

Trascrizione 4° puntata "web2.0"

PRIMA PARTE: Le "gentosfera" cambia i mercati per l'attacco avrò in mano la copertina di Time sull'uomo dell'anno e vedremo alcuni casi eclatanti in cui gli utenti sono stati protagonisti

*Il Time ha eletto come di consueto la persona dell'anno. Ed è una sorpresa trovare **in copertina lo schermo di un computer** che riflette l'immagine di chi la guarda. Voi, noi, chiunque oggi è attivo su Internet è l'uomo dell'anno per il Time.*



I nuovi "potenti" sono coloro che hanno un blog, che girano video e li condividono su piattaforme come YouTube, che scattano foto e le pubblicano su Flickr, che raggruppano piccole tribù di combattenti in World-of-Warcraft o di amici in Myspace e SecondLife.

Sono capaci di influenzare gli altri su cosa acquistare e su chi votare, usano Internet come cassa di risonanza per le loro idee, uniti hanno già fatto cascare qualche testa marcia nel mondo della politica e dei media. Un fenomeno pericoloso e affascinante che si chiama web2.0.

Il mondo di Second Life organizza convegni

<http://fluido.wordpress.com/2006/12/05/appuntamento-su-second-life/>

In aprile i grandi network giornalistici capiscono che qualcosa è cambiato e cominciano la rincorsa aprendo le redazioni ai cosiddetti "consumer generated media", quelli amatoriali, con inquadrature da fare impallidire qualsiasi regista ma con la forza accattivante della genuinità. Esplode l'era del Citizen Journalism.

Ottobre 2006 - Metropolitana di Roma: in molti gridano all'attentato terroristico nel nostro paese. I primi a arrivare sul posto sono le persone comuni -come al solito- ma questa volta qualcuno tira fuori una macchina fotografica digitale, qualcun altro un telefonino e una telecamera amatoriale e nel giro di pochi minuti le immagini dell'evento fanno il giro del mondo. Media spiazzati, era già accaduto con le bombe alla metropolitana di Londra, il disastro dei treni di Madrid e per le Torri Gemelle, ma anche per la deposizione del senatore Mark



Foley a Washington che ce l'aveva contro i gay e per il picchiaggio dell'attivista Rodney King da parte della polizia. Su Internet l'occhio del "little brother"!

L'incidente della metropolitana di Roma ripreso da comuni cittadini

http://www.pandemia.info/2006/10/18/il_copyright_del_video_della_m.html

Il Guardian apre un blog dal nome esplicito: "Comment is free", previa registrazione della propria email è possibile commentare gli articoli pubblicati online.

Nature, la prestigiosa rivista scientifica ha proposto in settembre la classifica sui primi 50 blog scientifici internazionali. I blogs in classifica sono curati da ricercatori che singolarmente o in gruppo, commentano articoli scientifici, affrontano aspetti economici e politici.

Forbes in un articolo attacca i blog, accusandoli di essere potenzialmente dannosi per le aziende. In Italia presi dall'euforia del pezzo, il signor Romano Levi, produttore italiano di grappe in Neive, non gradisce un post di Stefano Bonilli su Papero Giallo e chiede al tribunale un provvedimento d'urgenza. Più tardi un altro blogger sarà dichiarato figura giuridica paragonabile al direttore responsabile di una testata giornalistica, e condannato ...

La sentenza contro il blogger del Tribunale di Aosta

<http://www.anti-phishing.it/news/articoli/news.21062006.php>

"... "I blog: rovinano i brand, lanciano campagne di fango, fanno attacchi personali ed estremismo politico". Forbes (aprile 2006)"

Comincia a emergere una certa lotta intestina tra giornalisti e blogger specialmente nel nostro paese. Gianni Riotta in giugno scrive un articolo sul Corriere della Sera, intervenendo sulla querelle che da tempo anima i blogger e i giornalisti. Nell'articolo Riotta puntualizza come si tratti soprattutto di una questione di contenuti, e di come i blog non rappresentino alcuna minaccia per i vecchi media, dato che sono in gran parte letti solo da chi li scrive, e che non fanno altro che riportare le notizie lette sui giornali.

