

Da sapere

L'azienda di Yiming vale più di Uber

Il fondatore

Zhang Yiming, di formazione ingegnere nel campo del software, ha lavorato per Kuxun e Microsoft prima di fondare la sua prima azienda, 99fang.com. Successivamente, ecco la svolta: nel 2012 ha dato vita alla ByteDance Ltd. Da allora la sua scalata fra i miliardari cinesi è stata inarrestabile. L'azienda vale 75 miliardi di dollari - ha superato Uber, per intenderci - ed è fra i social più popolari del momento. Yiming ha una fortuna personale stimata in 13 miliardi di dollari.

Alcune cifre

TikTok è disponibile in 150 Paesi ed è tradotto in 41 lingue diverse. Nel corso dell'ultimo anno è diventata l'app più scaricata al mondo superando Facebook, Twitter, Instagram e WhatsApp. La versione cinese della piattaforma si chiama Douyin e ha delle differenze importanti rispetto a quella «internazionale». Ad esempio, un utente registrato con un numero di telefono cinese non sarà in grado di vedere i contenuti del resto del mondo. TikTok e Douyin sono due entità completamente separate, anche se fanno parte della stessa casa madre ByteDance.

L'acquisizione



La svizzera Tugce Demir. ©TIKTOK

Nel 2017 ByteDance ha acquistato il social americano musical.ly (video e playback) per circa 750 milioni di dollari. Le autorità USA - tramite il Comitato sugli investimenti esteri negli Stati Uniti - hanno aperto un'inchiesta per minaccia alla sicurezza nazionale. Lo scorso 5 novembre si è tenuta un'audizione davanti al Senato alla quale nessun membro di ByteDance ha partecipato. Le preoccupazioni statunitensi riguardano principalmente l'acquisizione di dati: si sospetta infatti che l'azienda di Yiming rifornisca Pechino di interi database di clienti a stelle e strisce, in particolar modo militari. Inoltre, TikTok censurerebbe i contenuti non graditi al Governo cinese. Accuse che ByteDance respinge con forza, sostenendo a più riprese che i dati degli utenti non cinesi si trovano su server non cinesi e che le decisioni su cosa non mostrare agli utenti americani vengono prese in America.

Ecco chi sono le star più popolari al mondo

Scordatevi gli influencer. Su TikTok le star più popolari si chiamano Muser, una definizione traslata da Musical.ly. Ciò che accomuna questi personaggi molto popolari è la loro giovanissima età. La più seguita al mondo si chiama Loren Gray, ha 17 anni e ben 35 milioni di follower. Di professione, se così si può definire, fa la cantante e ha un contratto con una casa discografica. Dietro Gray ecco Baby Ariel (al secolo Ariel Rebecca Martin, 18 anni e 30 milioni di fan). Secondo Forbes è una delle stelle più influenti del mondo social. Il primo ragazzino della classifica è invece Jacob Sartorius, 17enne dell'Oklahoma (21,7 milioni di seguaci).

Svizzera e Ticino

Il fenomeno TikTok sta dilagando anche in Svizzera. La più seguita nel nostro Paese è una basilese di origini turche, Tugce Demir. Ha 22 anni e un nutrito stuolo di follower: 1,2 milioni. In Ticino una delle figure più in voga è invece quella di Giulia (alias «giucky»), 18enne di Breganzona: seguono il suo account 63 mila persone e vanta 2,2 milioni di like.

Stanno arrivando i politici

Sull'onda del clamoroso successo di TikTok, anche il mondo della politica ha fiutato il potenziale della piattaforma. Matteo Salvini, da anni assistito da un team di comunicazione social, ha preso la palla al balzo ed è stato il primo politico italiano ad iscriversi. Subito dopo (è storia di una decina di giorni fa) anche Giorgia Meloni - la leader di Fratelli d'Italia - è sbarcata su TikTok. Da notare che recentemente è diventato virale un montaggio sulla Meloni creato proprio grazie all'app e chiamato Genitore 1-Genitore 2.

