogging

Per constatare l'uso dei messaggi gestibili da Twitter, possiamo vedere come alcune autorevoli iniziative di comunicazione scientifica hanno utilizzato questo servizio.



science

Science (<http://twitter.com/science>), ha uno spazio molto visitato. I Twits sono costruiti in modo essenziale. Sul numero visibile al momento della redazione di questo articolo, c'è una notizia di lancio (prolissa, di 114 battute): Cassini spacecraft's temperature variations map of Saturn's moon Mimas reveals Pac-Man image - La mappa delle variazioni di temperatura della luna di Saturno Mimas della sonda Cassini, rivela una immagine che ricorda Pac-Man, seguita da altre assai più laconiche (lunghe poco meno di 80 caratteri) che vi condurranno agli articoli da cui sono state tratte. Si tratta di una specie di rassegna stampa scientifica che Science aggrega recensendo pubblicazioni di qualità dalla BBC, Times Online, Guardian Online, Live Science ed altri. Un solo link porta al Blog di Science sulle News. La pagina conta più di 44.000 followers. Tutti i Twits tentano di attirare l'attenzione con la costruzione di messaggi curiosi, piuttosto brevi e seguiti dal telegrafico URL generato da Bit.ly.



Lo spazio di Nature (<http://twitter.com/NatureNews>) è organizzato in modo abbastanza diverso. Anche qui abbiamo messaggi relativamente prolissi (ma che non arrivano a 140 battute), prevalgono i links ad articoli della rivista stessa, alla pagina delle News di Nature e soprattutto scambi con ricercatori, scienziati di varia specializzazione che rassomigliano molto a ordinari incroci di "botta e risposta" sulle messaggerie elettroniche. In questo caso la rivista intrattiene con il suo pubblico un dialogo meno asettico di quello di Science (anche quest'ultima però dedica un certo spazio a seguire altre pagine Twitter di diversi personaggi legati al mondo della scienza e della tecnologia).



La Scientific American (<http://twitter.com/sciam>) utilizza la sua pagina Twitter unicamente per diffondere suoi contenuti. Sono tutti articoli della rivista e commenti del suo Blog (difficilmente distinguibile dai primi). I messaggi sono brevissimi (70 battute o poco più). La pagina è molto seguita, ci sono oltre 47.000 followers, cosa ovvia se pensiamo alla grande diffusione di questa rivista di divulgazione e comunicazione scientifica (popular science).