Il settimanale femminile Grazia decide di aprire un blog ma di non affidarlo a giornaliste professioniste (lo gestisce Mafe de Baggis, con una storia di comunità virtuali alle spalle). La scrittura è ruvida, si parla dritti al cuore, al cervello, alla pancia. L'esperienza ha successo.

Il blog di Grazia

<http://grazia.blog.it/>

Il 20 aprile viene lanciata dalla redazione di Nòva24-IISole24Ore l'iniziativa Open-Nòva. Riccardo Maggiolo



racconta la storia di un professore dell'università di Parma che ha elaborato una strategia rivoluzionaria contro il tumore alla prostatae Alessandro Scibilia di Seti@home, il piano nato a Berkeley per la ricerca di civiltà intelligenti tramite un programma di calcolo distribuito sui pc. Riccardo e Alessandro hanno 22 e 24 anni e sono i primi due ragazzi che hanno cominciato a percorrere il sentiero del giornalismo regolarmente pagati e trattati al pari di qualsiasi collega.

La "gentosfera" ha ormai cambiato il mondo dell'editoria in tutto il mondo, accadrà durante l'anno anche per la politica e la televisione. In tutti questi casi, ai tentativi di difesa dei media tradizionali, la risposta è stata sempre la stessa: i contenuti più seguiti e più virali rimangono quelli prodotti dalla gente per la gente e questo è web2.0

Luglio 2006 - La Grande Guerra in Iraq: La televisione e i giornali sono obbligati a sintetizzare gli eventi, e spesso non riescono ad offrire un'adeguata visione d'insieme. Sono seguitissimi i blog dei soldati in Afganistan e Iraq. Solo quelli degli americani sono più di 1.200, su tutti spicca "Wordsmith At War" del capitano Lee Kelley con 200.00 visite al giorno.



A luglio anche la BBC -il canale televisivo pubblico inglese per voce del suo direttore generale Mark Thompson- diffonde il documento "Delivering creative future". Nel documento si sostiene che le tecnologie digitali e il fenomeno "partecipativo" costringono il servizio pubblico a rivedere "drasticamente" le sue strategie editoriali con una sterzata verso gli interessi "di nicchia".

Repubblica in Italia cavalca l'onda e inaugura dopo pochi giorni Obiettivo TV dove ospitare contenuti video dei propri lettori. Attraverso Ultimo Minuto, invece, gli utenti potranno stampare un'istantanea del sito web per una comoda consultazione cartacea. Anche il Corriere.it evolve la sua offerta editoriale con i contenuti video autoprodotti.

In agosto 2006 - arriverà anche il Washington Post che offre addirittura un'affiliazione pubblicitaria ai blogger. Con l'affiliazione, il giornale si impegna a vendere spazi pubblicitari dei blog attraverso la propria rete di vendita, condividendone i risultati. Inoltre ha iniziato un'operazione di visibilità per i contenuti dei blog sulla home page del giornale! In Italia siamo ancora lontani da cose come questa.

A settembre - i politici: Alcuni blogger italiani sono invitati all'Incontro dell'Italia dei Valori da Antonio di Pietro che a dicembre userà YouTube per spiegare la propria posizione in merito al rifiuto alla



Luca Tremolada - Lorenzo Festorazzi -

fusione tra Abertis e Autostrade. Applauditissimo, addirittura considerato l'uomo politico del 2006 più attento allo sviluppo delle nuove tecnologie (il Ministro blogger Gentiloni incassa).