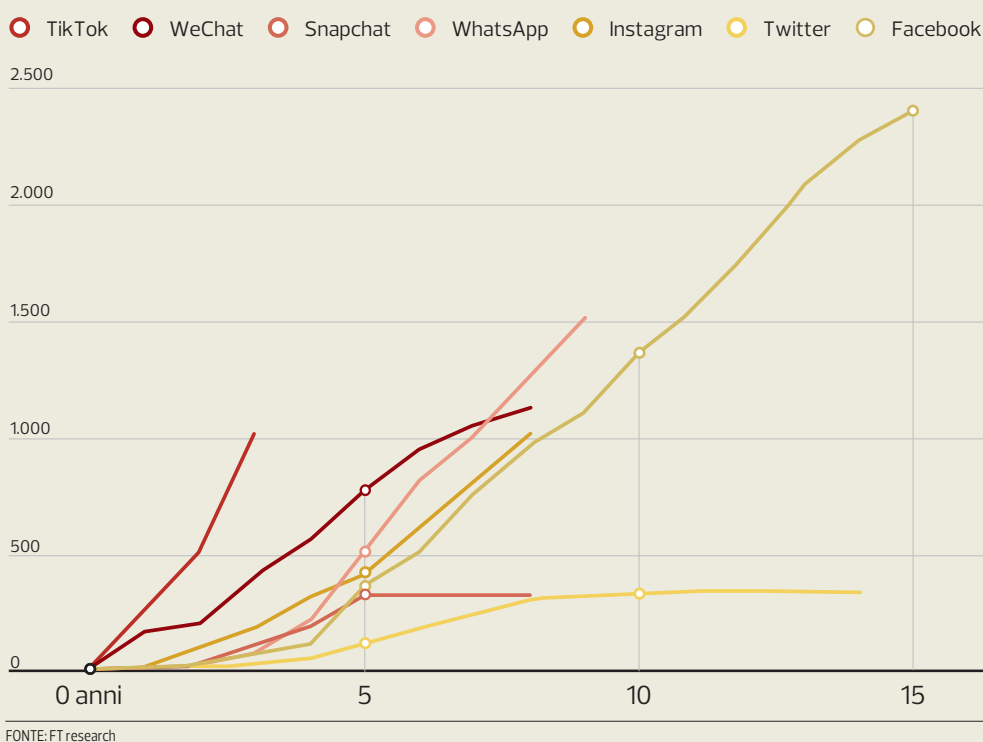
IL FATTO

Il fenomeno TikTok sta travolgendo il mondo dei ragazzi

TENDENZE / Il social media pensato per le nuove generazioni sta spopolando ovunque
Lorenzo Cantoni: «I giovanissimi vogliono differenziarsi rispetto alle piattaforme classiche»

TikTok ha raggiunto il miliardo di utilizzatori prima di qualsiasi altro social media

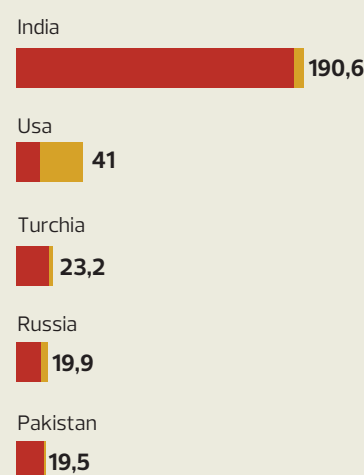
Utenti attivi mensili dal lancio dell'applicazione (in milioni)



Dove è stata scaricata TikTok

Numero di download dell'applicazione nel 2019 (dati in milioni per sistema operativo)

Android iOS



È stato scaricato da più di un miliardo di persone nel mondo, vale 75 miliardi di dollari e - in soli tre anni dalla sua creazione - ha già sbriciolato qualsiasi record di «precoçità», battendo colossi come Facebook, WhatsApp, Instagram e WeChat. Eppure, poche persone sanno cosa sia TikTok. Anzi, probabilmente non l'hanno mai sentito nominare. Questa particolare app è un social network che permette di condividere clip di 15 o 60 secondi abbinata a musica, effetti sonori e filtri, ha un montaggio e una «timeline» elementari. Risultato: piace ai giovanissimi, agli adolescenti. Ecco perché gli adulti non l'hanno ancora intercettata. Per capire meglio il fenomeno TikTok ci siamo rivolti a Lorenzo Cantoni, professore ordinario della Facoltà di scienze della comunicazione all'Università della svizzera italiana e grande esperto di tecnologie digitali.