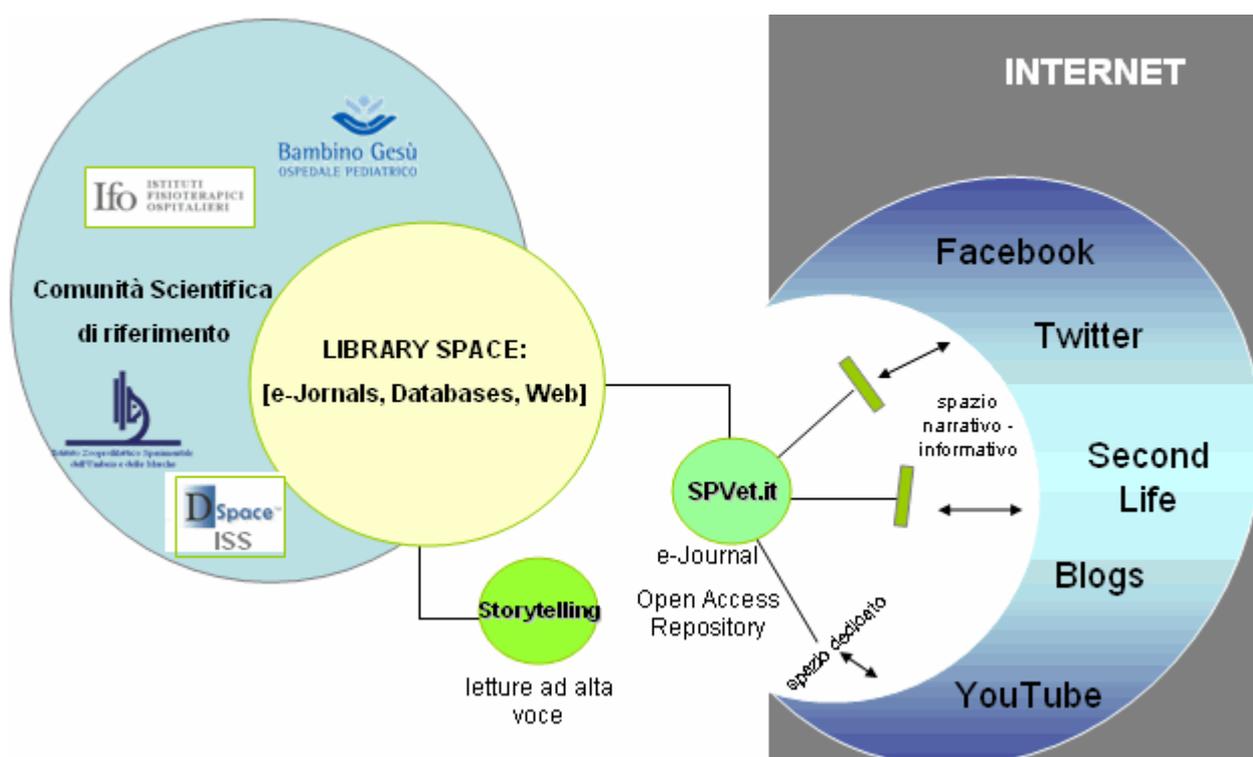


Se prendiamo in considerazione le grandi iniziative scientifiche come PubMed rileviamo che anche queste hanno cercato di utilizzare Twitter per ciò che poteva essere utile, in relazione alle proprie esigenze di comunicazione (vengono in genere utilizzati messaggi di 60 - 70 battute). Questa pagina (http://www.twitter.com/ncbi_pubmed) ha Twits prevalentemente dedicati al mondo che ruota intorno al database del National Centre for Biotechnology Information. Le citazioni sono relative unicamente a servizi di PubMed, tra cui MyNCBI. Una è proprio ad uso e consumo dello

staff di questa iniziativa (probabilmente tutti e 43 i followers citati nella pagina), un uso specifico di Twitter per comunicazione interna (corporate) che gli Enti pubblici potrebbero prendere seriamente a modello, se non altro per fornire uno strumento gratuito e straordinariamente efficace di comunicazione ai propri dipendenti ed organizzazioni funzionali.

Una curiosità. Apparentemente esiste una pagina Twitter di Medline (<http://twitter.com/medline>), ma non ha (al momento della redazione di questo articolo) alcun messaggio registrato e solo quattro persone che la seguono. Sembra sia stata creata da un certo Jean Isnard che, da quello che si può capire da Facebook, sembra essere un cultore di musica Pop Rock. Ecco un esempio dell'insostenibile leggerezza del Twit - Web. A volte chi si presenta in un modo non c'entra proprio nulla con il soggetto rappresentato.

L'utilizzazione di questi strumenti come altri facenti parte del Web 2.0 (Facebook, YouTube, Second Life), va organizzata ricercando le sinergie fra diverse componenti con lo scopo di modellare una vera interfaccia fra l'Ente e i suoi utenti (spazio narrativo informativo). Questa *struttura prossimale di interazione* può essere progettata in relazione al tipo di informazioni trattate sul modello fornito di seguito che, nel corso del tempo, ha dato prova di essere utilizzabile almeno parzialmente e sul quale è in corso una ricerca della Unità Operativa Biblioteca, Informazione, Editoria dell'Istituto Zooprofilattico Sperimentale dell'Umbria e delle Marche.



[Tratto dalla comunicazione: I due volti della Narrative Medicine per l'interazione con il paziente ed il consumatore: un caso di studio - Loretì A., Ciappelloni R. Seminario: La comunicazione del sapere: nuovi approcci basati sul library space. IZS UM, Perugia, 20 Gennaio 2009]

Conclusioni

L'uso di strumenti propri dell'area Web 2.0 per creare una cerniera fra utenti ed Enti pubblici fornitori di servizi avanzati pone una difficoltà. Dopo anni di inerzia formativa nell'integrazione delle risorse di Internet nella comunicazione istituzionale, queste non sono diventate uno strumento di primaria importanza. La pubblica amministrazione, prevalentemente le "subisce" e non se ne serve (né forse se ne vorrebbe servire) nel modo più avanzato. Dilagano idee derivanti da luoghi

comuni su come dovrebbe essere una comunicazione via Web, si cerca di mimare la comunicazione commerciale con idee prese di peso da campagne di marketing e dalla (spesso assai bella) pubblicità.

Una comunicazione fatta di trovate in cui è assente proprio lui, l'utente. Lui che dovrebbe essere il fulcro di ogni comunicazione, con le sue esigenze e incapacità (o impossibilità) di servirsi dello strumento informatico nelle forme più (commercialmente) avanzate. E' come nel caso dell'editoria. Quanti libri sono stati scritti con l'unico scopo di esibire un volume con il proprio nome sopra? Molte pagine Web sono fatte da persone che, con lo stesso spirito, intendevano pubblicare delle schermate utili o funzionali unicamente a loro. A volte i retroscena sono evidenti: "Questo lo togliamo se no poi chissà quanti ci chiamano per informazioni", "Allora non scrivere il numero di telefono! Metti solo l'e-mail, così quando hai tempo e voglia rispondi", "Guarda non si stampa mezza schermata", "Va bene lo stesso, tanto se interessa a qualcuno ci chiama e noi gli mandiamo un fax", "Mettilo in formato pdf, anzi mettilo come immagine altrimenti che accade se cambiano le parole?", "Togliamo l'accesso ad Internet altrimenti gli impiegati perderanno troppo tempo a giocare con il computer".

