

## Da DIY.

Jump to: [navigation](#), [search](#)

### Contents

- [1 I nostri interrogativi](#)
- [2 Come funziona](#)
  - [2.1 Come e' fatto](#)
  - [2.2 Il design e l'efficienza](#)
- [3 DA RIORDINARE / Copyright: Mettere la propria musica su MySpace e' rischioso?](#)
  - [3.1 Billy Bragg solleva l'attenzione](#)
  - [3.2 Un esempio da non seguire: YouTube](#)
  - [3.3 Le Condizioni di Uso di MySpace](#)
- [4 Privacy/Controllo sociale](#)
- [5 Politica/Media: Chi e' Murdoch e qual e' il suo ruolo nell'attuale panorama mediatico](#)
- [6 Economia di MySpace](#)
  - [6.1 Perche' MySpace vale cosi' tanto? Che guadagni produce?](#)
  - [6.2 Gli inserzionisti pubblicitari](#)
  - [6.3 MySpaceTelevision?](#)
  - [6.4 I nostri profili e la pubblicita'](#)
  - [6.5 Scenari - Siamo tutte modelle](#)
  - [6.6 I motori di ricerca](#)
  - [6.7 L'integrazione sociale delle multinazionali mediatiche](#)
  - [6.8 Social integration by the media conglomerates](#)
- [7 Problemi Tech - I Worm e l'effetto-valanga delle reti di relazioni](#)
- [8 Esistono gia' delle alternative ?](#)
- [9 Chi sta raccogliendo i nostri spunti di riflessione](#)
- [10 Ancora da leggere, classificare, riassumere, tradurre...AGGIUNGI QUI I LINK AD ALTRI CONTRIBUTI](#)
  - [10.1 Capire MySpace](#)
  - [10.2 Utenti particolari](#)
  - [10.3 Falsi timori](#)

```
if (window.showTocToggle) { var tocShowText = "show"; var tocHideText = "hide"; showTocToggle(); }
```

### I nostri interrogativi

Durante la preparazione del DIY Festival del 2006 si diffondono i primi interrogativi a proposito di [MySpace](#) all'interno del giro delle distro che partecipano al festival. Ne viene fuori il desiderio di discuterne [assieme durante la festa di Radio Blackout](#). Poi sulla mailing list di [\(L\)eft](#) si inizia a parlare di allontanarsi da MySpace, di perché e di come farlo. Il portale di Murdoch, come molti altri servizi commerciali su internet, e' apparentemente gratuito, ma in realta' lo paghiamo molto caro. Lo paghiamo non solo tramite i banner pubblicitari che vediamo ma soprattutto con i dati che noi, i nostri amici e i nostri fans inviamo a ogni clic su MySpace. Dando a una delle principali multinazionali la possibilita' di analizzare e controllare i nostri gusti e

le nostre amicizie, di vendere i risultati al miglior offerente, e in ultima analisi di costruire un mondo di pubblicita' costruiri su misura per noi.

## Come funziona

### Come e' fatto

- [How MySpace Works](#) e' una buona spiegazione (in inglese) del funzionamento di MySpace, articolato in queste sezioni: "Cos'e' il Social Networking - La rete degli amici degli amici - Aspetti economici e fonti di introiti - Aspetti tecnici e infrastrutture - Apertura e utilizzo di un account - Ricerca tra gli utenti, i Forum e i Gruppi - MySpace Music - Sicurezza"
- [La pagina di wikipedia](#) (si veda in particolare la sezione Criticism\_of\_MySpace)

## Il design e l'efficienza

Brutto in apparenza, MySpace e' in realta' basato su un ottimo design. Il termine *Design* riguarda infatti non l'aspetto estetico ma il modo in cui qualcosa funziona. E MySpace funziona molto efficacemente: e' il sito web che piu' velocemente e' passato da una bassa a una altissima visibilita' e frequentazione. Anche se chi ci naviga non ne ha spesso una buona impressione estetica, MySpace fa quello che la gente si aspetta (mettere in relazione le persone) e lo fa molto bene, e la gente e' contenta. Inoltre, dato che si punta molto sulla possibilita' di personalizzazione della pagina da parte dell'utente, e' perfino inutile cercare di fornire il design perfetto.

