



SIMONE PORROVECCHIO
SAN FRANCISCO

TWITTER OGGI È UN'AZIENDA DA ALMENO DIECI MILIARDI DI DOLLARI E, FORSE, DIVENTERÀ ANCHE PIÙ GRANDE DI FACEBOOK. Sembra impossibile che il servizio gratuito di social networking e microblogging lanciato nel 2006 per anni non abbia guadagnato neanche un cent. E ora che è un colosso, l'indipendenza comincia a scricchiolare. Perché dopo l'esordio in Borsa di inizio novembre che ha fissato la quotazione del titolo a 26 dollari per azione, (con un valore complessivo dell'azienda che, sulla carta, è schizzato a 18 miliardi di dollari), gli investitori cominciano a bussare alla porta. E a voler vedere dollari.

AI PIANI ALTI

Il gigante di San Francisco sta cambiando pelle rapidamente. Molto più di quanto Jack Dorsey, 37 anni, il suo fondatore, e i 250 milioni di user in tutto il mondo, immaginano. La quotazione Dorsey l'ha voluta fortemente e preparata con cura insieme ai manager che oggi lo assistono, per due anni, per evitare il fiasco di Facebook in Borsa del 2012. La parola d'ordine ai piani alti di Twitter era: non ripetere gli stessi errori. Il primo regalo che Dorsey si è fatto dopo il giorno del debutto alla Borsa di New York è stato una villa da dodici milioni di dollari nell'elegante quartiere di Seacliff, con vista sulla baia di San Francisco. Nella furia mediatica che ha accompagnato la quotazione dell'anno, la stampa ha dimenticato che la costosissima azienda segna ancora perdite, e a saperlo sono in pochissimi.

Il quartier generale di Twitter a San Francisco è al 1355 di Market Street. Un palazzo Art-déco nel mezzo di un quartiere «difficile». Anche questa è la filosofia di Twitter: normalità. A tutti i costi. I dipendenti offrono spesso un pasto caldo ai senza tetto, direttamente dalla mensa. Sul terrazzo giardini, alberi, sdraio, Dj e palestre.

Negli ultimi piani della nuova fabbrica dei sogni Made in Usa vengono decise carriere, pensate nuove strategie. All'inizio Twitter era solo una moda, come altre. E invece l'uccellino blu di Twitter ha preso il volo così bene, e così in alto, da trasformarsi in un media a tutti gli effetti. È su Twitter che Barack Obama annuncia la vittoria, qui dove i popoli del Nord Africa si sono conquistati, tweet dopo tweet, la libertà e l'hanno comunicato al mondo.

«Twitter è la mia città preferita», annuncia al mondo l'artista star cinese Ai Weiwei. *Time Magazine* ha accostato Jack Dorsey a Alexander Graham Bell, l'inventore del telefono. Tutte le star, oggi, imbeccano l'uccellino blu con fatti e notizie e aforismi. Ma la vera superstar è lui, il fondatore, Jack Dorsey. Mr. 140 caratteri. Così è nata l'idea di Twitter. Non una sillaba di troppo, nel Mare Magnum di informazioni online, immenso, impenetrabile. Con Twitter, invece, la comunicazione si è ridotta all'osso. E in parte ha riconquistato la sua efficacia.

Il primo tweet della storia ha la data del 21 marzo 2006, ore 12:50, ed è firmato Dorsey: «Just setting up my twttr». Dorsey prima di diventare miliardario, e potentissimo con la sua idea, era massaggiatore e stilista di jeans. Oggi, secondo i più, è il nuovo Steve Jobs. Dopo Twitter, nel 2009, la sua carica inventiva fa nascere *Squareup*,

Rivoluzione Twitter

Come è cambiata la «creatura» inventata da Jack Dorsey

Più azienda e meno salti nel vuoto, idee regimentate e uno staff di manager capitanato da Katie Stanton, la lady dell'economia globale. Così la Borsa ha trasformato l'uccellino Larry

«una rivoluzione negli acquisti» titolò allora il *New York Times*. Un sistema che permette di pagare senza carta di credito in piccoli esercizi commerciali, grazie all'iPhone. Oggi *Squareup* è stimato intorno ai 3,5 miliardi di dollari.