Per utilizzare strumenti come Facebook o Twitter, bisognerebbe lavorare sulle attitudini e le esperienze personali. In queste aree si viene spinti dalle circostanze ad interagire con interlocutori personalmente interessati a dirimere problematiche e ad avere informazioni. Comunicare significa in questo caso in primo luogo "metterci la propria faccia" utilizzando una terminologia più immediata e diretta. È anche richiesta una velocità di risposta che presuppone una libertà di giudizio poco rappresentata nelle Pubbliche Amministrazioni. Il rischio è che chi si troverà a gestire questi servizi (senza un mandato "forte" da parte della Direzione) dovrà ben presto fronteggiare situazioni complicate. A poco a poco gli strumenti Web 2.0 based comincerebbero ad interferire con l'ambiente di lavoro, modificando i rapporti interpersonali di chi opera nei servizi che li utilizzano, principalmente determinando una maggiore necessità di interazione e collegamento fra colleghi e con i dirigenti. Per questo è necessario un training ad hoc, la creazione di una rete di regole condivise ed una delega reale ad operare in modo più indipendente. Questo è un lavoro che richiede tempo. Per tale motivo il ritardo accumulato sin qui risulta essere particolarmente dannoso. Un comunicatore Web non si improvvisa in un giorno. Sull'esigenza della brevità nella comunicazione, soprattutto di quella orientata alla divulgazione, si dovrebbe parlare molto di più, coinvolgendo in pieno la didattica, sia a livello di Scuola secondaria che di Università.

Per fare un parallelo nella saggistica letteraria, Italo Calvino nelle sue "Lezioni americane (1987)", ha ribadito con incisività l'importanza della rapidità nella scrittura (sembra quasi stesse pensando alla comunicazione ridotta all'osso di Twitter e dei blogs). Ma non è il solo. C'è un intero filone di ricerca sulla brevità. Félix Fénéon è stato capace di dedicare ai suoi brevissimi romanzi tre o quattro righe al massimo, utilizzando circa 150 - 180 battute ("Romanzi in tre righe". Adelphi Editore, 2009). Anche Achille Campanile nelle sue "Tragedie in due battute" (Biblioteca Universale Rizzoli, 2000) seppure, in genere, più prolisso (300-400 battute) ha dato esempi di scrittura breve o brevissima. Insuperabile Ernest Hemingway capace di circoscrivere un racconto in appena sei parole, con il celebre: "For sale: baby shoes, never worn" (si vendono scarpette da neonato mai usate). La brevissima narrazione, che sarebbe stata composta dallo scrittore in un bar di Seattle (in una data imprecisata degli anni '20), a pensarci bene racconta davvero una storia, complessa e struggente, dimostrando che la prolissità non è proprio necessaria specie se si vuole davvero "trasmettere" qualcosa a chi legge.

L'essenza di Twitter trae ispirazione proprio da questo. I Twits sono in fondo piccole "perle" ordinate diligentemente su un tappeto di byte. Quando se ne attiva una, lei racconterà l'incipit, il resto lo recapiterà un provvidenziale link davvero molto corto. Sono messaggi lanciati da chi vuole raccontare, brevemente, una storia utile a qualcuno. Tutto qui.

Bibliografia

- Calvino I. (1988). Lezioni americane. Edizioni Garzanti, Milano.
- Campanile A. (2000). Tragedie in due battute. Editore BUR Biblioteca Universale Rizzoli.
- Dahl R., (1998). The Twits. Puffin Books - UK.
- Fénéon F. (2009). Romanzi in tre righe. (Nouvelles en trois lignes - 1948) A cura di Matteo Codignola. Edizioni Adelphi, Milano.
- Lewitt S. (2006). 21W.755 Writing and Reading Short Stories. Lecture Notes. MIT OpenCourseWare. (<http://ocw.mit.edu/OcwWeb/Writing-and-Humanistic-Studies/21W-755Fall-2006/LectureNotes>).
- Majorini G., (2010). La dittatura dell'ignoranza - il regime invisibile. Marco Tropea Editore Milano.



Twitter® the briefness in the scientific information: a quantized literary model - Twitter® la brevità nell'informazione scientifica: un modello letterario quantizzato by Ciappelloni R. is licensed under a [Creative Commons Attribuzione 2.5 Italia License](http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/it/). Based on a work at spvet.it. Permissions beyond the scope of this license may be available at <http://indice.spvet.it/adv.html>.

	Istituto Zooprofilattico Sperimentale dell'Umbria e delle Marche, Via G. Salvemini 1. 06126, Perugia - Italy
Centralino Istituto	Tel. +39 075 3431 - Fax. +39 075 35047
Biblioteca	Tel. / Fax +39 075 343217 e-mail: bic@izsum.it
Rivista SPVet.it ISSN 1592-1581	Tel. +39 075 343207 e-mail: editoria@izsum.it http://spvet.it/ / http://indice.spvet.it
U. R. P.	Tel. +39 075 343223; Fax: +39 075 343289 e-mail: URP@izsum.it