

Il caso

Via 5 manager, Twitter perde la testa

Cresce poco, non sfonda tra i giovani che gli preferiscono altri social. E gli investitori chiedono un cambio. Così il fondatore Jack Dorsey, tornato al timone, rivede la squadra che aveva proprio il compito del rilancio

JAIME D'ALESSANDRO

QUATTRO, tutti assieme. Twitter perde la testa, o quantomeno perde quattro figure chiave che stavano lavorando al suo rilancio. E invece il fondatore Jack Dorsey, che ha ripreso in mano le redini a giugno, ha deciso che bisognava cambiare rotta. E così Alex Roetter, Brian Schipper, Katie Stanton e Kevin Weil, che dirigevano la parte tecnica, risorse umane, media e prodotto, hanno gettato la spugna. In apparenza volontariamente. A loro si aggiunge Jason Toff, manager di Vine, il servizio video di Twitter, che ora andrà a lavorare per Google.

Non funziona, è sconsigliato agli adolescenti e cresce poco. Nell'ultimo anno è stato superato da Instagram, che ormai è oltre i 400 milioni di utenti, mentre app come WeChat e WhatsApp hanno raggiunto ripetutamente i 650 e 900 milioni di persone. Twitter? È ad "appena" 316 milioni. «Non è un segreto che ci siano dei problemi», commenta Vivian Schiller, ex direttore delle news di Twitter dove ha lavorato per un anno chiamata dal precedente amministratore delegato Dick Costolo. Era arrivata dopo aver ricoperto la carica di chief digital officer della Nbc News, quella di direttore della Npr e vicepresidente di Discovery Times Channel. Ma anche lei è durata poco. «Dorsey sta tentando nuove strade, iniziando dall'immaginare di togliere il limite dei 140 caratteri. È in una posizione davvero difficile. Twitter ha un bacino di utenti fedeli che non vuole alcun cambiamento, ma per raggiungere una popolarità maggiore come richiedono gli investitori deve cambiare per forza».

Coniugare quel che apparentemente non può essere coniugato, la filosofia del passato con una strategia completa per il futuro è che nessuno

capisce bene a cosa stia mirando Dorsey, considerando i tanti segnali contraddittori. Come il licenziare 336 dipendenti ad ottobre regalandoli poi a tutti gli altri un terzo delle sue azioni pari a 200 milioni di dollari.

«Nell'ultimo anno Twitter ha perso molto. Non genera viralità, non incide nelle relazioni, non è più un faro com'era prima», racconta Stefano Epifani, professore alla Sapienza di Roma dove insegnava Social Media Management. «Ha raggiunto la sua fama massima con la primavera araba. Ma non costruisce la sua popolarità solo sulle emergenze e sui 140 caratteri pubblicati da politici, star del cinema o giornalisti che non fanno altro che parlare fra di loro». Insomma, strano a dirsi, ma il peccato di Twitter è l'essere poco sociale. E pensare che è stato lui a diffondere l'uso dell'hashtag nel 2007, quell'etichetta tematica preceduta dal simbolo "# che è poi diventata a sua volta messaggio. Ma da innovatore Dorsey & Co. si sono ritrovati nelle retrovie non dettando più l'agenda, e finendo per ricopiare quella degli altri.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LUCA BIZZARRI

“Ti costringe alla chiarezza Basta prolissi”

UN MILIONE e duecentomila seguaci e non sentirli. Luca Bizzarri, comico e attore che compare quasi sempre in coppia con Paolo Kessissoglu, a Twitter è affezionato. Gli piace esattamente così com'è.

«Se lo chiudono è colpa mia. Capita sempre: dove ho successo porto sventura».

Lo vogliono cambiare. Ci stanno provando.

«I 140 caratteri non si toccano. Quella è la chiave di volta. Ti costringono ad esser conciso. Ad esser chiaro. Si strillano fatti, o presunti tali, concetti e idee. Poi sta alle persone scegliere, selezionare. Se si passasse a 10 mila caratteri diventerebbe impossibile usarlo. Il mondo è pieno di individui prolissi, che parlano troppo e inutilmente».

Altri social network hanno una crescita maggiore e più presa sulle cosiddette nuove generazioni.

«Possibile, lo so, non ci fosse Twitter, non saprei cosa leggere quando ho la colite. È perfetto in quei momenti».

Ci sono le riviste, volendo. «Perché? Mi perderei le sparatate di Maurizio Gaspari (Bizzarri ha polemizzato a lungo con Gaspari su Twitter, ndr). Ma è vero: è un social network per pochi. A volte, durante le trasmissioni televisive, scoppiano discussioni infinite su Twitter che sembrano infiammare il paese. Fino a quando, il giorno dopo, scopri che il programma in questione ha avuto un indice di share basso».