Il video di Di Pietro su YouTube

<http://www.youtube.com/watch?v=9xcB0Yv0I4M>

A dicembre a Parigi in occasione dell'ultimo LeWeb3 -il maggiore incontro continentale in fatto di blog e Web 2.0- nasce BloggersforBetterWorld, un movimento pacifico e democratico che ha per ispiratore niente meno che il premio nobel per la pace Monsieur Shimon Peres intervenuto al recente evento LeWeb3. BFBW è un movimento di social responsibility, democraticamente gestito dagli stessi blogger mondiali; sono già stati raccolti 100.000\$ per partire. Tra i fondatori Loic Le Meur (organizzatore dell'evento francese), Yossi Vardi (che molti considerano il papà di ICQ) e David Sifry (fondatore di Technorati).

Nota dolente dell'evento: la politica che non ha saputo dare ai blogger-elettori-influenzatori risposte degne. I due candidati alle prossime presidenziali francesi -Francois Bayrou e Nicolas Sarkozy- si sono sottratti al contraddittorio, si sono arroccati in un francese da Esprit de Grandeur, in un'era in cui chi si occupa di blog di mestiere sogna la sua rivoluzione democratica nel confronto delle idee.

Dall'altra parte del mondo -in chiusura d'anno- ha fatto scalpore la storia di Lonelygir15, portata alla ribalta da YouTube e MySpace. Una giovane videoblogger americana viene tenuta semi-rinchiusa in camera sua per motivi religiosi e genuino perbenismo americano anni '60. La ragazza raccontava angosce e pruderie della generazione della rete, all'insaputa dai genitori bigotti. La sua storia comincia a essere seguita in modo morboso per rivelarsi dopo poco un progetto curato da un gruppo di cinefili.

Il caso di Lonelygir15

<http://sonovivoenonhopiupaura.blogspot.com/2006/09/lonelygir15-una-storia-di-internet.html>

Queste storie hanno insegnato che la prossima frontiera da infrangere è cambiare il modo con cui si fa televisione. Impossibile per qualunque reality competere con la carica di curiosità di storie come queste, tanto che il NYTimes ha dato quest'anno l'annuncio shock di voler vendere le sue Tv per privilegiare l'informazione via Web.

SECONDA PARTE: il web è un grande sistema operativo
in questa parte vediamo i principali social
network USAvsEU, e perché destato interesse

Chi ha saputo creare piattaforme per ospitare i contenuti prodotti dalla gente comune ha preso il treno del business2.0. Per gli altri ...

- 1. YouTube è la regina di tutte le piattaforme 2.0 del 2006. Con oltre 20 milioni di utenti registrati e 6 milioni di spettatori giornalieri ha un palinsesto di 100 milioni di video ogni gg. È stata acquistata per 1.65bn\$ da Google a ottobre. Il futuro è tutto pubblicitario e tribale. Dei tanti video virali e positivi novembre ha portato alla luce come in Italia esistono gli stupidi che usano bene le nuove tecnologie (come in tutto il mondo). Ha suscitato scalpore il filmato, caricato su Google Video (che insieme a Youtube sono accomunati dalla stessa proprietà e dagli stessi possibili futuri problemi legali), sull'aggressione di un ragazzo disabile da parte di alcuni compagni di scuola. La risposta del Ministro Fioroni è stata: "appliciamo a Internet meccanismi di controllo simili a quelli cinesi". Le critiche sono piovute a grappoli, come gli elettori persi;*
- 2. MySpace è la più grande community di social networking sul web, è il secondo luogo più visitato al mondo per pagine viste. Ha più di 61 milioni di utenti registrati con più di 21 milioni di visitatori unici. I servizi segreti USA sono addirittura intervenuti in ottobre per una foto del presidente Bush pubblicata su MySpace da una studentessa quattordicenne con sopra la scritta 'Kill Bush'. In novembre Rupert Murdoch ha affermato che MySpace potrebbe essere rivenduta quest'anno per una cifra intorno ai 6 miliardi di \$ con un ritorno già x10 volte superiore rispetto al prezzo di acquisto di 580 milioni di \$ da parte di News Corp.;*
- 3. Second Life è un ambiente realistico dove personaggi animati (avatars) comprano isole sulle quali poi costruire palazzi, centri congressi, grandi magazzini e uffici di relazioni con il pubblico e vendere qualsiasi oggetto a cui Adobe Photoshop è in grado di dare coordinate vettoriali. La moneta circolante è il Linden dollar -280 linden corrispondono a 1\$- e ne sono stati scambiati nel 2006 un ammontare pari a 7.1mil\$. Circa 2 milioni di persone hanno già preso residenza in Second Life. IBM tiene conferenze, Reuters ha aperto una sua agenzia all'interno della comunità, Apple, Sony, Sun Microsystems, Intel, Toyota, Nissan, IBM, Adidas, Nike, Cisco stanno operando attivamente su Second Life. Forse il mondo digitale e quello sensibile non saranno più scindibili nel 2007.*