- Ugly good design - <http://www.weblogsky.com/archives/000926.html>
- <http://www.thinkvitamin.com/features/design/the-myspace-problem>
- <http://bokardo.com/archives/more-on-the-myspace-problem>

## DA RIORDINARE / Copyright: Mettere la propria musica su MySpace e' rischioso?

### Billy Bragg solleva l'attenzione

**Billy Bragg di recente ha ritirato la sua musica** dal sito Myspace.com. Nel suo blog l'artista inglese, famoso per le sue battaglie politiche e per la sua musica di matrice folk-punk-rock, si accanisce contro la giovane societa' di Rupert Murdoch.

*“Qualcuno con il quale lavoriamo è stato talmente intelligente da leggere la pagina delle condizioni che devi accettare per pubblicare su MySpace; ha trovato che **una volta pubblicata la propria musica, essa appartiene a MySpace** (aka Rupert Murdoch) e loro possono farci quello che vogliono, in tutto il mondo e senza pagare l'artista”. “Nel momento in cui pubblicate ogni tipo di contenuto, messaggi, testo, file, immagini, foto, video, suoni, profili, lavori di autori o ogni tipo di materiale su o attraverso il servizio, conferite in questo modo a MySpace una **licenza non esclusiva, senza royalty, a livello mondiale** per utilizzare, copiare, modificare, adattare, tradurre, utilizzare in pubblicità, vendere, riprodurre, trasmettere e distribuire i contenuti attraverso il servizio”.*

Immedie le reazioni del portavoce di Myspace.com, il quale ha dichiarato: *"A causa della confusione causata dall'utilizzo di termini eccessivamente complicati c'è stata un po' di confusione; adesso stiamo **cercando di modificare i termini del contratto** e chiarire che MySpace vuole solo permettere all'artista di condividere il proprio lavoro nel miglior modo possibile"* - <http://www.freakout-online.com/news.aspx?idnews=1725>

A fine giugno 2006 arrivano i cambi alla policy di MySpace, per cui TUTTI I DIRITTI RESTEREBBERO AGLI UTENTI (da verificare!) - <http://www.digitalmusicnews.com/yesterday/june2006#062906bragg>

Fine luglio 2006 - ("confermato da boing boing" :) - Billy Bragg's highly publicized campaign against MySpace's crummy, grabby terms of service has been successful. MySpace has revised its terms so that musicians who upload to the site retain control of their works, and MySpace/NewsCorp/Fox can't sell those songs without contracting with the musicians - [http://www.boingboing.net/2006/07/27/billy\\_bragg\\_gets\\_mys.html](http://www.boingboing.net/2006/07/27/billy_bragg_gets_mys.html)

### **Un esempio da non seguire: YouTube**

agosto 2006 - Il caso YouTube: analizzando le condizioni di uso si rileva che [pubblicare un video su YouTube significa dare a YouTube la possibilita' di realizzare con quel video compilation commerciali e qualsiasi altra schifezza](#). Molto probabilmente queste condizioni valgono anche per altri servizi online. Un'analisi, semplice e in italiano, delle condizioni d'uso di MySpace ancora non esiste.

### **Le Condizioni di Uso di MySpace**

- Modificate a fine giugno 2006 dopo la protesta di Billy Bragg - <http://www.digitalmusicnews.com/yesterday/june2006#062906bragg>
- <http://collect.myspace.com/misc/privacy.html?z=1>
- IP address, profile information, aggregate user data, and browser type, from users and visitors to the site. This data is used to manage the website, track usage and improve the website services. This non-personally-identifiable information may be shared with third-parties to provide more relevant services and advertisements to members
- "Third Party Advertising " - allows an ad network to deliver targeted advertisements that they believe will be of most interest to you
- YouTube ha proceduto piu' o meno all'inverso, cioe' sembra che abbia introdotto (in un secondo momento) condizioni d'uso pericolose come quelle inizialmente adottate da MySpace - 1) <http://blog.wired.com/music/#1523392> - 2) [http://www.boingboing.net/2006/07/20/more\\_on\\_youtubes\\_con.html](http://www.boingboing.net/2006/07/20/more_on_youtubes_con.html)

### **Privacy/Controllo sociale**

[NSA progetta l'intercettazione del Web](#) - I siti di social networking come MySpace sono una della nuove frontiere del controllo sociale. Una mole sterminata di dati e informazioni e -quel che piu' conta- di relazioni tra le persone.