Una crescita in tre motivi

TikTok è un successo. Enorme. I motivi? Per Cantoni, sono tre. «Si tratta di un fenomeno molto recente, e tuttora in corso, che richiede ancora molta ricerca per essere spiegato», commenta. «Penso comunque che si possano indicare almeno tre ragioni del suo successo. Anzitutto, la combinazione di video e di musica: il fenomeno delle «stories» sta cambiando anche la fruizione di Facebook e Instagram e segnala una predilezione delle nuove generazioni verso i video brevi. La possibilità di combinarli con la musica - quasi un ballare online - sembra essere vincente. In un contesto socio-economico sempre più incer-

to e «squilibrato» i video di TikTok presentano un'invidiabile «armonia» in cui i giovanissimi possono proiettare la propria identità e vedersi come desidererebbero essere. Il mondo dei social - come in generale le tecnologie della comunicazione - ha costantemente bisogno di novità: pensiamo per esempio al succedere di nuovi modelli di telefonini, alcuni decisamente innovativi, altri solo con modifiche minime. Dunque, accanto ai social media più consolidati, diverse altre piattaforme cercano il loro spazio. E TikTok sembra averlo trovato. Questa costante differenziazione è legata anche a dinamiche demografiche: le nuove generazioni cercano di differenziarsi o di smarcarsi rispetto alle precedenti.

Fra abitudine e voglia di novità

TikTok significa giovani. Adolescenti, soprattutto. Una tendenza, quella dell'abbassamento dell'età media, che spaventa colossi come Facebook. «Come dicevo prima, vi è senz'altro l'esigenza delle nuove generazioni di sentirsi «diverse» rispetto alle precedenti», commenta Cantoni. «Però dobbiamo tener presente che il pubblico dei social media non è solo giovane: chi ha cominciato a usare Facebook qualche anno fa continua a usarlo anche ora che è nonna o nonno. Il costo di cambiare abitudine e di passare a un'altra piattaforma è alto in termini di tempo, di abitudini e di «rete di amici». Spesso i giovani sono più disposti a pagarli, gli altri rimangono con le piattaforme precedenti. Viceversa, chi deve scegliere una piattaforma sceglie quella più

Le controversie

La censura cinese taglia i video scomodi

Il caso di Hong Kong

Il social TikTok è finito sotto accusa per aver censurato video delle proteste a Hong Kong. La casa madre cinese, ByteDance, oscurerebbe infatti ogni tipo di contenuto sensibile. «Quello della censura è un tema molto importante e grave, che ci chiede di essere molto attenti rispetto alle attività di censura online, molto estese in Cina e in altri Paesi», commenta Cantoni.

La guerra dei dati

Un altro aspetto controverso di TikTok riguarda i dati (vedi box a lato). Pechino, infatti, disporrebbe di interi database forniti da ByteDance. «I dati sono il nuovo oro, dopo quello nero, costituito dal petrolio», spiega il professor Cantoni. «La «guerra dei dati» è una realtà quotidiana, anche se certamente meno visibile di altri conflitti. Dobbiamo tener presente che il potere di alcuni colossi informatici è oggi paragonabile a quello di uno Stato, se non superiore. Ciò sfida la comunità internazionale a trovare soluzioni giuridiche nuove, capaci d'interpretare e governare questi fenomeni. Sul caso specifico che vede coinvolto TikTok non ho elementi per esprimermi».

«trendy» che assicura di incontrare più persone simili. Più «amiche/amici».

Si abbassa la qualità?

TikTok ha contenuti altamente frivoli, spesso demenziali. Eppure, il tema dell'abbassamento della qualità della Rete rispecchia la società. «Di contenuti banali e inutili è pieno Internet e i media in generale», prosegue Cantoni. «Direi che possiamo vedere i social media secondo tre dinamiche. Sono anzitutto un effetto di problemi sociali, ne sono poi anche concause. In terzo luogo, possono essere parte della soluzione. Prendiamo per esempio il problema dei legami sociali deboli o «liquidi». Il tipo di legame di «amicizia» o «sequela» proposto dai social media è un effetto di una società in cui i legami tendono a perdere forza, sono più brevi e meno intensi. Naturalmente i social media possono diventare, a loro volta, concause di un approccio ai legami piuttosto superficiale. Ma possono anche aiutare a mantenere legami in una società in cui le persone sono sempre più mobili e separate fisicamente le une dalle altre. In taluni casi aiutano infatti a non perdere i legami: pensiamo a famiglie i cui membri si siano allontanati (qualunque sia stata la ragione): a volte un gruppo WhatsApp o Facebook, o un account privato Instagram possono diventare uno dei pochi, se non l'unico fattore d'integrazione e coesione. Il mezzo per non perdere il legame. Lo stesso si può dire, per esempio, per gruppi culturali, che rimangono uniti anche nella diaspora grazie ai social media».

Pagina a cura di

Giona Carcano

Responsabile di redazione
Paolo Galli

E-mail
ilfatto@cdt.ch

Telefono
091 9603131