Lei però ha oltre un milione di persone che la segue.

«Personne che non sempre apprezzano quel che faccio. Ma è una delle cose belle di Twitter. Forse dovrebbero assumermi».

Alcune questioni di vicepresidente sono ufficialmente vacanti.

«Se mi pagano bene lo faccio. Faccio tutto se mi pagano bene. A parte gli scherzi, non sono preoccupato. Se lo chiudessero leggerei più libri e amplierei il mio periodo di disintossicazione da digitale che attualmente è di almeno un giorno a settimana. Ma non corriamo questo pericolo. In Italia siamo talmente indietro che se Twitter sparisse ce ne accorgeremmo con dieci anni di ritardo».



Luca Bizzarri

NICCOLÒ AMMANITI

“Non lo uso è adatto solo ai politici”

NICCOLÒ Ammaniti, scrittore che frequenta la tecnologia da tanto, con Twitter non è mai andato d'accordo. E non si sorprende della crisi che sta investendo il social network.

«Non l'ho mai davvero capito. A volte ti ritrovi in conversazioni delle quali è impossibile capire il capo o la coda, un flusso senza fine. Se non ci sei dentro costantemente ti sfugge il senso».

Eppure molti suoi colleghi lo usano.

«Twitter è utile e terribile ad un tempo. Prima non avevi nessun feedback dai lettori dopo aver pubblicato un libro. Dovevi aspettare i dati di vendita, affidarti alle tue sensazioni durante una presentazione. Ora avviene in tempo reale, anche quando qualcuno quel libro nemmeno lo ha finito. Ho provato a seguire quel che dicevano sul mio ultimo romanzo e mi è venuta l'angoscia. La maggior parte sono giudizi netti: fa schifo, è bellissimo. Meglio lasciar perdere. È più adatto ai politici. Per loro va bene. Anzi, va meglio: Twitter è perfetto per comunicare un'iniziativa, qualche proposta di legge, qualche provvedimento preso».

Preferisce Facebook. «Facebook è diverso. Capiisci il carattere delle persone, il loro modo di fare, le passioni. Più spesso capisci come vorrebbero apparire che è ancora più interessante. Guardando quelle pagine puoi costruire una storia su quel che vedi e leggi. Spii e sei spia-to».

Mai stato affascinato dalla brevità? Nemmeno all'inizio di Twitter?

«No, mi trovo a disagio in 140 caratteri. Eppure se Twitter abbandonasse quella cifra stilistica non sarebbe più lo stesso. Ma non fa per me. Con così poche parole posso fare poco, sarebbe come voler costruire qualcosa con sei mattoncini di Lego. Più la frase si fa breve, più il messaggio conta. E invece a volte il bello è proprio quando il messaggio conta poco e il protagonista diventa il linguaggio».

(j.d.a)



Niccolò Ammaniti

IL PERSONAGGIO

FEDERICO RAMPINI

Con il bagnetto Zuckerberg diventa “social papà”

C I SONO le sue foto con la bambina di due mesi alla prima lezione di nuoto (sì, adesso si comincia prestissimo). Poi le sue foto con lei dal pediatra. Di padri esibizionisti, narcisisti ed egomaniaci sono pieni i social media. Ma se il padre in questione lo possiede, il social media, allora diventa Dad-in-Chief, il Babbo Capo Supremo. Oppure Social Dad. Sta succedendo a Mark Zuckerberg, le cui gesta molto ordinarie da neo-papà dilagano su Facebook, visto che Facebook è lui.

Immagini banalissime, stucchevoli, diventano “un caso” per via del protagonista.

Esempio: quella visita dal pediatra non è passata indenne da polemiche. Il babbo trentunenne ha fatto sapere che si trattava delle prime vaccinazioni per Max. Aprì-



Le foto che mostrano il fondatore di Facebook Mark Zuckerberg con la figlia Max da lui posteate sui social

ti cielo: il partito anti-vaccini si è scatenato contro, quel post ha avuto in poche ore 77.000 commenti. In generale però prevale l'opinione che Zuckerberg abbia un ruolo positivo. Non accade spesso di vedere un chief executive che accompagna sua figlia dal pediatra. Il messaggio subliminale, se vogliamo prenderlo per il verso giusto, è un incoraggiamento ai maschi in carriera a sobbarcarsi la loro quota di responsabilità da genitori.

Più importante però resta la promessa che Zuckerberg fece alla nascita: di sottrarre all'eredità il 99% delle sue azioni Facebook, da destinare alla filantropia. «Sarai più felice se vivrai in un mondo migliore», scrisse a Max. Questa si una lezione di vita. Agli altri pluto-crati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA