

# Già stanchi dei social?

## È in calo il tempo che trascorriamo su Facebook, Twitter e gli altri

Ci siamo già stufati? L'era del tagga e condividi si sta avviando sul viale del tramonto? Stiamo per (ri)alzare le teste dagli schermi degli smartphone per ricominciare a interagire solo *vis-à-vis*? Non esattamente, ma i recenti dati sull'utilizzo delle applicazioni raccontano qualcosa di interessante sulle nostre abitudini: siamo più orientati verso gli ambienti di dialogo rispetto a quelli di condivisione indiscriminata.

Secondo SimilarWeb, che prende in considerazione i dispositivi Android (84% del mercato nel primo trimestre 2016, Gartner), il tempo trascorso all'interno delle app di social networking è in calo. Parliamo sempre, ad esempio, della bellezza di 45 minuti e 48 secondi al giorno su Facebook, nel caso degli americani, nei primi tre mesi dell'anno. Ma vediamo la cifra scivolare dai 48,75 minuti dello stesso periodo del 2015. Nei nove Paesi analizzati (Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Spagna, Australia, India, Sudafrica, Brasile e Spagna), l'utilizzo della piattaforma da 1,6 miliardi di utenti è scivolato dell'8%.

Anche la novità più fresca, Snapchat, passa da 23,17 minuti a 18,72 minuti negli Usa e da 21,22 minuti a 16,12 in Francia. In una delle economie più ghiotte dal punto di vista del potenziale, nonostante la crisi, rimane però stabile: l'app gialla in Brasile è ancorata sopra gli 11 minuti e, soprattutto, può contare su una crescita delle installazioni.

Instagram deve fare i conti con la flessione più consistente (23,7%). In patria e in Sudafrica l'app di foto ha «ceduto» circa 10 minuti. E deve stare attenta all'India — zona alla quale la Silicon Valley guarda con cupidigia — dove i download sono scesi di più di 10 punti percentuali.

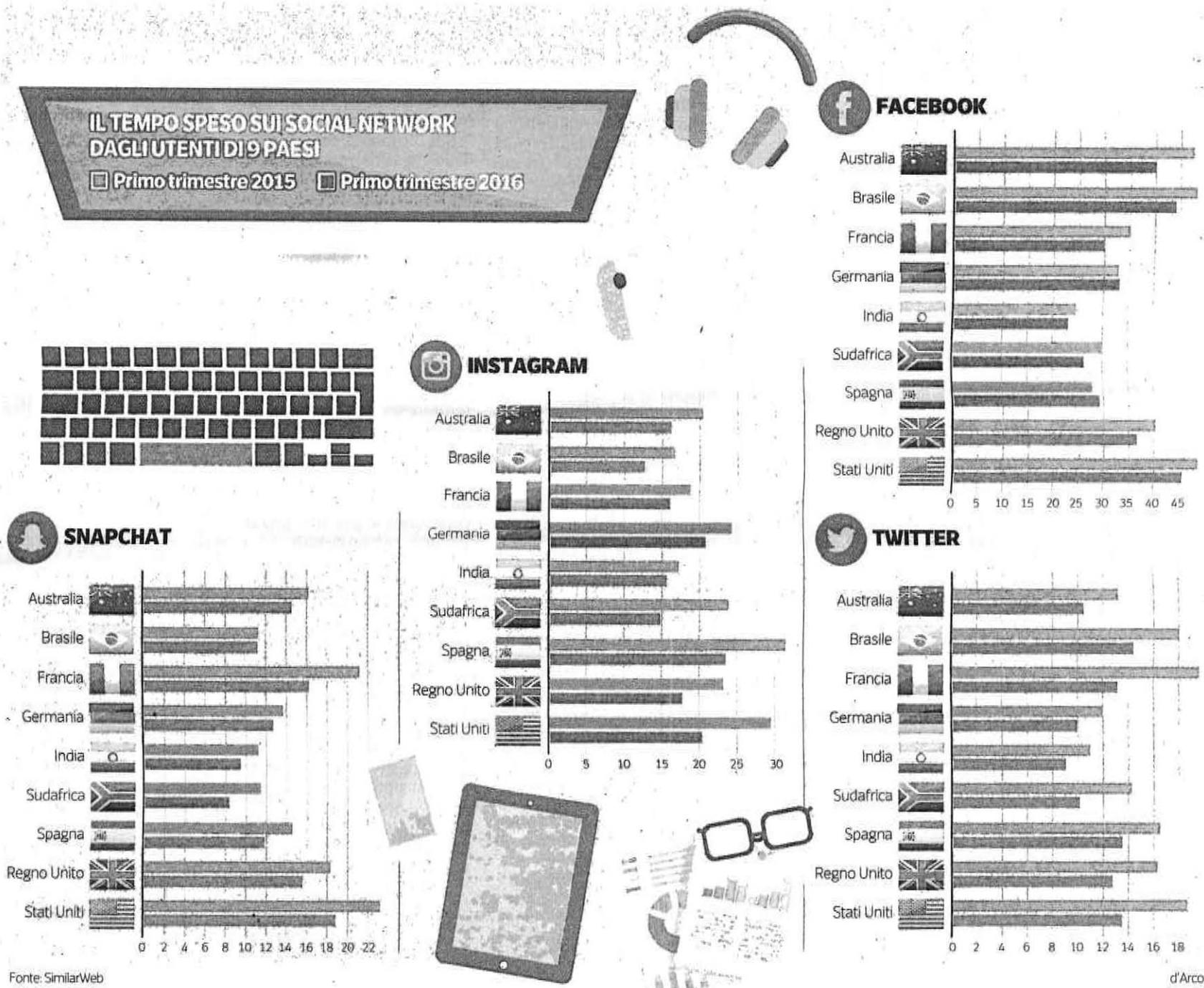
Twitter, oltre al grattacapo della crescita degli utenti, deve misurarsi con una disaffezione del 23,4%. La scure è ancora una volta francese, da 19,8 a 13,1 minuti, ma anche gli Stati Uniti perdono per strada 5 minuti. E l'India ridimensiona le installazioni di 13 punti percentuali.