Everything 2.0 – tutte le applicazioni 2.0 esistenti al mondo

<http://bobstumpel.blogspot.com/>

Sul **numero di agosto della storica rivista Business 2.0**, è stata pubblicata la mappa delle iniziative 2.0 europee. Nell'articolo "Web 2.0 World" l'Italia però non è stata citata. In Europa i principali progetti sono oggi 11: Netvibes, Wikio, Last.fm, CoComment, Plazes, Feeds 2.0, Allpeers, Quintura, Habbo Hotel, Open BC, Nooked.

Anche in Italia però qualcosa è accaduto nell'ambito delle start-up 2.0:

1. In ottobre Dada (gruppo Rcs) acquista Splinder (la più importante piattaforma blogging italiana) per 4,5 milioni di euro. Ognuno dei 220.000 blog attivi (splinder + Motime) è stato valorizzato in media 20,40 euro;
2. 2spaghi.it è un servizio che permette di condividere pareri e impressioni sui ristoranti in giro per il mondo. In dicembre ha rilasciato un'estensione che permette di esportare dentro il navigatore satellitare TomTom i commenti sui ristoranti scritti dagli utenti. Sta raccogliendo grande successo in rete;



2spaghi.it – tutti a tavola!

<http://www.duespaghi.it/blog/2spaghi/gpspago-i-tuoi-ristoranti-preferiti-sul-navigatore/>

3. In luglio a bissare l'esperimento editoriale italiano di Segnalo.com, arriva l'annuncio che OKNOTizie.com -servizio di editoria sociale dove sono i lettori a segnalare le notizie e a determinarne la gerarchia di importanza con il proprio voto- è entrato a far parte di Alice.

OKNotizie.com, il Digg italiano

<http://oknotizie.alice.it/>

Questo è **stato in Italia soprattutto l'anno dei BarCamp**, gli incontri dei blogger faccia a faccia. Il successo riscosso nelle prime due edizioni (MI e TO, la prossima sarà a Roma tra qualche giorno) ha mostrato come le persone amano stare online ma incontrarsi a ogni occasione utile anche di persona. La formula del BarCamp è democratica e partecipativa (perfetta per il web2.0): una rivisitazione internet di una conferenza (31 in tutto il mondo, la prima a Paolo Alto a inizi 2005): un incontro dal vivo, aperto a chiunque abbia lezioni da tenere e desiderio di ascoltare, organizzato di solito in tempi molto ristretti, attraverso un wiki che fa da lavagna degli iscritti e degli argomenti che verranno trattati.

