

ARCHIVI

////////////////////

Come fare di Facebook un efficace strumento di lavoro

 Facebook, privacy, social network  Gianluigi Bonanomi

In mancanza di lavoro, sono in molti che provano a inventarselo **avviando una nuova attività**, sviluppando insieme progetti su Internet, aprendo blog. Che si tratti di una piccola azienda o di un'attività di altro genere, spesso si può contare solo sulle proprie

forze. Perché allora non utilizzare tutti gli strumenti che la Rete mette a disposizione per **valorizzare il proprio lavoro**? Per farlo conoscere tramite condivisione, la prima cosa che viene in mente è aprire una pagina su Facebook oppure utilizzare allo stesso scopo la propria pagina personale coinvolgendo così gli amici virtuali. Serve? Non serve? Di certo, se usato male, questo strumento non porta a risultati di rilievo e, anzi, può creare dei fastidi. Ne abbiamo parlato con **Gianluigi Bonanomi**, giornalista hi-tech, autore, docente e consulente aziendale, esperto di informatica e comunicazione su social network.

↳ Quali sono i principali errori che si fanno in questi casi?

Se si è titolari di un'azienda, la cosa più sbagliata da fare è utilizzare il profilo personale come fosse la pagina aziendale quando invece esistono sul social degli **spazi appositi**. Primo perché usando il proprio wall come diario/pagina aziendale si rischia di superare i limiti di contatto (non più di 5.000) della pagina personale. Secondo perché è assurdo che un'azienda obblighi un potenziale cliente a chiedere l'amicizia invece che fargli seguire i contenuti su una pagina preposta. Se tu sei titolare di una pmi che vende alimenti biologici, puoi lanciare i nuovi prodotti sul tuo wall ma devi tener presente che chi segue la tua attività, una volta connesso, si troverà a leggere i tuoi post di carattere personale.

↳ Supponiamo allora che io decida di aprire una nuova pagina

Un altro errore comune è aprire una pagina dedicata e gestirla senza criterio perché “tanto è gratis”. Il che significa pubblicare contenuti quando capita, a caso, senza una logica quando invece è sempre necessario che dietro la selezione e pubblicazione dei post ci sia sempre **una sorta di piano editoriale**. Non si può improvvisare. Quello che fanno gli specialisti in social media è semplicemente pianificare giorno per giorno il tipo di contenuti da valorizzare in modo da evitare le ripetizioni e le incongruenze. La capacità di veicolare bene i contenuti è importante quanto la creazione dei contenuti stessi.

↳ Il layout della pagina è predefinito. Questo non rappresenta un limite?

Si ma anche nei limiti concessi è possibile personalizzare la pagina, piegando il layout alle proprie esigenze di comunicazione. Per esempio scegliendo con cura l'immagine di copertina, che fa già molto. Usando la giusta foto per il profilo, di solito il logo dell'azienda. Pubblicando immagini che trasmettano la mission della propria attività. Creando delle geolocalizzazioni ad hoc, come la sede societaria o degli eventi che organizza.

↳ Si può fare interagire Facebook con altri strumenti?

Invece che qualcosa di isolato e onnicomprensivo preferisco pensare a Facebook come una **cassa di risonanza** per contenuti che si trovano altrove. Se fossi un'azienda userei un blog come serbatoio dei miei contenuti per poi veicarli sui più social network. Userei un canale you tube per fare del **marketing virale** con i video e farli poi rimbalzare su altri canali. Pubblicare direttamente su Facebook può essere penalizzante anche se la pagina è gestita con coerenza. E a volte non serve nemmeno aprirne una.

↳ In quali casi?

Se io gestissi un'associazione di volontariato e avessi bisogno di parlare solo agli iscritti o di veicolare solo informazioni relative alle nostre riunioni e iniziative, non aprirei una pagina vetrina né pubblicherei sul wall personale bensì userei i **gruppi**, uno strumento che consente di creare circoli di persone aperti o chiusi, a seconda del tipo di attività e del livello di visibilità cercata. Ne secondo caso tutto passa al vaglio dell'amministratore e si ha un maggior controllo delle operazioni.

A difesa della privacy e contro la disinformazione

📌 Facebook, privacy, social network 👤 Gianluigi Bonanomi

L'uso facile e intuitivo di un social network come **Facebook** può indurci a compiere azioni in completa buona fede, azioni che possono avere spiacevoli e inaspettate conseguenze: dal **furto di dati personali, di soldi, d'identità** all'uso scorretto delle immagini proprie e altrui con sgradevoli ripercussioni sui rapporti personali, dalla **diffusione di virus** alla condivisione di bufale. «Per capire la questione della **privacy**, propria e degli altri utenti, bisogna fare una premessa: non esistono contenuti transitori su Facebook perché tanti sono i modi per recuperarli – spiega **Gianluigi Bonanomi**, giornalista hi-tech, autore, docente e consulente aziendale, esperto di informatica e comunicazione su social network – non si contano i casi di gente che ha postato una foto che non avrebbe dovuto postare, togliendola dopo pochi minuti ma ormai il danno era fatto. **Basta un like** per far sì che la foto venga replicata e salvata sui server in altre posizioni. E a quel punto nulla si può più fare.