A sfregarsi le mani, come detto, sono le app di messaggistica. Sia Facebook Messenger sia WhatsApp, entrambe parte del regno di Mark Zuckerberg, non mostrano battute d'arresto e continuano ad arrampicarsi in patria (+2% e dal 15 al 20% dei dispositivi). Senza dimenticare che Snapchat, che punta molto sugli scambi privati, conquista nuovi schermi non solo in Brasile ma anche in Germania, Spagna e India.

Si sta sviluppando, quindi, una modalità di condivisione più diretta e nata in modo specifico per gli schermi mobili.

**Martina Pennisi**  
@martinapennisi  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

**IL TEMPO SPESO SUI SOCIAL NETWORK DAGLI UTENTI DI 9 PAESI**  
 ■ Primo trimestre 2015 ■ Primo trimestre 2016



Fonte: SimilarWeb

d'Arco

### Il commento

## L'ipnosi è finita E adesso si inizia a usarli bene

di **Beppe Severgnini**

**A**i tempi di *Lascia o raddoppia?* (1955-1959), quanti guardavano il programma e quanti il televisore? Quanti erano affascinati dal messaggio (il quiz) e quanti dal mezzo (la scatola magica apparsa in salotto)? Può sembrare un modo insolito per commentare la mancata crescita dei principali social; ma la questione è tutta qui. Il periodo ipnotico è finito.

Facebook ha dodici anni, Twitter dieci, Instagram sei, Snapchat cinque. Stanno tra l'infanzia e l'adolescenza; ed è normale che, a un certo punto, si smetta di crescere vertiginosamente. Non è l'inizio della fine, è la fine dell'inizio. I social, ormai, fanno parte della nostra vita quotidiana. Non a caso, gli utenti aumentano. Prendiamo Facebook. Nell'ultima trimestrale (aprile 2016) ha annunciato d'aver raggiunto 1,69 miliardi di utenti attivi al mese (Monthly Active Users), +15% rispetto allo scorso anno; e 1,51 miliardi di utenti attivi al mese su mobile (Mobile Monthly Active Users), +21%. Nonostante le difficoltà, anche Twitter nell'ultima trimestrale ha riportato un aumento di Monthly Active Users: 310 milioni (+3% rispetto allo scorso anno). Il tempo trascorso

sull'app è diminuito? È un problema per i padroni di casa, come ha sottolineato il Reuters Institute for the Study of Journalism (*Journalism, media and technology pre-dictions 2016*). Facebook, come gli altri social, vuol tenerci più tempo sull'app, farci interagire e aumentare il cosiddetto *engagement* (che si può vendere ai pubblicitari). Ma, per noi utenti, ridurre quel tempo è normale. Anzi, salutare. L'uso bulimico è un segno d'entusiasmo e d'impazienza; poi ci si dà un ritmo, come per il sesso nel matrimonio. Non occorre essere specialisti — anzi, meglio non esserlo — per notare certe tendenze. Torniamo al principe dei social, Facebook. I ventenni lo usano, non ne abusano. Spesso, a eccedere, sono le mamme e i papà, che mostrano la foga dei neofiti.

Twitter? Chi non riesce a staccarsene, soffre di una nevrosi. C'è chi esagera con il tifo calcistico e l'amaro dopo i pasti; alcuni colleghi giornalisti eccedono con tweet e retweet (disintossicatevi, per il vostro bene). Qualcuno dirà: perché, allora, vediamo sempre più persone chine sui telefoni (in metro, al ristorante, sulle strisce pedonali)? Semplice: perché in rete non si limitano a controllare l'altrui esibizionismo su Facebook e a testare la propria arguzia su Twitter. Fanno molte altre cose: controllano la posta su Gmail, ascoltano musica su Spotify, cercano la strada con Google Maps, etc. È un progresso? Chissà. Certamente, è un'evoluzione.

(Ha collaborato Stefania Chiale)  
© RIPRODUZIONE RISERVATA