



Do you know Mauro?  
Become his contact

Who is on Multiply?  
Find your friends

Want to learn more?  
Take the Tour

Already a Member?  
Sign In

## Ad Maiora

[Home](#) [Blog](#) [Links](#)

### Web 2.0 - Vito Di Bari

Apr 21, '08 5:55 PM  
for everyone

Non cosa sia stato più stimolante nel leggere il libro del [Professor Di Bari](#): senz'altro i contenuti ricchi e diversificati, ma anche il fatto che tra gli autori coinvolti nel testo ci sono cari amici (Stefano Maruzzi, [Layla Pavone](#)) e parecchie persone che conosco più o meno bene (Antonio Allegra, Patrizia Cianetti, Sebastian Kuester, [Emanuele Quintarelli](#), [Stefano Quintarelli](#), Stefano Stravato) e tanti altri che ho avuto modo di apprezzare, leggere o ascoltare in momenti diversi (Alberto Abruzzese, Artuto Artom, Carlo Alberto Carnevale Maffè, Andrea Granelli, Howard Rheingold).

In verità mi sono letto "Web 2.0" tenendo a mente la domanda postami da Di Bari nella dedica che mi ha riservato, e ciò se il libro fosse *Lupi-compatibile*. Direi decisamente di sì e lo posso anche misurare constatando le numerose pieghe (le *orecchie*) fatte alle pagine in cui ho trovato spunti interessanti e che mi son ripromesso di segnalare. Eccone alcuni.

Dell'introduzione al Web 2.0 di Di Bari mi ha divertito l'associazione della relativa terminologia ad una scena a Via Montenapoleone in cui una ragazza guarda le vetrine (*page views*), entra in un negozio (*click through*) e guarda gli scaffali che sembrano più gettonati (*digging*) mentre ascolta dalla sua amica i suggerimenti sul negozio (*folksonomy*); poi va in camerino (*deep linking*), prova un vestito e accoglie i commenti della sua amica (*social networking*) e mette da parte gli abiti che le piacciono di più (*tagging*). Il discorso diventa più articolato quando Di Bari argomenta l'opinione in base alla quale, per analizzare compiutamente il Web 2.0 sia opportuno affidarsi alla scienza della complessità data l'impossibilità di ricondurne i fenomeni e gli effetti a valutazioni già ingegnerizzate.

Una frase di Stefano Quintarelli sull'evoluzione dei blog rispetto alla società:

*"Il passaggio più delicato è l'adattamento di una società nella quale le avanguardie corrono sempre più velocemente e le retroguardie fanno sempre più fatica anche solo a rilevare i segnali di questi mutamenti."*

Molto efficace Granelli a proposito del lato oscuro della tecnologia, che va affrontato con responsabilità e non lasciato "ai demonizzatori e ai catastrofisti". E a proposito dell'*information overload*:

*"Questa moltiplicazione delle informazioni sta diffondendo sia l'anoressia informativa sia il suo speculare, l'obesità; in entrambi i casi, il crescente proliferare dell'informazione riduce la capacità dell'uomo di assimilare in maniera sana nuova conoscenza, spingendo i giovani a riempirsi in maniera ossessiva di informaizoni "non nutrienti"."*

Collegato c'è un pensiero di Michael Wesch a proposito dell'istruzione:

*"Oggi il vero problema è come trovare, selezionare, valutare criticare, organizzare e infine creare informazioni. Sono queste le competenze di cui dobbiamo dotarci per essere insegnanti e il modo migliore per trasmetterle agli studenti è chiedere loro di fare, in*



admaiora

 Photos of Mauro

 Personal Message

RSS Feed [?]

 Report Abuse

*prima persona, esattamente quelle cose”.*

Massimo Giordani tocca poi l'argomento a me caro dei [contenuti generati dalle aziende](#), invitando ad una visione olistica della comunicazione, superando il concetto di visibilità conquistata solo attraverso la pubblicità, mediante la pubblicazione e la condivisione di contenuti: progetti, disegni, fotografie, filmati, che spesso rimangono sepolti nei loro archivi. Sempre sullo stesso concetto, Jamie Cason (BBC) afferma:

*“Il Web 2.0 valorizza tutte quelle persone della vostra azienda che da anni si occupano di ricerche di mercato, contatti con l'esterno, progetti nelle comunità e interfaccia col pubblico. (...) Le aziende devono cominciare a recitare come personaggi verosimili, anziché rappresentarsi artificialmente come entità sovrumane e infallibili”.*

L'intero capitolo “Fare business con il Web 2.0” è esemplare in quanto a fotografare il vantaggio competitivo a disposizione delle imprese attraverso il Web 2.0 e l'Enterprise 2.0. Gran finale con Di Bari che coraggiosamente traccia quello che potrebbe essere il Web nel 2015 e poi nel 2020 (pubblicato anche sull'Harvard Business Review e [disponibile in PDF](#)), teorizzando i concetti della *Longer Tail* e della *Longest Tail* che poi saranno la traccia del suo intervento al prossimo [IAB Forum a Roma](#).

Tags: [vito di bari](#) - [web 2.0](#) - [jamie cason](#) - [massimo giordani](#) - [andrea granelli](#) - [stefano quintarelli](#)

**Prev:** [Otto milioni leggono i blog in Italia, oltre 3 milioni i blogger](#)

**Next:** [Colazione con Ballmer](#)

[share](#) [reply](#)

Add a Comment

[audio reply](#) [video reply](#)

Submit (Ctrl+Enter)

Preview & Spell Check

Annunci Google

Richiedi info sui corsi  
Accademia del Lusso  
per lavorare nella moda!  
[www.Accademiadellusso.com](http://www.Accademiadellusso.com)

Pubblicità Online

La Strategia Vincente si  
Chiama AdWords di  
Google, Provala Subito !  
[www.AdWords.Google.it/Marketit](http://www.AdWords.Google.it/Marketit)

Rivista Di Destra

Riviste e Libri sulla  
Politica di Destra  
Richiedi Copia Omaggio  
[www.destra-dx.it/Libri](http://www.destra-dx.it/Libri)

Re-active

Comunicazione creativa  
pubblicitaria e  
istituzionale  
[www.re-active.it](http://www.re-active.it)