Esempi: io scrivo a un amico che non posso partecipare alla festa cui mi ha invitato perché devo studiare e poi lui a una certa ora vede apparire su Facebook una foto dove

sono taggato in un'altra festa; non mi presento al lavoro per malattia e appare una mia foto in spiaggia con gli amici; sono fidanzato e ho un flirt in vacanza ed ecco apparire un servizio fotografico che mi immortalava in pose inequivocabili. Non c'è malafede ma i rapporti personali e di lavoro risentono molto di queste cose»

↳ Come si evitano queste situazioni spiacevoli?

Con una gestione più consapevole dei **TAG**. La netiquette consiglia di non taggare nessuno che potrebbe essere **contrario o messo in difficoltà** dalla cosa ma non è sempre possibile prevederne le conseguenze. Bisognerebbe chiedere sempre il permesso alla persona che vogliamo taggare: non sempre, però, chi tagga prima si fa le domande giuste o si pone il problema. La soluzione più rapida ed efficace è bloccare la propria pagina personale con **un filtro** che Facebook mette a disposizione: nelle impostazioni di privacy c'è la possibilità di dire “nessuno può scrivere sul mio wall, pubblicare foto o contenuti, taggarmi a meno che io non dia la mia autorizzazione”.

↳ Come fare per salvaguardare la propria privacy?

Se non si cercano problemi, ci sono dei **dati sensibili** che sarebbe meglio non rendere pubblici sulla propria bacheca Facebook come invece fa il 40% degli utenti. C'è gente

che è arrivata a pubblicare la foto della propria carta di credito appena ricevuta con i numeri ben visibili, ma basta farsi un **selfie** davanti alla porta di casa con la **geolocalizzazione** mentre si sta partendo per le vacanze scrivendo che si starà via per due settimane per esporsi ai furti, di denaro in questo caso.

Pochi fanno la sciocchezza di rendere visibile il proprio numero di cellulare. Molto comune è invece l'abitudine di pubblicare **luogo e data di nascita**: lo sconsiglio perché da questi dati si può risalire al codice fiscale.

Chiunque riuscisse potrebbe chiamare, per esempio, l'assistenza di Amazon o altri siti usando questi dati per recuperare una presunta password persa e fare acquisti. Il rischio è il **furto d'identità** che ad oggi colpisce mediamente **l'un per cento degli utenti**; sembra niente ma l'un per cento di 1,3 miliardi di persone secondo me è tanto. In Italia poi il 15,3% degli italiani ha subito una **violazione del proprio account**. In questi casi si usa una pagina per bloccare immediatamente il proprio profilo: www.facebook.com/hacked Un'altra scelta rischiosa è usare nel proprio nickname il **nome da nubile della madre** che di solito è una delle domande di sicurezza per recuperare la password della posta elettronica.

Sono contrario, infine, alla pubblicazione di **foto dei propri figli**. Primo, perché tramite le condivisioni e i like non sai mai dove andranno a finire e puoi perderne il controllo.

Secondo, perché finché la foto è sul sito appartiene a Facebook che, paradossalmente, potrebbe usarla per fare pubblicità. Terzo, ma non meno importante, per una questione di rispetto per una persona che ora è una simpatica piccola con le dita nel naso o sporca di pappa fino al collo ma che poi sarà un adulto a sua volta su Facebook, che magari non avrà piacere di comparire in pose o situazioni ridicole.

↳ Come essere certi dei contenuti che condividiamo?

Vale il principio della massima prudenza anche perché non si pensa abbastanza al fatto che su Facebook si possono prendere dei virus il più delle volte veicolati inconsapevolmente da qualcuno che condivide **link malevoli** sulla propria bacheca, link che possono creare problemi a chi li condivide ulteriormente o anche solo li apre.

↳ E per quanto riguarda le bufale o le notizie di dubbia provenienza?

In questo caso non ci sono regole: sta alla all'intelligenza, allo scrupolo e alla cultura del singolo verificare le notizie. Non possiamo chiedere a tutti di fare un controllo delle fonti ma io suggerisco sempre di fare un giro e mettere un bel like su una delle **pagine che raccolgono le bufale**. Ci sono molti servizi intelligenti di questo tipo, per esempio "bufale su Facebook", che raccolgono i contenuti da non condividere. In Italia esiste un

grosso smascheratore di bufale che si chiama Paolo Attivissimo che con il suo blog “il disinformatico” si occupa di svelare le notizie false. La maggior parte degli utenti cerca conferme su “google” ma può essere utile sapere che esistono questi servizi e, nel dubbio, darci un occhio.