Un aspetto interessante: non tutto quello che pubblichiamo su MySpace e' reale. Chi ci impedisce di creare account farlocchi con gusti farlocchi? etc., etc., etc...

[My space' turns out to be 'our space'](#) - Le conseguenze impreviste della totale e pubblica condivisione di gusti, abitudini, immagini, pensieri. Cosa succede quando il preside o il datore di lavoro guardano la tua pagina su MySpace?

[Gli spammer corteggiano gli utenti MySpace](#) Questa simpatica gente che per soldi riempie le nostre mailbox di e-mail sul V14grA ora bersaglia gli utenti MySpace con messaggi di tipo promozionale, nei quali vengono offerti soldi in cambio di contatti e nominativi personali degli amici.

[L'aviazione militare Americana "studia" i blog](#)

[The age of privacy - Gen Y not shy sharing online -- but worries about spying](#)

[Ministry of Love, how may I direct your call?](#)

[US government funds social network snooping](#)

["\(...\) as a state agency, recruiters accessed a guy's Facebook account under the auspices of the Patriot Act"](#)

MySpace tra malware, guasti e Marines Il corpo statunitense dei Marines usa la popolarità di MySpace per convincere i giovani a entrare nell'esercito, praticando una strategia pervasiva e virale di marketing attraverso il social network. I soldati già arruolati entrano in contatto con le potenziali nuove leve, le aggiungono alla propria rete di amicizie e cercano di convincerli ad intraprendere la carriera militare.

### **Politica/Media: Chi e' Murdoch e qual e' il suo ruolo nell'attuale panorama mediatico**

*"My ultimate plan is to rule the world"* ([R. Murdoch, novembre 2005](#))

Non e' difficile trovare dichiarazioni e interviste a Murdoch in cui egli sostiene la politica di Bush, condividendo le posizioni conservatrici, imperialiste e razziste dei neo-con. In passato ha sostenuto politici come Reagan, la Thatcher e Major, ma in altri casi ha appoggiato formazioni di posizioni opposte quando la loro vittoria elettorale si profilava all'orizzonte. Nonostante i tentativi di insabbiamento, sono state documentate strategie aziendali per influenzare le elezioni australiane del 2004. L'orientamento di Murdoch non e' solamente una posizione personale, ma si riflette pesantemente nella politica editoriale del suo gruppo. Gli organi di informazione della News Corporation prendono generalmente posizione a favore degli USA e di Israele, occasionalmente contro la Francia e l'invasione dell'Iraq che ha dato inizio alla seconda guerra del Golfo e' stata appoggiata da tutti i 175 quotidiani posseduti nel mondo da Murdoch: sono inoltre noti per i dettagliati racconti della vita personale degli individui. Tra i dirigenti della News Corporation si nota la presenza di Jose Maria Aznar, ex primo ministro spagnolo del partito popolare, e di Viet Dinh, ideatore del famigerato e liberticida Patriot Act.

- Murdoch: an emperor leading a revolution - <http://observer.guardian.co.uk/business/story/0,,1799950,00.html>
- Digger delves deep in his quest to find eternal youth in cyberspace - <http://observer.guardian.co.uk/business/story/0,,1799951,00.html>

### **Economia di MySpace**

#### **Perche' MySpace vale cosi' tanto? Che guadagni produce?**

Come puo' MySpace valere oltre mezzo miliardo di dollari se non ha dietro di se' un appropriato modello di business? La risposta e': **dati**, informazioni e marketing. Qualsiasi dettaglio delle relazioni fra me e te. Gli articoli su cui ti soffermi, le band che preferisci. Quali tipologie di utenti diventano tuoi amici e quali no. Il modo in cui una certa fascia demografica di utenti reagisce a quello che tu fai - *Why Web 2.0 will end your privacy* - [http://www.bit-tech.net/columns/2006/06/03/web\\_2\\_privacy/1.html](http://www.bit-tech.net/columns/2006/06/03/web_2_privacy/1.html)