"... **"Il destino del web è essere un sistema operativo di un megacomputer che comprende internet, i suoi servizi, i dispositivi collegati alla rete e i miliardi di persone che lo usano"** - Kevin Kelly

Il web sociale all'estero si occupa invece di **qualsiasi argomento**:

1. Cork'd è un'applicazione sociale che permette la condivisione di pareri sui vini;
2. Wikipedia: è l'enciclopedia libera basata su wiki (pagine scritte dagli utenti e modificabili da chiunque) che ha superato quest'anno il patrimonio informativo dell'enciclopedia Britannica. Da sempre al centro di numerose polemiche che riguardano l'affidabilità e la stessa organizzazione è una realtà più vicina a una oligarchia che a un sistema democratico;
3. Writely, word processor collaborativo interamente online, acquistato da Google ha cambiato il modo di scrivere online aprendo la strada all'uso diffuso di sistemi wiki;

I modelli di business di successo saranno sempre di più "partecipativi". Pensiamo ai "fonero", la comunità di persone che stanno facendo il successo di FON, il sistema che permette di creare hotspot wireless condivisi, accessibili dagli utenti registrati al servizio. In Italia, la normativa vigente lo vede con sospetto, al limite della legalità eppure 250.000 persone a mondo (quasi 10.000 in IT) ne hanno fatto il loro sistema di connessione alla rete. Molto scalpore è stata la campagna di marketing basata sulla "fiducia" lanciata a fine novembre. Fon ha regalato 1.000 esemplari de La Fonera, il router che permette di condividere il proprio accesso a Internet, chiedendo in cambio "la promessa" di attivare e mantenere aperta la connessione per altre persone. Potrebbe essere d'esempio per molte altre aziende che vogliono entrare sul web2.0



Il blog partecipativo di FON

<http://blog.fon.com/it/>

Si parla sempre più di Bolla2.0. In ambito finanziario si è molto discusso del fatto che i bassi costi di start up mascherano gli eventuali fallimenti (in era 1.0 era più costoso partire e più grosso era ogni tonfo). Per poter imparare dagli errori, le cattive idee devono fallire, ne sono concordi molti osservatori internazionali -con John Battelle e Jeff Jarvis- che dicono che c'è troppo ottimismo intorno a queste iniziative Internet.

FuckedCompany - anche nel web2.0 si fallisce!

<http://fuckedcompany.com/>

TERZA PARTE: La società sarà 2.0!

in questa parte farò vedere un libro che passa di mano in mano
tra persone di tutto il mondo

*Non viene da pensare che il modello di cui discutiamo oggi in trasmissione sia destinato a morire se si guarda a **quello che sta succedendo nelle città italiane con BookCrossing**. Se trovate un libro su una panchina con un'etichetta incollata dentro: attenti potreste essere contagiati dal web2.0 senza averne mai sentito parlare prima.*

L'etichetta dice: "prendimi sono un libro molto speciale, sto viaggiando per il mondo da un lettore all'altro. Adesso che mi hai trovato, vai sul sito e inserisci il mio numero 01.01.01. Scoprirai dove sono stato, chi mi ha letto e potrai segnalare di avermi trovato e lasciare un commento. Poi leggimi e rilasciami ancora ..."



BookCrossing – "prendimi sono un libro libero!"
<http://www.bookcrossing-italy.com/>

"... The new media age of web2.0 is threatening only if you believe that an excess of democracy is the road to anarchy. Richard Stengel (Time Editor)"

Solo 5 anni fa una cosa del genere era impensabile, eppure l'economia moderna si sta modellando sulle spinte partecipative che vengono dalla società e da Internet.

L'idea non è nuova, a inizio anno ha girovagato per un paio di agenzie di pubblicità italiane il "Travelling Journal", una specie di diario che viene passato di mani in tutto il mondo tra un creativo e l'altro seguendo una lista di iscrizioni spontanee fatte via Internet. Quel bellissimo progetto era però elitario, mentre BookCrossing è sociale nel senso pieno del termine.

Travelling Journal
<http://lc-travellingjournal.tripod.com/journal01.html#>

CHIUSURA:

Questi secondo noi alcuni dei più importanti accadimenti del 2006 sul web2.0, questa è Nòva24-Il Sole24Ore e io sono Lele Dainesi ... qui ... ma in rete ... ☺ (e mi metto la maschera di Guy Fawkes per richiamare l'aspetto democratica e anche un po' anarchico dell'Internet partecipativa).