

HA FONDATO LINKEDIN. OGGI  
**Reid Hoffman** HA LASCIATO  
 PER DEDICARSI ALLA FAMIGLIA

# IL CICLO DEL 2.0

La longevità delle reti di social network  
 è diventato un tema di business

**LinkedIn** è un ufficio, ossia uno spazio pubblico all'interno del quale si interpreta un ruolo sociale definito, che determina aspettative da parte degli

altri. Gli utenti arrivano sul sito quando si affacciano sul mercato del lavoro e condividono il proprio curriculum. (Schede a cura di Davide Bennato)

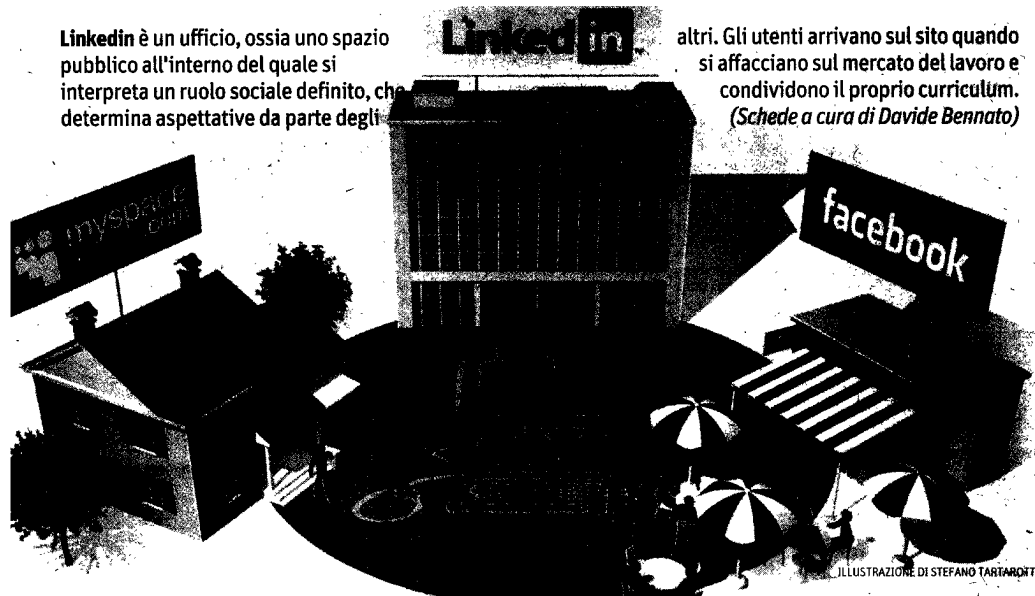


ILLUSTRAZIONE DI STEFANO TARTAROTTI

**MySpace** esprime la metafora di una cameretta, uno spazio individuale dove l'utente rappresenta se stesso attraverso le scelte estetiche e la condivisione di consumi, come la musica, che sono fortemente legati all'emozionalità. Il sito attira soprattutto giovani e giovanissimi. La società, di proprietà di News Corp., sta perdendo terreno a favore di Facebook, tanto che sono in corso pesanti tagli al personale.

**Facebook** può essere immaginato come un caffè, uno spazio pubblico in cui l'accesso è circoscritto a gruppi più o meno ampi di persone. In questo spazio, l'utente condivide la propria rete sociale. La società finanziata per oltre 700 milioni di dollari e partecipata - tra gli altri - anche da Microsoft, non ha ancora raggiunto la profittabilità e sta cercando un modello di business sostenibile.

DI **NICOLA MATTINA**

**U**na delle cose che colpisce di più dei siti di social networking è la velocità con cui si affermano e cadono in declino, tanto che è legittimo chiedersi se esistano degli indicatori che aiutino a valutarne la "speranza di vita". Alcune piattaforme, infatti, sembrano essere più longeve e resistenti ai cambiamenti di altre: LinkedIn e MySpace, per esempio, sono nate entrambe a metà del 2003. Eppure, mentre LinkedIn continua a crescere e

affermarsi, tanto che a intervalli regolari si parla di una sua quotazione in borsa, MySpace ha recentemente annunciato che sta per licenziare un quarto dei dipendenti. Analogamente, i siti che hanno aperto la strada alle reti sociali online, come Friendster, sono ormai sconosciuti ai più, mentre Facebook e Twitter continuano la loro inarrestabile ascesa.

La questione della longevità dei siti di social networking non è di secondaria importanza, giacché un'azienda che viene valutata ci-

fre che superano il miliardo di dollari dovrebbe dimostrare non solo



di poter produrre un fatturato compatibile con la scommessa che stanno facendo i venture capital, ma anche di avere un modello sostenibile nel tempo.

Il tema della longevità può essere affrontato da molti punti di vista, tra cui quello dell'analisi sociologica. Danah Boyd, social media researcher di Microsoft, sostiene che un sito di social networking è tale quando gli utenti possono: a) costruire un profilo pubblico e semi-pubblico attraverso cui instaurare relazioni; b) usare la piattaforma per articolare liste di contatti con cui condividere una connessione; c) condividere con altri i propri personali contatti. Queste sono le funzionalità di base di una qualsiasi piattaforma di social networking, ma non bastano: infatti, ciò che distingue una piattaforma dall'altra è la dimensione metaforica.

La metafora fondamentale che giustifica l'esistenza di un sito di social networking è quella di luogo, ossia di uno spazio in cui le persone possono incontrarsi e le cui peculiarità modellano le strategie di relazione sociale tra gli individui. Ogni sito di social networking esprime un particolare tipo di metafora che rimanda a degli specifici spazi sociali: queste caratteristiche aiutano gli utenti a orientarsi all'interno delle numerose possibilità di comunicazione che le piattaforme mettono a disposizione, riuscendo così a guidare nell'uso delle diverse appli-

cazioni (chat, mail interna, messaggistica istantanea e via dicendo).

In questo contesto, la metafora diventa un elemento che aiuta ad analizzare la stabilità di un social network rispetto al tempo. Infatti, come sostiene Davide Bennato dell'Università di Catania: «Nel corso della nostra vita, viviamo gli spazi fisici come spazi sociali con determinate caratteristiche. Per esempio, la cameretta è uno spazio in cui l'adolescente costruisce la propria identità, l'ufficio è uno spazio sociale in cui si perfezionano gli elementi relativi all'identità lavorativa e professionale, mentre il caffè è uno spazio sociale in cui costruire e gestire relazioni lungo tutto l'arco della nostra vita».

Immaginando MySpace come una cameretta, si può sostenere che i limiti di questa metafora permettono di comprendere, almeno in parte, perché il sito non riesce più a far crescere e fidelizzare i propri utenti. Allo stesso tempo, appare più prevedibile la decisa accelerazione nella diffusione del caffè Facebook tra le fasce di età superiori ai 35 anni nonché la stabilità dell'ufficio LinkedIn, che sembra essere il social network di gran lunga più promettente in termini di continuità di business.

© RIPRODUZIONE RISERVATA