#### **Gli inserzionisti pubblicitari**

La quantita' di dati che MySpace ha registrato e continuamente registra relativamente ai suoi utenti -gusti, preferenze, affinita', scelte- da' alla News Corp. la possibilita' di aggregare il pubblico in fasce come nessun altro - e di vendere queste fasce di utenti agli inserzionisti pubblicitari. MySpace puo' diventare una colossale macchina da pubblicita' e una minaccia per MTV, grazie anche alle altre acquisizioni compiute da Murdoch tra i servizi web piu' appetibili per gli inserzionisti pubblicitari.

- Of Social Nets & Business Models - <http://gigaom.com/2006/06/19/of-social-networks-and-business-models/>
- His Space - [http://wired.com/wired/archive/14.07/murdoch\\_pr.html](http://wired.com/wired/archive/14.07/murdoch_pr.html)
- News Corp. Likes Those Dot Coms Where The Kids Hang Out; Buys IGN - <http://www.techdirt.com/articles/20050908/0346231.shtml>

## MySpaceTelevision?

Oltre che come bacino pubblicitario, MySpace puo' essere visto come lo strumento della News Corporation per entrare in concorrenza con MTV. Dalla mente di Murdoch potrebbe nascere un canale TV/satellite dove convogliare l'utenza di MySpace - <http://gigaom.com/2005/08/06/why-murdoch-bought-myspace>

## I nostri profili e la pubblicita'

La possibilità di pubblicizzare un negozio solo a chi risiede in una certa zona, la possibilità di segnalare un prodotto o servizio solo a chi fa una certa professione, la possibilità di conoscere sesso, età e altri dati sensibili è la vera nuova frontiera dell'advertising. Non si parla del classico spam che propone in maniera indistinta la vendita truffaldina di Rolex o Viagra, ma della creazione di un profilo per ogni consumatore, che possa permettere di indirizzargli una pubblicità personalizzata. Questa è la nuova frontiera verso la quale ci si sta muovendo. Ciò può apparire estremamente complesso, ma esempi recenti mostrano come basti poco per ottenere informazioni personali, e come siamo pronti a "svendere" i nostri dati sensibili - "Registrazioni e tutela della privacy / L'esaltazione della logica *Do ut des* - <http://www.zeusnews.it/index.php3?ar=stampa&cod=4963&numero=999>

## Scenari - Siamo tutte modelle

MySpace potrebbe essere un ambiente dove sperimentare nuove forme di pubblicita', magari basate sulle reti di amici, sulla personalizzazione degli annunci o sulla produzione di annunci da parte di alcuni degli stessi utenti.

Sfruttare la propensione creativa o la fame di celebrita' degli utenti per ottenere spot, banner, messaggi pubblicitari che veicolano il messaggio di un cliente pagante - ricompensando gli utenti in termini di popolarita'.

Per reclamizzare un prodotto, invece di sfruttare la costosa celebrita' di un divo, si puo' sfruttare la micro-celebrita' di un utente presso la sua rete di amici, facendogli produrre un messaggio pubblicitario o ricollegando in altro modo a lui il messaggio.

A parte la trascurabile presenza di chi si pone problemi di privacy e data la che stuzzicherebbe molte persone, in effetti ci possiamo aspettare che una forma di pubblicita' di questo tipo prenda piede.

Attualmente la pubblicita' nelle pagine personali di MySpace sembra essere limitata a un imponente banner di apertura. Alcuni inserzionisti nutrono poca fiducia nell'accostare i propri brand a pagine con poco controllo editoriale e i manager di MySpace sembrano assecondare questo timore, affermando che da un punto di vista pubblicitario verranno valorizzati soprattutto gli spazi piu' sotto controllo e ufficiali ("Books, Comedy, Film...").

