Facebook, addio ai ‘Mi Piace’ delle pagine

Ha le ore contate uno dei simboli di **facebook**: il ‘Mi piace’ alle pagine, non al profilo degli utenti.

“Stiamo rimuovendo i ‘Mi piace’ e concentrandoci sui follower per semplificare il modo in cui le persone si connettono alle loro pagine preferite. A differenza dei ‘Mi piace’, i follower di una pagina rappresentano le persone che possono ricevere aggiornamenti dalle pagine, il che aiuta a dare ai personaggi pubblici un’indicazione più forte della loro fan base”. Con questa motivazione Facebook ha annunciato l’addio al Like delle pagine.

Il Like odiato dal suo creatore

Quel Like odiato poi anche al suo creatore: **Justin Rosenstein**, che, nel documentario ***The Social Dilemma***, rivela: *“noi avrei mai immaginato che avrebbe causato polarizzazione e negli adolescenti depressione, perché ricevono pochi Like”.*

Il ‘Mi piace’ detestato poi anche dall’ex vicepresidente di facebook per la crescita degli utenti, **Chamath Palihapitiya**, che nel 2017, ha ammesso: “*mi sento tremendamente in colpa per aver creato dei tool che stanno distruggendo il tessuto sociale”,* e il riferimento è ai Like e ai cuoricini che imperversano sul social network. *“Questi strumenti, guidati dalla dopamina, fanno vivere 2 miliardi di utenti in un modo*

della perfezione, perché ricompensati con reaction a breve termine, cuori, mi piace, pollici in su, che in realtà confondono ciò che conta davvero, confondono la realtà e la verità”, ha detto Palihapitiya durante un’intervista rilasciata davanti agli studenti della Graduate School of Business di Stanford.

L’intervista ad Andrea Boscaro

Sull’addio dei ‘Mi piace’ alle pagine di Facebook abbiamo chiesto un commento ad **Andrea Boscaro**, formatore legato ai temi dell’e-business, dei social media e dell’editoria digitale.

Key4biz. ***Come commenta l’annuncio di Facebook?***

Andrea Boscaro. Penso che sia un atto di semplificazione rispetto alla duplicazione che, nel tempo, si era venuta a produrre fra la funzione “segui” e la funzione “mi piace”: sia sul piano del significato che sul piano della corretta scelta delle metriche da seguire (follower, non fan), è un chiarimento corretto che Facebook fa bene ad introdurre.

Key4biz. ***Perché lo fa, realmente?***

Andrea Boscaro. Per dare una risposta ad un problema reale: la decrescente propensione, da parte degli utenti, a seguire soggetti che non siano gli amici e le celebrities. Tornare a dare uno strumento per i brand per coinvolgere non solo i “fan”, ma anche le persone interessate a seguirne il crescente impegno a produrre contenuti è un intento capace di determinare una situazione win-win sia per il social network che per le aziende dato che queste ultime rappresentano i veri “clienti” dell’azienda di M**ark Zuckerberg**.

Key4biz. ***Gli amministratori delle pagine come la prenderanno?***

Andrea Boscaro. Gli amministratori più accorti avevano già cominciato a tenere sotto controllo la discrepanza fra fan e

follower e a tenere d'occhio soprattutto questa seconda metrica. Per gli altri è un'occasione per comprenderne la differenza e l'impatto su ciò che conta davvero, la reach dei post e le successive azioni che possono essere sollecitate da Facebook.

Key4biz. ***"Contano" di più i "mi piace" o i follower?***

> ***Andrea Boscaro.*** *La visibilità di un contenuto è funzione dell'algoritmo di Facebook che parte dai follower ovvero da coloro che si sono dichiarati disponibili a ricevere i contenuti della Pagina (e non ne hanno nascosto gli aggiornamenti), per cui è evidente che contino di più i secondi anche se, come sappiano, in alcuni casi, come i leader politici, i follower possono essere anche detrattori delle posizioni politiche del soggetto che si esprime, ma che – forse inconsapevolmente – commentandone i post ne accrescono la visibilità.*

Key4biz. ***È un'iniziativa che ha un effetto sull'ansia di Like, soprattutto, sugli adolescenti oppure no, perché loro non sono su Facebook e non gestiscono pagine?***

Andrea Boscaro. Mi sembra un semplice allineamento con ciò che avviene su altre piattaforme come **Instagram** dove vi sono solo i follower. Dopodiché, gli adolescenti su Facebook – almeno nel nostro mercato – sono un pubblico ormai raro.

Key4biz. ***Infine, come commenta la dichiarazione, nel 2017, dell'ex vicepresidente di facebook per la crescita degli utenti, Chamath Palihapitiya?***

Andrea Boscaro. L'instant gratification che trova nei like la principale forma di fidelizzazione dei social media nei confronti dei propri utenti e il "fear of missing out"- la paura di sentirsi esclusi – sono gli strumenti che le piattaforme hanno individuato per accrescere il tasso di ritorno ed il tempo speso da cui dipendono i ricavi

pubblicitari e l’influenza che tali aziende hanno nelle nostre vite. Al momento non c’è dubbio che è stata una strategia di successo, ma non significa che non emergano nel futuro soluzioni differenti. Nel frattempo, la realtà e la verità – ammesso che esistano – sono certamente prigioniere degli algoritmi e delle bolle informative che ne derivano. A noi sta la responsabilità individuale e collettiva di liberarle.

Facebook, addio ai ‘Mi Piace’ delle pagine