

Il futuro del blog? Sarà sempre più "micro".

Di Mattia Camellini

Lunedì 05 Novembre 2007 15:41



Così la pensano anche i due colossi della rete, Google e Microsoft, che hanno appena speso centinaia di milioni di dollari per comprare rispettivamente Jaiku, una società finlandese di microblogging nata solo un anno fa, e una quota di minoranza (1,6%) di Facebook, società statunitense di social networking nata nel 2004. Ma perché il microblogging, con i suoi appena 140 caratteri di scrittura consentiti, interessa poi così tanto? Non bastavano i blog esistenti, molto più qualificati e autorevoli? Il punto è proprio questo: i blog, o comunità online, hanno generalmente una struttura verticale e centralizzata. Sono gestiti da un moderatore, in luogo ben definito, e l'utente è spesso un fruitore... del pensiero altrui. Riflettono in sostanza un vecchio modo di comunicare. Le reti sociali, invece, rispecchiano la nuova redistribuzione del potere in rete: l'utente è contemporaneamente fruitore e produttore di contenuti (vedi youtube). L' "io penso" del blog convive con il "noi facciamo" del social networking. Questa rivoluzione è figlia del cosiddetto Web 2.0, grazie alla sua possibilità di catturare i contenuti multimediali generati dagli utenti per condividerli in rete attraverso la banda larga. Il successo del social networking, secondo Datamonitor, sembra inarrestabile almeno fino al 2012, quando si stabilizzerà. Si calcola che a fine 2007, con il tasso attuale di crescita, i soli membri attivi di Myspace nel mondo saranno circa 250 milioni; se consideriamo che i siti di social networking sono centinaia, si fa presto a immaginare quali appetiti pubblicitari ci siano dietro questi enormi target. A parte Myspace, che è in realtà un sito generalista, la maggior parte delle community esprimono interessi ben definiti e selettivi: dalla passione per il cinema allo sviluppo di software "open source"; dai viaggi e vacanze alle raccolte dei fumetti; dalle comunità etniche agli studenti liceali, e così via. Ma questo è solo il primo passo: se alla vivacità e ai contenuti delle reti sociali aggiungiamo la mobilità wireless, consentita dai telefonini di ultima generazione, ecco che abbiamo reso possibile il microblogging. Ossia la possibilità per il nostro utente di social networking di diventare un vero "blogtrotter". Instant Messaging, SMS, E-mail, possono essere inviati e letti in qualsiasi momento e da qualsiasi posto. Già oggi, attraverso il citato sito Jaiku o il suo più famoso concorrente Twitter (letteralmente "cinguettio"), è possibile comunicare ad un gruppo di amici quello che state facendo, visualizzare dove si trovano, condividere con loro uno

Il futuro del blog? Sarà sempre più "micro".

Di Mattia Camellini

Lunedì 05 Novembre 2007 15:41

stato d'animo, organizzare una partita di calcetto, ecc. Naturalmente il livello di confidenzialità di quello che vorrete condividere sarà graduato secondo le diverse tipologie di persone da cui vi volete far seguire: familiari, amici, colleghi di lavoro, ecc. Ecco un esempio d'uso da parte di due noti politici che hanno scelto entrambi il microblogging: Walter Veltroni (<http://twitter.com/WVeltroni>) e Barack Obama (<http://twitter.com/BarackObama>) Non tutti, naturalmente, sono d'accordo sull'inarrestabile successo del microblogging perché, dicono i suoi detrattori, il mezzo è sì potente ma quello che consente di dire in così poche battute è veramente povero e banale. Il dubbio insomma è che a distanza di anni, possa avere ancora ragione il bravo Corrado Guzzanti.