Ma questo approccio potrebbe non essere soddisfacente. Probabilmente MySpace diventera' molto redditizio solo quando si stabilira' fiducia reciproca tra utenti e inserzionisti. Tenere gli inserzionisti fuori dalle pagine degli utenti non integrera' i due soggetti, ma al contrario li terra' separati.

Uno scenario:

- Una studentessa guarda la propria pagina. Osservando il video pubblicitario di una ditta di scarpe, riconosce nelle immagini una compagna di classe. Subito entra in chat con un'amica universitaria e le racconta cosa ha visto. L'amica le risponde di aver gia' visto quello spot. Nel suo caso, la protagonista era una ragazza con cui lei frequenta l'universita'.

Se i social network sono un nuovo mezzo per l'espressione di se' e se sono regolati da un modello nuovo, dal punto di vista di chi fa i soldi con la pubblicita' e' importante individuare questo nuovo modello e applicarlo alla pubblicita': dare agli inserzionisti la possibilita' di interagire con gli utenti puo' significare la costituzione di un rapporto e quindi di una mutua fiducia tra gli inserzionisti, MySpace e gli utenti.

Questa mutua fiducia, moltiplicata per il numero di campagne pubblicitarie e per il numero di utenti, si propagherebbe quindi in tutto il social network (cioe' all'interno di MySpace), e in un modo completamente naturale per il network stesso.

Va notato che campagne pubblicitarie condotte in un modo come questo non potrebbero venire implementate in nessun altro mezzo di comunicazione - Of Social Nets & Business Models - <http://gigaom.com/2006/06/19/of-social-networks-and-business-models/>

## **I motori di ricerca**

Attratti dal numero dei suoi utenti, già alto e in continua crescita, durante il 2006 tutti [i principali motori di ricerca hanno cercato di avvicinarsi a MySpace](#). In essi Murdoch [ha cercato e trovato](#) una remunerativa fonte di introito con cui sfruttare la popolarità del suo portale. Una percentuale non trascurabile del traffico in entrata verso i motori di ricerca infatti ormai proviene da MySpace: per Google si tratta dell'8% di accessi (dati di aprile 2006), che significano 400 milioni di dollari di entrate all'anno (alla fine di luglio 2006 la percentuale [risulta essere salita all'11,8%](#)). Alla fine di giugno 2006, l'analista informatico Om Malik [ipotizza](#) che MySpace potrebbe cercare un accordo con Google per monetizzare l'utenza che riesce a spingere verso il motore di ricerca. All'inizio di agosto 2006, [News Corporation e Google firmano un contratto](#). L'interesse di Google verso la comunità degli utenti di MySpace, le loro abitudini e le loro chiavi di ricerca viene quantificato in **900 milioni di dollari, che il motore di ricerca pagherà a News Corp. per poter fornire in esclusiva** i servizi di ricerca interna al portale e i servizi di pubblicità personalizzata di [altri portali](#) del gruppo di Murdoch.

Centinaia di milioni di utenti MySpace sono diventati oggetto delle analisi e delle attenzioni congiunte della principale multinazionale dei media e del protagonista mondiale dei sistemi di ricerca. Questi due potenti soggetti, ricchi di una profonda conoscenza dei rispettivi settori d'intervento, hanno ora la possibilità di sperimentare [nuovi sistemi per fare soldi](#), in un ambiente la cui fisionomia non ha precedenti e che è costituito da utenti fortissimamente interrelati fra loro.

Secondo altre analisi, effettuate prima di questo accordo, MySpace non era una fonte di veri introiti diretti per Google, anche se costituiva una [importante fonte di visibilità per i video](#) ospitati da Google Video.

