



Tecnologie

» [Prima Pagina](#) » [Tecnologie](#)

Informazione online, web 2.0 e social news. Come districarsi nella giungla del web

incontro con il Prof. Americo Bazzoffia



Mi piace 2

COMMENTA LA NOTIZIA

clicca sulle immagini per ingrandirle



Social network, web 2.0, social news ed informazione online in tempo reale: internet è un mezzo in continua evoluzione ed è sempre più complicato rimanere al passo con i tempi. Per analizzare presente e futuro della comunicazione online abbiamo incontrato il Prof. Americo Bazzoffia, esperto di comunicazione e docente universitario di Strategie pubblicitarie, Marketing e Comunicazione e Comunicazione pubblicitaria. Abbiamo chiesto al Prof. Bazzoffia consigli utili su come utilizzare le nuove tecnologie e districarsi in un'offerta d'informazione online sempre più complessa.

Prof. Bazzoffia quale consiglio darebbe ai nostri lettori per districarsi in un'offerta sempre più ampia (e a volte non

certificata) d'informazione sul web?

L'offerta di informazioni, notizie, e nozioni presenti sul web è cresciuta esponenzialmente negli ultimi decenni e con il web 2.0 (quella forma di web che facilita l'accesso e la diffusione di contenuti su internet anche a chi non detiene uno specifico know how) si è estesa oltre ogni aspettativa. Riuscire a districarsi in questa jungla di frasi, non è semplice, e ancor meno è facile distinguere ciò che è vero da ciò che è vero simile, o da ciò che è palesemente falso. Abbiamo comunque alcuni strumenti per orientarci: innanzitutto "l'affidabilità della fonte"; poi la possibilità di effettuare "riscontri" in rete e fuori dal web, ed infine la necessità di affidarsi alla proprio "bagaglio culturale". C'è da dire che sempre di più si avverte la mancanza nella rete di ordine e di una precisa attribuzione. Banalmente, infatti, nel Web anche gli aforismi più celebri vengono attribuiti una volta ad un autore, altre volte ad un altro, altre volte vengono fatti propri dalla "signora Maria" di turno. Per un soggetto strutturato da una solida formazione scolastica ciò può al massimo suscitare ilarità. Ma come studioso di comunicazione mi chiedo: ad un nativo digitale che trova nella Rete il suo humus culturale tutto ciò quali effetti può produrre? Ecco che l'inquietudine di una presenza "fluida" di un diritto d'autore che non garantisce introiti nella Rete, si trasforma nell'inquietudine della mancanza di un diritto alla certezza della fonte che permette la dilagante diffusione di saperi imprecisi, confusi, mutevoli, senza ordine ne principio, frutto di credenze piuttosto che di culture. Ad ammonimento, anche nella contemporanea cultura della Rete, ricordo che sulla prima copertina dell'Encyclopédie del XVIII secolo era apposta l'epigrafe di Orazio "Che grazia possono aggiungere agli argomenti banali il potere dell'ordine e del collegamento".

Come crede che evolverà l'offerta d'informazione su internet e cosa ci dobbiamo aspettare dopo il web 2.0? Che ruolo avranno gli smartphone?

Credo che le due domande siano tra loro collegate, ciò che si paventa come scenario immediato è che il rapporto tra informazioni e individuo sta evolvendo rapidamente rispetto al passato. Se con i media classici, era il soggetto che ricercava la "conoscenza sul mondo" acquistando il quotidiano al mattino o guardando il TG la sera in TV, oggi con i new media ed in particolare con la mobile communication il soggetto è investito quotidianamente da una miriade di informazioni e notizie che nella maggior parte dei casi non ha richiesto. Ovviamente non posso sapere cosa ci attende, ma penso che se questo processo iniziato con il web 2.0 continuerà ad espandersi oltre a demolire il mercato e gli operatori dell'informazione (processo che ha già pesantemente aggredito il mondo della discografia e dell'editoria) occorrerà iniziare a pensare ad una "ecologia dell'informazione", una ecologia che punti alla ripulitura dall'ambiente "l'eccesso di informazioni".

CORRELATE



Informazione web a pagamento



AGCOM libera di colpire la rete?



