

Tutto finisce. Anche le avventure più entusiasmanti, le realtà che danno di sé un'idea di invincibilità anche quelle raggiunte il picco, prima o poi cominciano a scendere. E se questo è vero per tutti e per tutto, lo è ancora di più per le realtà digitali. Un mondo quello dell'internet che è il più fugace di sempre. Oggi sei su, domani lo sei ancora di più e tra tre giorni è tutto finito. Ecco, immagino che un po' a tutto questo ci stia pensando in questo periodo anche uno come Elon Musk. L'imprenditore tech più eclettico di sempre come sappiamo ha comprato Twitter, che è uno dei social più famosi di sempre, dove attori, scrittori, cittadini comuni e in Italia soprattutto politici scrivono di continuo i propri pensieri. Ecco, proprio Twitter che da sempre ha dato di sé un'idea di invincibilità e sprofondato in una crisi nera. Ma perché? Io sono Marco Maesano e ogni giorno, assai macchine sapi di me, provo a ripartire dalle basi per rispondere alla domanda più semplice del mondo. Ma perché? Twitter nasce nel 2006, fondato da alcuni membri di Odeo, una società californiana che in quegli anni stava lavorando alla creazione di una piattaforma di creazione e gestione di podcast. Prima di scoprire però che è il primo modello di Iphone con il suo iTunes che stava sostanzialmente scippando via l'idea. Jack Dorsey, che è uno dei fondatori, dirà di aver avuto l'idea di Twitter come lo conosciamo oggi, un giorno stando seduto su una panchina a mangiare cibo messicano, chissà se è vero. E di aver pensato che il servizio potesse, no, permettere a un individuo di comunicare con un numero ristretto di persone attraverso gli SMS. Gli SMS, capite, un'era geologica fa. Gli anni a seguire fanno, come dire, la fortuna di Twitter. Se pensiamo ai record, per esempio, in Italia, il 29 gennaio del 2012, Twitter ha per la prima volta battuto una notizia importante di rilevanza nazionale e istituzionale con largo anticipo rispetto ai medi tradizionali. In quel caso si trattava della morte dell'ex presidente della Repubblica, Oscar Luigi Skaalfaro. Bene, appunto, Twitter in quel caso è arrivato prima delle agenzie di stampa. E Twitter va avanti così. Il tempo scorre, scandito ormai da Twitter di Maurizio Gasparri e si arriva al 27 ottobre del 2022, quando viene concordata la vendita della piattaforma a Elon Musk, dopo, diciamo, una delle più rocambolesche trattative che è durata tra l'altro svariati mesi. Dall'ora, all'improvviso tutto cambia. L'imprenditore annuncia una serie di licenziamenti, cambi di vertice e sblocco di una serie di account che avevano ricevuto un ban sotto la gestione precedente, uno fra tanti quello dell'ex presidente degli Stati Uniti, Donald Trump. Bene, Twitter ha nemmeno un anno dall'acquisizione da parte di Elon Musk, sta attraversando una grave crisi. Ma perché? A rispondere alla domanda di oggi è Mario Moroni, podcaster ed esperto di innovazione. Questa è la risposta che mi ha mandato. Secondo motivo, secondo me, perché c'è una mancanza di fiducia dal mercato e dalle aziende, Twitter ha avuto un tracollo degli intuiti pubblicitari di circa il 50%, e le aziende sono scappate da quando Elon, il provocatore, è alla guida, ed è per questo motivo che lui stesso ha cambiato, se ho, amministratore legato nelle cose settimane. Il terzo motivo, che gli utenti preferiscono ambienti puliti, soprattutto gli addetti e i lavori, non vogliono stare in ambienti complicati, difficili a comprendere e provocatori. Il tanto nominato e bandiera di Elon Musk Free Speech, che ha tirato Novakster a piattisti guerra fondai e non ce lo dicono, mettiamola così, piace inizialmente perché fa clamore, piace magari anche a qualche giornalista, per scriverci qualche pezzo, ma non piace agli utenti, non piace le aziende che lavorano e investono.

[Transcript] Ma perché? / 150 | Ma perché Twitter è in crisi?

Il futuro della crisi di Twitter si risolverà se Elon riuscirà nella fantastica impresa a tornare ad essere uno spazio diverso, aperto, ma di qualità, senza cattiverie e con opportunità vere.

Al di là dei competitor sembra proprio che la crisi sia profonda, di percezione, di ambiente.

Infatti, come riporta CNBC, Twitter è diventato, in brevissimo tempo, il quarto marchio più odiato degli Stati Uniti.

Forse Elon dovrebbe fare un passaggio indietro e, per una volta, diventare nella vita leggero come un cellino.

Grazie a Mario Moroni.

Beh, come avete sentito, Twitter appunto si trova in una crisi profonda per tutta una serie di scelte che però ha fatto la società stessa e che ha fatto Elon Musk, quindi non è, diciamo, colpa di nessuno se non la loro, dopo di che probabilmente cambiano anche le abitudini dei cittadini, i nostri gusti e avranno anche questi impattato sul percorso che sta facendo in questi mesi negativamente Twitter.

Io vi ringrazio per essere rimasti con me anche oggi e, come sempre, vi do appuntamento a domani.

Ciao!

Ma perché è un podcast scritto da me, Marco Maesano?

Riprese e montaggio Giulio Rondolotti, musiche originali Matteo Cassi, supervisione tecnica

Gabriele Rosi, responsabile di produzione Denny Stucchi, una produzione One Podcast.

Operazione Midnight Climax, il bordello psichedelico della CIA.

Lo puoi ascoltare sull'app di One Podcast e su tutte le principali piattaforme.

Una produzione dream and dream per One Podcast.