## **L'integrazione sociale delle multinazionali mediatiche**

Per alcuni aspetti AOL considera la Rete come un proprio dipendente, soggetto alle regole dei servizi di sua proprietà e si erge a custode, lasciando passare soltanto ciò che ritiene utile e fruttuoso dal punto di vista economico. È esattamente questo il modo in cui i Media convenzionali (soprattutto Hollywood) considerano i Social Media, cioè gli strumenti, gli eventi e i canali mediatici indipendenti fatti direttamente dalle persone. Ma, dato che la Rete non è mai stata una dipendente al servizio di AOL, si può dire che i Social Media non finiranno per essere assoggettati ai media convenzionali. Infatti i Social Media, diffondendosi sempre più, inizieranno ad entrare in competizione con la fascia di consumatori dei media convenzionali. Resta pur vero che i prodotti realizzati e distribuiti dagli "operatori del comunicare sociale" hanno un valore qualitativo più basso a causa dei pochi fondi disponibili, eppure questi sapranno competere con Hollywood perché hanno una marcia in più: il fattore di coinvolgimento personale. Questa è la ricchezza dei Social Media che manca totalmente ai media convenzionali. Questo è il fattore che pareggerà sulla bilancia lo scarso valore produttivo insito nei "prodotti" dei Social Media e continuerà a sottrarre fette di mercato ai media convenzionali. Le grosse compagnie mediatiche dovrebbero guardare ai Social Media con gli stessi occhi con cui hanno assistito alla scalata delle TV via cavo. Queste hanno strappato quasi la metà dell'intero mercato televisivo tradizionale, spingendo i grossi gruppi mediatici ad integrarsi nel nuovo sistema di trasmissione via cavo per non rischiare d'essere tagliati fuori definitivamente. Lo stesso dovrebbe avvenire con i Social Media. Le compagnie mediatiche dovrebbero seguire la strategia dell'integrazione sociale. Rupert Murdoch ha già compiuto il primo passo e pare che anche la NBC voglia cautamente muoversi in questo senso.

## **Social integration by the media conglomerates**

To some extent, AOL treated the Internet as a subset of its proprietary service, positioning itself as the gatekeeper to what they deemed valuable and worthy. This is precisely the way traditional media (especially Hollywood) views social media today. But just as the Internet was not a subset of AOL, social media will not become a subset of traditional media. In fact, social media will increasingly begin to compete directly with traditional media consumption. Yes, it is true that the media output produced and distributed by the audience itself will generally be of lower production value and quality. Even so, they will prove highly competitive to Hollywood products, as the personal engagement factor inherent in personal media outweighs any loss of production value - (...) - Social media will continue to take market share away from traditional media, regardless of whether the media companies participate or not - (...) - The media conglomerates should view social media much like they did the rise of cable TV. Cable eventually took half the market away from traditional broadcast TV, so the media conglomerates vertically and horizontally integrated their way into cable in order to buy back market share. They should do the same with social media by pursuing a strategy of social integration. Rupert Murdoch already made his first move, and it looks like NBC is about to take their first baby steps - <http://gigaom.com/2006/07/11/the-rise-of-the-socially-integrated-media-empire/>

## **Problemi Tech - I Worm e l'effetto-valanga delle reti di relazioni**

(...) Samy ha scritto del codice Javascript nonstandard (che però veniva eseguito lo stesso dai browser delle vittime ma ignorato dai filtri di sicurezza di Myspace), e l'ha piazzato nella propria pagina su Myspace. Qualunque utente di Myspace che visitava la pagina di Samy avendo attivo Javascript (cosa pressoché indispensabile per poter usare i servizi di Myspace) eseguiva automaticamente e inconsapevolmente il codice, che aggiungeva Samy alla lista degli amici del visitatore: questo normalmente richiede il permesso del visitatore, ma il codice scritto da Samy scavalcava la richiesta. Fatto questo, il codice virale si iniettava nella pagina Myspace del visitatore, così qualunque altro utente Myspace che visitava la pagina infetta si infettava a sua volta, e così via. L'effetto valanga è stato inevitabile -

<http://attivissimo.blogspot.com/2005/10/myspace-vittima-del-primo-worm.html>

- Worm Targets MySpace Users, Symantec Warns - A worm is targeting MySpace users, compromising their "About me" pages and infecting visitors to them, Symantec has warned. When a logged-in MySpace user goes to another member's "About me" page affected by the ACTS.Spaceflash worm, they are quietly redirected to a URL that holds a malicious Macromedia Flash file, the security company said in an advisory on Spaceflash - <http://www.gigalaw.com/news/2006/07/worm-targets-myspace-users-symantec.html>

## **Esistono già delle alternative ?**

[Mugshot](http://mugshot.com) e' un sito analogo a MySpace realizzato da Red Hat, una delle principali aziende del mondo dell'Open Source - <http://arstechnica.com/news.ars/post/20060531-6955.html>

[Jamendo](http://jamendo.com) si basa solo su musica libera e (forse) offre alcune delle funzioni fornite da MySpace.

