

BLOG E SOCIAL NETWORK IN AZIENDA: RISORSA O PERDITA DI TEMPO?

Il 17 novembre scorso, in prima mattinata, le principali agenzie di stampa battono la notizia: le aziende dichiarano guerra a Facebook, il più amato social network degli italiani. Prime fra tutte Poste Italiane, ma anche la Provincia di Milano: molte imprese o enti pubblici, attraverso i propri firewall, hanno bloccato l'accesso dei dipendenti a numerosi siti di social networking. Il motivo? Distrae, deconcentra, in pratica fa perdere tempo.

Non esiste ad oggi un dato concreto e affidabile che indichi quanti sono gli utenti italiani che si collegano a siti di social networking o a blog di varia natura (sia personali che di tipo business): quello che è certo è che Facebook, il network sociale più diffuso in Italia, ha raggiunto quota 4 milioni di utenti, ma è comunque in rapida ascesa.

In Gran Bretagna, secondo quanto riporta Business Week, due aziende su tre bloccano l'accesso ai siti di social networking, mentre negli Stati Uniti siamo al 50%. Il primato spetta alle autorità della provincia dell'Ontario, in Canada, che a marzo 2007 bloccano l'accesso a Facebook perché "brucia il tempo del lavoro".

Esiste anche il rovescio della medaglia: alcune aziende (ma al momento sono la minoranza) vedono nei blog e nei siti di social networking una grande risorsa, se bene utilizzata. Una fonte di formazione professionale, di idee e stimoli che migliorano la produttività aziendale. Come nel caso della FIAT, che sta facendo larghissimo uso di tutti gli strumenti di conversazione per il lancio di nuovi modelli (dalla 500 alla Punto passando per la Bravo) e che all'interno del proprio dipartimento marketing incoraggia il dialogo online.

Dove sta la verità? Nel corso del tempo quelli che oggi sono novità tecnologiche diventeranno prassi consolidate. I primi motori di ricerca o le mail spaventarono le aziende e le amministrazioni pubbliche esattamente come oggi stanno facendo Facebook & Co., ma nessuna impresa oggi pensa di vietare l'utilizzo di Google per la ricerca di informazioni in rete.

La moderazione, nell'analisi di questi strumenti, resta la prospettiva migliore: Facebook, insieme al blog, è un nuovo strumento per comunicare. In una fase iniziale, l'entusiasmo dei nuovi utenti porta inevitabilmente al sovradosaggio (il che implica un notevole dispendio di energie e di tempo), ma quando il fenomeno maturerà, sarà altrettanto fisiologico il calo degli utenti attivi, così come è successo per i blog, dove a fronte di un numero incalcolabile di nuovi blog creati negli ultimi anni, si è assistito ad un calo dei blogger attivi.

Come in ogni caso, è necessario dunque il buonsenso: non bisogna però dimenticare che viviamo in un mondo in cui siamo connessi alla rete sempre più spesso e le possibili

cause di distrazione durante l'orario di lavoro aumentano, abbinandosi alle tradizionali pausa caffè o sigaretta.

Il processo è però inevitabile: Windows Live si è da pochi giorni aggiornato in "versione social network" e da gennaio 2009 la nuova piattaforma sarà disponibile per tutti (oggi solo in versione beta).

Alle imprese e alle amministrazioni pubbliche spetterà dunque un'altra scelta: permettere la conversazione o vietarla?

Federico Lucchini – Docente Senior CTC