BeautifulPeople.com



Arriva Google+

The Circles Google+

TECNOLOGIE



Creare un curriculum con LinkedIn



L'app giusta per chi resta in città. La custodia perfetta per chi va al mare

Custodia Beachbuoy



Il Dos compie 30 anni



Dropbox

Dropbox



Wi-Fi sui treni Alta Velocità



BeautifulPeople.com

Guarda anche:

» [Tecnologie](#)

Il traffico a roma Comunicati stampa
Appuntamenti di oggi Ditirambo Le
vignette Parola ai lettori Cultura
Speciali Politikamente Calcio Roma Calcio
Lazio Basket Virtus A tutto gas
Auto & motori Fisco & finanza
Libri & letteratura Municipi

Quale sarà invece il ruolo dei social news (aggregatori di notizie), ormai già diventati punto di riferimento per molti utenti?

Credo che i social news siano un interessante e creativo esperimento di socializzazione delle informazioni, ma allo stesso tempo leggo criticamente queste sperimentazioni - come accennavo poc'anzi - come il sintomo di una drammatica riconfigurazione del ruolo del giornalista e una mutazione del mercato dell'informazione.

L'ascesa in termini di contatti di internet negli ultimi anni ha cambiato il modo di fare **pubblicità? Se sì in che modo? Quanto è importante la fidelizzazione dell'utente? Qual'è invece l'utilizzo di You Tube per diffondere messaggi pubblicitari?**

La pubblicità e il modo di fare pubblicità sta cambiando moltissimo. Ormai siamo palesemente nell'era della comunicazione integrata o cross-media advertising dove l'integrazione tra media (vecchi e nuovi), l'uso delle multi-piattaforme medial e la concezione e la pianificazione dei messaggi persuasivi integrati caratterizzano quella che un tempo era la reclame. La pubblicità di un tempo, capace di integrare linguaggi visivi, testuali, musicali e gestuali sui mezzi classici, oggi si trova ad adattare ed affrontare gli stessi linguaggi in nuove terre - a volte - inesplorate.

You Tube è un grande strumento a buon mercato per fare e per farsi pubblicità, ma è straordinariamente deludente e sbalorditivamente imbarazzante l'incapacità di portare risultati di vendita alle aziende se viene utilizzato come veicolo di spot pubblicitari pensati e progettati per la Tv. Come ho avuto modo di dimostrare in una mia recente ricerca (A. Bazzoffia, "Spot 2.0. L'uso di You Tube come strumento pubblicitario", *Franco Angeli Editore*) il linguaggio e gli schemi per attrarre e sedurre il consumatore in Tv non funzionano nell'audiovisivo sul web. Mezzo, messaggio e modalità di percezione degli stessi sono profondamente interrelati e nel web si ricombinano in modo assolutamente anomalo (di fatto annullando molti dei paradigmi acquisiti in decenni di studi sugli effetti a breve termine della comunicazione pubblicitaria).

Recentemente in un articolo abbiamo citato [Daniel Sieberg](#), critico hi-tech americano, che **vuol dimostrare come la nostra vita sia sempre più legata al web e ai "gadget" digitali. Lei personalmente che uso fa delle nuove tecnologie? L'eccessivo utilizzo può essere dannoso o semplicemente migliora la qualità della vita?**

Fin da bambini ci hanno insegnato che i lampi nel cielo possono portare buono o cattivo tempo. L'innovazione squarcia il cielo della nostra routine, delle nostre consolidate esperienze, e ci porta in nuovi territori (mentali e a volte fisici). Di fronte all'innovazione - come i nostri antenati di fronte alla prima scintilla che diede vita al fuoco - comunemente reagiamo in due modi: o la temiamo e la rifiutiamo oppure ne rimaniamo incantati. Da studioso di comunicazione, il mio sestante cerca di guidarmi razionalmente analizzando i fenomeni senza terrore e senza fascinazione per il "novus". Per tanto uso e studio la tecnologia cercando di capire come le nuove performance che ci propone possano essere delle protesi positive che potenziano le possibilità della nostra mente e del nostro corpo oppure protesi negative che invece subentrano per alienarci e renderci sempre più in balia di artefatti estranei al nostro corpo e alla nostra natura.

Per saperne di più ecco il [blog](#) del Prof. Amerigo Bazzoffia

Intervista di Stefano Soriano

Per consigli o segnalazioni scrivete a: tecknologie@corriereromano.it

TAG: [web 2.0](#) - [informazione web](#) - [social network](#)

[20-09-2011]



COMMENTA LA NOTIZIA

CORREGGI LA NOTIZIA

Commenti

Nessun commento alla notizia