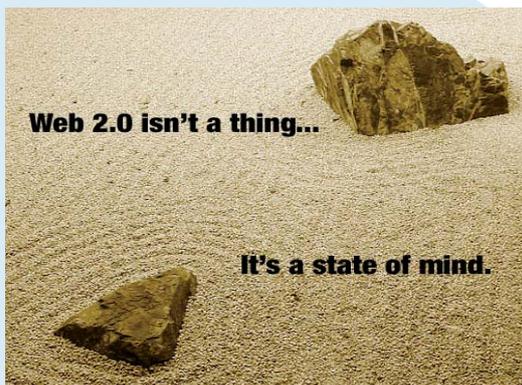


Web 2.0, etichetta commerciale o rivoluzione telematica?

Step by step i pregi e i difetti della nuova mentalità web



Roberto Barile



Youtube, Myspace, Google, Flickr, Blog: il web 2.0 è sicuramente l'argomento che negli ultimi mesi ha fatto più discutere chi si occupa di comunicazione sui nuovi media. Le opinioni si sono divise tra chi afferma che sia soltanto una moda passeggera o un'etichetta commerciale e chi scommette che si tratti di una vera e propria rivoluzione nel mondo di Internet, destinata a mutare radicalmente il modo di utilizzare la rete.

Ma cosa c'è alla base del **Web 2.0**, quali le novità introdotte nella grande rete, quali differenze si riscontrano con il passato, quali nuove soluzioni tecnologiche ci vengono offerte, quali visioni e prospettive alternative sono già una realtà e quali cambiamenti sociologici introduce nelle comunità e nei metodi di interazione degli utenti che ne fanno parte?

Intanto, non si tratta di una definizione chiusa, sono moltissime le iniziative che puntano sul coinvolgimento dell'utente e sull'interazione sociale, né vi sono delle regole rigide da osservare. Piuttosto, si possono delineare alcuni principi fondanti che orientano

nella costruzione di questo nuovo web.

La valorizzazione dell'intelligenza collettiva è

il principio fondamentale che divide i vecchi siti, sempre gestiti da una redazione centralizzata, dai nuovi servizi web come Wikipedia, YouTube, Flickr. In

tutti questi casi, gli utenti sono anche gli autori dei contenuti, possono cambiarli, suddividerli per tema, esprimere una valutazione di importanza o di gradimento.

Questa possibilità, aperta a tutti, di redigere, ampliare o modificare contenuti innesca un meccanismo virtuoso in cui gli utenti sono stimolati ad arricchire i servizi con i propri contributi, a costruire con gli altri strutture e contenuti.

A ciò si aggiunge **l'importanza delle informazioni distribuite:**

le nuove tecnologie web 2.0, infatti, separano nettamente forma e contenuti. Gli utenti non devono elaborare pagine web, ma possono pubblicare con semplicità testi, immagini, video, audio. Ancora, possono facilmente integrare i propri contenuti su strutture di dati una volta molto complesse: ad esempio, su servizi come Flickr, è possibile collegare foto e testi a mappe geografiche. Le informazioni e i contenuti degli utenti vengono trasferite e gestite su internet.

Il web 2.0 si caratterizza anche per una tecnologia denominata **RSS - Really Simple Syndication**. Gli RSS permettono agli utenti

di ottenere aggiornamenti automatici non appena un sito cambia, anziché controllarlo ogni volta per avere le ultime informazioni. Basta semplicemente iscriversi al feed RSS del sito e non appena il contenuto di tale sito cambia, viene automaticamente inviato al lettore RSS.

Infine **la facilità d'uso e l'ubiquità**. I servizi web 2.0 devono essere intuitivi, facili da usare e seguono le persone ovunque, grazie alla possibilità d'uso tramite palmari e smartphone. Questa caratteristica, insieme alla diffusione degli accessi ad internet wireless pubblici, consente alle persone di essere sempre connesse e in relazione con i nuovi ambienti web. Ciò mette in evidenza come il World wide web abbia già iniziato a prendere la fisionomia di una piattaforma:

per molte attività, gli utenti non hanno più bisogno di installare del software sul proprio computer, ma possono utilizzare un'applicazione che gira all'interno del browser. Gran parte dell'elaborazione dei dati necessari avviene sul server che eroga l'applicazione, invece che sul computer dell'utente: questi riceve solo le parti di software necessarie a gestire l'interfaccia e l'interazione con il sistema. La prima conseguenza di questo approccio, soprattutto a livello aziendale, riguarda il fatto che non è più necessario distribuire il software e aggiornarlo, perché ogni volta che l'utente si connette con l'applicazione web, scarica e utilizza l'ultima versione della porzione di programma di cui ha bisogno.



Internet non si può più considerare una semplice "rete di reti", né un agglomerato di siti Web isolati e indipendenti tra loro, bensì l'insieme delle capacità tecnologiche raggiunte dall'uomo nell'ambito della diffusione dell'informazione e della condivisione del sapere.