

Twitter si arrende: da 140 a 280 caratteri

La svolta per fermare il declino del social

L'ANNUNCIO

Alla fine sarà un addio. I 140 caratteri, marchio di fabbrica di Twitter, raddoppieranno. 280 battute sarà ora il limite massimo per ogni messaggio sul social network con l'uccellino nel logo. Per il momento si tratterà di una sperimentazione che riguarderà solo alcune lingue fa sapere l'azienda di San Francisco, ma resta comunque un cambiamento epocale.

LINGUE E SPAZIO

«Quando una persona twitta in inglese o in italiano - ha spiegato il colosso del web nel post ufficiale dell'annuncio - si imbatte velo-

**LA SPIEGAZIONE
IN UN COMUNICATO:
«IL LIMITE È PIÙ
PENALIZZANTE
IN CERTE LINGUE, PER
ESEMPIO L'ITALIANO»**

cemente nel limite dei 140 caratteri e deve modificare il tweet in modo che si adatti perfettamente. Qualche volta, deve cancellare qualche parola che trasmette un significato o un'emozione importante, o non cinguettare affatto. Ma quando un ragazzo giapponese twitta nella sua lingua, non ha lo stesso problema: finisce di condividere il suo pensiero e ha ancora spazio a disposizione». Lingue ideogrammatiche come il giapponese e il cinese permettono di comunicare numerose informazioni nello spazio di un solo carattere. Una differenza abissale rispetto a quanto permesso da lingue come italiano, inglese, francese o spagnolo. «Solo una piccola percentuale di tweet inviati in giapponese è di 140 caratteri (lo 0,4%). In inglese, invece, una percentuale molto più elevata è di 140 caratteri (9%). La maggior parte dei tweet giapponesi sono di 15 caratteri, a differenza di quelli inglesi, che ne hanno 34. La nostra ricerca dimostra che il limite dei caratteri è uno dei principali motivi di frustrazione per le persone che twittano in inglese, ma non per quelle che

lo fanno in giapponese».

CONTI IN ROSSO

Dietro la svolta, al di là delle recondite di alcuni utenti, c'è senza dubbio il crollo degli introiti che sta fronteggiando l'azienda. Twitter ha perso 116 milioni di dollari nel secondo trimestre di quest'anno e quindi è alla ricerca di strategie per attrarre nuovi utenti. «Abbiamo visto che quando le persone non sono costrette a comprimere i propri pensieri in 140 caratteri e ne hanno ancora a disposizione, twittano di più». Abbattere il "muro dei 140" (limite ispirato alla lunghezza degli sms che arrivavano a 160 caratteri) signifi-

**LA SOCIETÀ IN CRISI:
NEL SECONDO
TRIMESTRE
DI QUEST'ANNO
PERSI 116 MILIONI
DI DOLLARI**

cherebbe aumentare traffico e pubblico attraendo nuovi inserzionisti. Infatti negli ultimi sei mesi il numero degli utenti galleggia attorno a quota 328 milioni, un pacchetto utenti poco allettante per gli investitori se confrontato Facebook che ha superato la soglia dei 2 miliardi di iscritti.

SOLDI E SENTIMENTI

«Sappiamo che molti di voi che tweetano da anni sono ormai affezionati ai 140 caratteri, così come noi - continua il comunicato dell'azienda - Ma ora abbiamo sperimentato questa cosa, visto le sue potenzialità e ci siamo innamorati di questa nuovo e comunque breve limite». Non è la prima volta che il social network ripensa i propri spazi per accontentare gli utenti più prolissi. Nel maggio del 2016, infatti, Twitter aveva già smesso di conteggiare nei 140 caratteri foto e link. Ora nonostante i malumori che alcuni puristi della sintesi sul web hanno già espresso, la stringatezza resterà una prerogativa del so-

cial. L'ampliamento dei caratteri permetterà soprattutto di eliminare abbreviazioni e tagli netti nei cinguettii e, magari, ridurrà le polemiche per i post poco chiari degli utenti più rappresentativi. Donald Trump sarà felice di avere a disposizione un "ring"

largo il doppio per colpire l'avversario di turno e magari contribuirà al rilancio del social. Soprattutto perché, come ha twittato il Presidente: «Facebook è stato sempre anti-Trump».

Paco Fabbri