## **Chi sta raccogliendo i nostri spunti di riflessione**

IL ROVESCIO DI MYSPACE - <http://www.produzionidalbasso.com/blog/permalink/151.html>

dalla mailing list Hackmeeting: thread "calenda" - <https://www.autistici.org/pipermail/hackmeeting/2006-June/000619.html>

bogianen.biz - <http://bogianen.biz/2006/06/09/diy-myspace-e-hotmail> - <http://bogianen.biz/2006/07/05/progetti/>

## **Ancora da leggere, classificare, riassumere, tradurre...AGGIUNGI QUI I LINK AD ALTRI CONTRIBUTI**

- [The man who put teenagers' lives online](#) - la storia di Chris DeWolfe, co-fondatore di MySpace
- Raff posted his song Saturday, July 8 (...) eventually 2,500 people heard the song (...) then it was gone. On his site, Raff said he got a message on Tuesday, July 11, from MySpace.com: "MySpace has deleted your profile because we received a credible complaint of your violation of the MySpace Terms of Services" - <http://www.publicknowledge.org/node/525>
- [KnowMoreSpace](#) - a grassroots, web-based community dedicated to chronicling and resisting corporate attacks on democracy, worker's and human rights, fair trade, business ethics and the environment

## **Capire MySpace**

- <http://mashable.com/2006/03/27/if-you-dont-get-myspace-youre-a-lametard> -
- Believe me: you can't build the next MySpace. You may think you can, but you can't. And don't go thinking you can win by having more features: social software doesn't work like that.\* In the same way that you can't beat eBay by charging lower fees, MySpace won't be beaten by a feature-rich competitor. It's a marketplace, and marketplaces need critical mass. You might be able to beat MySpace (and eventually, someone will) by disrupting their core business, but right now it makes more sense to build services that can ride the social-networking wave - in other words, feeding the MySpace beast - <http://mashable.com/2006/04/19/feeding-the-myspace-beast/>
- Everyone trying to compete with MySpace: this is the ticket. MySpace is going to keep pushing out, leveraging its enormous userbase to try to marginalize everyone offering a community for exchanging blogs, audio, and video. If there's one hope for beating out the advantages of the massive MySpace community, it's going to be building a distributed, collaborative social network that spans multiple sites. Bottom line: it's time for social networking to break out of the walled garden - <http://btwg.wordpress.com/>
- <http://www.whatmyspacemeans.com>
- MySpace's Trip to The Top - <http://backslash.slashdot.org/article.pl?sid=06/07/13/0637204&from=rss>
- MySpace to Secondary Markets: Drop Dead - <http://www.tiara.org/blog/?p=222>

## **Utenti particolari**

- Marines Use MySpace to Recruit: <http://www.wired.com/news/wireservice/0,71448-0.html?tw=rss.index>
- :- ) NON SAPPIAMO PIU' IN COSA CREDERE! Anche la Electronic Frontier Foundation usa MySpace! <http://www.myspace.com/efforg>

## **Falsi timori**

- [MySpace, a place without MyParents](#) : i bambini trovano l'orco su MySpace? un'analisi dell'isteria di massa che sta circondando MySpace e altri siti di social networking
- Caccia alle streghe contro MySpace? - Now It's Time For Summer Camps To Freak Out Over MySpace - <http://techdirt.com/articles/20060622/1148229.shtml>
- Congress Now Blaming MySpace For Troubled Children - <http://techdirt.com/articles/20060711/1959221.shtml>

Ricavato da "[http://diy.mianonna.it/index.php/Uscire\\_da\\_MySpace](http://diy.mianonna.it/index.php/Uscire_da_MySpace)"