

## Conferenza stampa E-Economy del 13 settembre 2010

### Fact sheet SOCIAL NETWORK

Le reti sociali in ambito informatico (*social network*) sono comunità virtuali o piattaforme internet come FACEBOOK, XING, YOUTUBE o TWITTER che ospitano comunità virtuali. Quando si tratta di reti in cui gli utenti producono materiale autonomamente (*contenuto generato dagli utenti*), vengono anche definite “social media”. Nel linguaggio comune, le reti sociali rappresentano un tipo di comunità virtuale supportata a livello tecnico da applicazioni *Web 2.0* o da portali. In inglese esiste il termine specifico *social network service*, a cui corrispondono i termini italiani *servizio di social network* o *servizio di rete sociale*, relativamente poco utilizzati.

Di solito i portali web offrono agli utenti le seguenti funzionalità: un *profilo personale*, con diverse impostazioni di visibilità per i membri della comunità virtuale e per il pubblico della rete, una *lista dei contatti* o *rubrica* con cui è possibile gestire le connessioni con altri membri della community (amici, conoscenti, colleghi etc.) come l’importazione di dati dal proprio account di posta elettronica o da altri portali, lo scambio di *messaggi* (singoli o collettivi) con altri membri, l’invio e la ricezione di *notifiche di vari eventi* (modifiche del profilo, caricamento di foto, video, critiche, avvisi etc.), un *blog* e la *ricerca*. Si tratta di funzioni applicate anche nel cosiddetto CSCW (**Computer Supported Cooperative Work** - lavoro cooperativo assistito dal computer), ma in questo caso raggiungono gruppi di utenti potenziali estesi e distribuiti su vari livelli (mondiale, nazionale, regionale, cittadino).

Tipica dei social network è l’interazione degli utenti con conoscenti e amici (*many to many*) che li rende allo stesso tempo produttori e consumatori (*prosumers*) dei contenuti di tali network. Così, ad esempio, sempre più partiti e personaggi politici mirano a creare simili gruppi di utenti per formare nuclei di aggregazione e di sviluppo di un’opinione politica, disposti a lanciare e sostenere le iniziative dei propri beniamini.

I social media vengono sempre più utilizzati per la comunicazione aziendale (*public relations*), per la pubblicità, come canali di vendita di beni e servizi nonché per il reclutamento di personale, in quanto garantiscono aumenti dell’efficienza e un effetto moltiplicatore legato alla rete; tuttavia vengono impiegati anche dalla pubblica amministrazione con l’obiettivo di avvicinarsi ai cittadini, coinvolgerli e interagire con loro. Alcuni progetti pilota effettuati all’estero mostrano che, grazie ai social network, è possibile raggiungere in modo molto più efficiente e meno costoso gruppi di utenti finora poco interattivi con l’amministrazione nonché altre cerchie di persone interessate.

Al momento FACEBOOK, con i suoi oltre 500 milioni di utenti, è indubbiamente il social media più diffuso nel mondo. In Svizzera alla fine del 2009 gli iscritti erano circa 1,8 milioni e ad aprile 2010 già più di 2 milioni ovvero oltre un quarto della popolazione. La Svizzera partecipa dunque molto attivamente a questa evoluzione, che è appena cominciata e produrrà enormi cambiamenti economici e sociali.

FACEBOOK e gli altri portali aspirano a introdurre nelle loro piattaforme, con un potenziale di centinaia di milioni di utenti in tutto il mondo (che tendono a loro volta a raggrupparsi in base ai loro interessi), servizi a scopi commerciali come lo scambio di informazioni, merci e servizi. In questo modo però nascono nuovi pericoli come la *sostituzione di settori economici e delle loro prestazioni*, il potenziale sviluppo di un’*economia sommersa*, *l’abuso di dati personali* ecc.

La sfida per il nostro Paese, per la sua economia e per la popolazione consiste nel riuscire a cogliere e sfruttare le opportunità e il potenziale legati alle varie possibilità di utilizzo dei *social media* e dei *social network* con l’obiettivo di aprire nuovi circuiti di commercializzazione e rimanere così competitivo a livello internazionale. Tuttavia, è altrettanto importante riconoscere i rischi, assumersi le proprie responsabilità e proteggere la popolazione da attività criminali come il commercio illegale o la pedopornografia.