A volte non è necessario fare chissà quale indagine sulle fonti per capire la validità di un articolo che si vorrebbe condividere in bacheca: **basterebbe leggerlo fino in fondo**. Studi recenti rivelano che la maggior parte della gente condivide contenuti di cui legge per lo più titolo, sottotitolo e parte introduttiva. Lo fa perché dietro la **condivisione** c'è un meccanismo psicologico preciso: vogliamo farci belli con le cose scritte da altri, **aumentare la nostra immagine e autostima**, mostrare che siamo acculturati e ci interessiamo a temi e battaglie importanti; ma vogliamo farlo senza perdere tempo e senza fare fatica.

Così rischiamo di condividere in modo superficiale perché non possiamo stare dietro a tutti gli input che ci arrivano. Alla fine siamo tutti esperti di dieta anti-cancro e questioni mediorientali senza averne capito un granché e **contribuiamo a diffondere informazioni di scarso valore**. Meglio condividere un post o un articolo di meno e imparare col tempo a riconoscere l'affidabilità delle fonti.

Usiamo Facebook in modo etico e intelligente

📌 Facebook, privacy, social network 👤 Gianluigi Bonanomi

Fra le molte vetrine che la tecnologia mette oggi a disposizione di tutti **Facebook** è una delle più efficaci. E non a caso è usata per dare il massimo rilievo possibile a contenuti, eventi, attività professionali o semplici stati d'animo. Questo strumento funziona, però, solo se usato **in modo intelligente** e ragionato.

Abbiamo fatto una chiacchierata su questo tema con **Gianluigi Bonanomi**, giornalista hi-tech, autore, docente e consulente aziendale, esperto di informatica e comunicazione sui **social network**, responsabile della collana “Fai da tech” di Ledizioni. Il prossimo titolo, in uscita a settembre, è proprio dedicato ai social network, Facebook in particolare: «Esistono già molti testi su come usarlo – spiega l'autore – così ho deciso di scrivere “Non mi piace” un contro-manuale su tutto quello che non va fatto su Facebook. Ho raccolto 101 errori comuni che la gente fa on-line, me compreso.

↳ Ha senso parlare di un uso etico e intelligente di Facebook?

Penso sia importante ricordare che il problema non è del mezzo tecnologico ma di chi lo usa. Non ha senso demonizzare Facebook perché travia i bambini, rende gli adulti dipendenti, ruba i dati personali e rovina la reputazione di una persona tramite condivisione di quello che la stessa pubblica in bacheca. Non è il social che ti ruba i dati, sei tu che te li fai rubare. Non siamo mai abbastanza **consapevoli** di quanto può comprometterci tutto quello che scriviamo e condividiamo sul nostro wall.

↳ Può fare qualche esempio?

Occupandomi di corsi sulla **ricerca di lavoro** on-line, mi sono reso conto che tantissimi candidati si presentano con un curriculum perfetto ma non curano il proprio profilo sui social. Ne sono screditati perché il selezionatore **tre volte su quattro** cerca informazioni on-line e finisce sulla loro pagina Facebook dove può trovare magari contenuti sciatti, veicolati male o troppo personali, o la classica foto con il bicchiere di birra in mano e la mutanda calata. Oppure capita che i dipendenti di un'azienda con un certo orientamento pubblichino cose che vanno in direzione opposta: questo può crear loro e all'azienda stessa dei problemi. Non è vietato riempirsi la bacheca di video demenziali, post politicamente scorretti, denunce di complotto o notizie che suonano come bufale ma chi

legge si fa sempre un'idea.

↳ **Non basta limitarne la visione agli amici più stretti?**

Su questo io ho una posizione personale: credo che ci siano dei contenuti che non dovrebbero mai finire su un social network, quelli che innanzi tutto possono disturbare i tuoi contatti ma che soprattutto sono all'origine dei **flame on-line**: questioni religiose e politiche che spesso portano a litigate senza controllo e rispetto. Se pubblichiamo e condividiamo un post personale o dal tema delicato abbiamo l'accortezza di renderlo visibile a una **cerchia ancora più ristretta** di quella degli amici. Creiamola, diamole un nome, per esempio "conflitto a Gaza" e diciamo a Facebook che solo i suoi membri possono vedere certi post. E che loro eventuali like o condivisioni non devono essere viste dai loro amici.

↳ **Esprimere un'opinione forte può metterci nei guai con la legge?**

Quando si parla male di qualcuno sulla propria bacheca rovinandone la reputazione, cosa che non è gentile né etica, si configura il reato di **diffamazione**. È grave ma anche molto comune. Quando si insulta pubblicamente qualcuno, non è come quando lo si fa su un organo di stampa ma nel caso di Facebook c'è l'aggravante della **viralità dei contenuti** sui social network.

Usiamo Facebook in modo etico e intelligente

Un social network per creare insieme un mondo sostenibile

AGENDA

🕒 28/07 Milano

Concorso di idee per la mobilità sostenibile

Castello Sforzesco - Piazza Castello

[dettagli](#)

🕒 10/10 Milano

Milano ospita il Forum della società civile Asia-Europa

Fabbrica del Vapore - via Procaccini 4

[dettagli](#)

partecipa al contest!

dal 19 maggio al 31 agosto



il respiro della terra

Chi siamo Partner Contattaci

Policy

© 2013 - 2014 Ecoista | P.I. 04453580963