



UNC  
CONSUMATORI.IT

## Clubhouse, rischi e opportunità del social della voce

28 Gennaio 2021



### Clubhouse: Drop-in audio chat

Alpha Exploration Co.

#8 in Social Networking  
★★★★★ 4.9 • 195.3K Ratings

Free



**Clubhouse** è il nuovo **social di contenuti audio** inaugurato meno di un anno fa, in piena pandemia, e destinato -così dicono gli analisti- ad un **round di finanziamenti** dei migliori *exploit* della **Silicon Valley**.

L'**app** è ancora in fase di test (per ora può essere scaricata solo da chi ha un iPhone), gli iscritti sono ancora un numero relativamente contenuto (si parla attualmente di 2 milioni di utenti registrati in tutto il mondo) e per entrarvi è necessario essere invitati. Proprio questa fama di "**esclusività**" generata dall'accesso riservato su invito, secondo alcuni, ha contribuito al successo di questa piattaforma. Più concretamente, direi che il fatto di "giocare" con uno dei grandi trend del momento, quello della **voce**, è senz'altro vincente: la piattaforma consente, infatti, di realizzare **real-time-audio-chat** che offrono, in effetti, una esperienza molto realistica (non pensate allo scambio di audio-messaggi) con conversazioni all'interno di **stanze tematiche** ("rooms") dove si accede liberamente per limitarsi ad ascoltare o prendere la parola nella discussione.

In entrambi i casi l'esperienza è coinvolgente grazie a quella che sembra essere la vera forza del mezzo: l'**audio** ingaggia chi ha qualcosa da dire, non hai bisogno di mostrarti in

video e ciascuno può dare valore alle conversazioni anche se si è impegnati in altre attività. Su **Clubhouse**, poi, un ruolo importante lo detiene il moderatore, destinato ad assumere su questa piattaforma il ruolo di vero e proprio **influencer**, anzi persino di più se è vero che alla competenza verticale si dovranno abbinare altre doti, dalla gestione del tempo alla mediazione tra i partecipanti.

Tralasciando qui di approfondire le molte funzionalità dell'app volte a favorire l'usabilità e la possibilità per gli utenti di fare **networking** (ne ho parlato ampiamente in questo articolo pubblicato da **Key4biz**, dal titolo **Cos'è Clubhouse, il social audio che (promette) di dare spazio più alla sostanza che alle apparenze**) la domanda che ora tutti si fanno su **Clubhouse** è: come "monetizzerà"? Non è difficile immaginare che chi ha progettato l'app abbia già più di una idea al riguardo (alcuni prefigurano l'avvento di una versione "pro" a pagamento, altri parlano di eventi sponsorizzati, ma davvero le possibilità sono infinite). Dal punto di vista dei diritti dei consumatori, è giusto però chiedersi se la piattaforma resterà **b2b** o si aprirà a relazioni **b2c** e in questo caso quale sarà l'impatto sul pubblico degli utenti.

## Anticipo tre aree di possibile criticità di Clubhouse:

- **Addiction**: come tutti i social, è caccia grossa alla nostra attenzione (che vuol dire tempo di permanenza sul sito), ma nel caso di Clubhouse, siamo già in molti a dimenticare l'orologio;
- **Marketing e pubblicità**: la domanda qui riguarda le modalità con le quali la comunicazione commerciale potrà atterrare sulla *community*. Non possiamo escludere che presto vengano attuate campagne di *adv* che come avvenuto -anche grazie ai nostri interventi- nel settore **dell'influencer marketing**, dovranno essere assoggettate a principi di riconoscibilità e trasparenza.
- **Privacy**: quali informazioni utilizzerà la piattaforma e come verranno trattati i nostri dati?

Questo, come spesso accade negli ecosistemi digitali è lo snodo centrale: sarebbe ingenuo pensare che una nuova app (giudicata tanto interessante per gli investitori) sfugga alle logiche di **monetizzazione delle informazioni**. E di **dati** non ne circolano pochi su **Clubhouse**: si inizia con i dati richiesti per la registrazione (nome, cognome, numero di telefono e poi subito dopo ti viene chiesto di verificare la tua email) fino alla **biografia** (da completare a cura dell'utente) di dimensioni esorbitanti rispetto ai social media "tradizionali": lo spazio a disposizione è molto ampio e i primi guru di Clubhouse già suggeriscono di utilizzare la bio per descrivere le proprie **competenze, skills e passioni**.

E non è ancora tutto: l'**app** tratterà -ovviamente- il **tempo di presenza online**, quello in cui resto in **ascolto** e quello in cui prenderò la **parola**, i **topic** delle stanze dove entro più frequentemente, misurerà la mia **autorevolezza** a seconda del numero dei partecipanti alla stanza dove farò da moderatore, etc., etc.

Se tutto ciò vi sembra poco, qui arriva il bello: i contenuti che noi tutti offriamo "a" **Clubhouse** sono di grande valore, lo abbiamo già detto, ma non solo per il **tenore delle conversazioni**, quanto per la libertà con la quale tutti noi ci presenteremo all'interno delle stanze. Se ci pensate bene, quando postiamo **contenuti online** siamo soliti (chi più chi meno) fare una certa attenzione a cosa diciamo e questo vale tanto per una **immagine, un video, una caption**. Persino quando registriamo un messaggio vocale ci comportiamo con una certa cautela. Ma "**conversare**" è un'altra cosa! Senza contare che una volta che

la **stanza viene chiusa**, le conversazioni spariscono per sempre (del resto, è noto: *verba volant!*).

Ora senza diventare “complottilisti”, tutti noi sappiamo che ormai esistono **software** molto evoluti in grado di ascoltare, trascrivere ed estrarre parole chiave da un **dialogo** tra le persone. Pensate a cosa può accadere su una piattaforma che consente lo scambio di una enorme quantità di conversazioni orali.

Concludo dicendo che sulla piattaforma va già sviluppandosi una sua **netiquette** che qualcuno ha già osato parafrasare così: “*quello che viene detto su Clubhouse, rimane su Clubhouse*”. Sarebbe bello: ma se è vero che l’app non consente di scaricare o condividere all’esterno le conversazioni senza il consenso di tutti i partecipanti, questo tuttavia mi sembra il meno se fosse la stessa app a usare (a nostra insaputa) le parole che pronunciamo. Forse è il caso che il nostro **Garante per la Protezione dei Dati Personali** apra una (stanza di) riflessione! Noi di [consumatori.it](https://www.consumatori.it) ci saremo a presidiare, come sempre la consapevolezza e la libertà (in una parola l’*empowerment*) del pubblico che utilizzerà la piattaforma.

**Autore:** Massimiliano Dona

**Data:** 28 gennaio 2021