«La mattina sono da Twitter, il pomeriggio da Squareup», dice il boss. Dorsey è sempre stato un po' diverso, già da bambino. Racconta una stretta collaboratrice che lo conosce da quegli anni, come il teenager Dorsey visse in una stanza completamente tappezzata di carte topografiche. Poi è arrivato un collegamento radio con il quale il ragazzo si teneva aggiornato sugli eventi cittadini. Il nuovo cantiere inaugurato, l'ambulanza richiesta d'urgenza, il furto, l'inaugurazione. Il

suo modo di «riempire di vita» una città ridotta in scala 1:10 000. Una fissazione che in altre famiglie avrebbe richiesto l'intervento dello psicologo. Non in casa Dorsey.

Dopo Jack il massaggiatore e Jack lo stilista, c'è Jack il programmatore, in un'azienda che sviluppa Podcast. Gli affari vanno male. C'è bisogno di idee. Come a Newton, anche a Dorsey l'idea viene in un parco sotto un albero, con i pensieri immersi nei cinguettii. L'attimo lo ricorda così: «Ho immaginato quanto sarebbe stato bello trovare la possibilità di comunicare agli amici, in tempo reale, pensieri, attimi, impressioni. Proprio come quando, da bambino, ascoltavo la connessione radio che mi teneva aggiornato, dalla mia camera, su cosa succedeva là fuori, nel mare di micro eventi della città».

Comunicazione ovunque e in ogni momento. Da un concerto, o durante una rivoluzione, alla partita di baseball, o in viaggio. I giornali? Raccontano di ieri. La tv? Sta a casa. Sms e Facebook? Non sono pubblici. Ecco la forza di Twitter. Una buona idea naturalmente non basta. Oggi le invenzioni-rivoluzioni raramente sono apparecchi (come il telefono), piuttosto sono programmi, i cosiddetti protocolli. È un protocollo ad aver reso possibile il World Wide Web, o l'Email. Twitter è un'invenzione-protocollo allo stesso livello. Con

una differenza: non appartiene all'umanità, appartiene a un'azienda. C'è voluto un po' prima che gli investitori si accorgessero di lui, prima che Larry, l'uccellino blu, ipnotizzasse il mondo. Dorsey racconta volentieri, e c'è da credergli, quanto poco pensasse al profitto quando ha inventato Twitter. Chi ci pensava, e da subito, erano i collaboratori più stretti. Quelli che l'hanno accompagnato in quest'avventura dal giorno dell'albero pieno di uccellini. Le potenzialità immense della pubblicità su un mezzo come Twitter. I dati personali, altro affare gigantesco.

LA STORIA IN UN LIBRO

Un nuovo libro schizzato in cima alla classifica dei best seller Usa racconta proprio l'origine di Twitter. Le ombre. Le lotte. L'autore Nick Bilton, corrispondente economico del *New York Times*, ha setacciato sette anni di storia con precisione maniacale. Il risultato è *Twitter: A True Story of Money, Power, Friendship and Betrayal*, una storia di denaro, potere, amicizia e tradimento. (Portfolio Hardcover, 304 pagine). Si raccontano le lotte tra Jack Dorsey e i cofondatori Evan Williams e Biz Stone. Dorsey viene rimosso dalla carica di Ceo nel 2008, diventando così solo consigliere di amministrazione. Segue Williams, che va via nel 2010, sostituito da un esterno, Dick Costolo, ex comico, e poi manager di Google. Il contrasto perfetto. «Da quell'anno Twitter comincia a comportarsi finalmente come un'azienda degna di questo nome, con meno improvvisazione, seppur geniale, e più pianificazione», così Ben Horowitz, uno dei principali investitori di Twitter, e una leggenda della Silicon Valley. «Jack ha creato un prodotto magnifico, visionario, eccellente. Twitter però non era un'azienda eccellente». Il messaggio è chiaro. La stagione dell'improvvisazione geniale è finita con la quotazione in Borsa. I valori di Twitter oggi non potrebbero essere più diversi. Sogno e capitale, trasparenza e calcolo. Di qua gente come Dorsey, di là i manager. La missione di conciliare mondi apparentemente inconciliabili ora è affidata a Katie Stanton. Ex consigliera di Obama, una delle donne più potenti dell'economia globale. L'obiettivo? Trasformare ogni cittadino del mondo in un cinguettatore. Come dice Jack Dorsey: «Twitter è un sogno. Più comunicazione significa più empatia con gli altri abitanti di questo mondo. Più comunicazione concentrata e essenziale significa più efficacia». Provate a dargli torto.



Sopra l'uccellino «Larry» in versione artistica. Accanto la sede di Twitter a San Francisco, in Market Street. Tre piani di un palazzo storico in una zona della città «difficile». Ma la parola «normalità» è la più gettonata nell'azienda.