

La risposta alle sfide della globalizzazione? Il Web 2.0

I congressi dedicati a Web 2.0, la nuova generazione di Internet, sono sempre più frequenti. Il più importante, il Web 2.0 Summit, arrivato alla sua quinta edizione, si terrà a San Francisco tra il 5 e il 7 novembre 2008. Il focus del convegno sarà l'utilizzo del web per affrontare i problemi legati ai limiti più evidenti della nostra società. Dal riscaldamento globale alla crisi finanziaria mondiale dei subprime, alle diminuzioni delle risorse energetiche. Il web è alla base di nuovi movimenti sociali e di azioni collettive. La complessità che deriva dalla globalizzazione può essere gestita grazie all'intelligenza collettiva possibile su internet. Per questo sono previsti interventi di personaggi della medicina, della politica e dell'economia. Tra questi Al Gore, ex vice presidente degli Stati Uniti, Michael Pollan, esperto mondiale di ambiente e agricoltura e professore all'Università di Berkeley, e Lawrence Lessig, professore di diritto all'Università di Stanford e autore di libri sull'evoluzione del copyright con l'avvento della Rete. Web 2.0 rappresenta la piena diffusione di internet, la democratizzazione dei mezzi di pubblicazione e la possibilità di interagire in gruppi, anche molto allargati. In sostanza l'accesso alla rete diventa universale, chiunque ha i mezzi per diventare editore multimediale ed è possibile creare dei movimenti su obiettivi sociali che, dal web, intervengano sulla realtà quotidiana. Al congresso saranno presenti, come in passato, i migliori imprenditori del web come



La quinta edizione del summit mondiale,

prevista a San Francisco il 5 novembre, affronta i cambiamenti globali

Marc Andreessen, l'inventore di Mosaic, il primo browser, Chris De Wolfe, fondatore di MySpace, Mark Zuckerberg, creatore di Facebook e Jack Ma di Alibaba, punto di riferimento di Internet in Cina. Per la prima volta quest'anno il peso dei maggiori blogger negli interventi, come Arianna Huffington, (www.thehuffingtonpost.com), o di Michael Arrington, (www.techcrunch.com), sarà comparabile a esponenti dei media tradizionali come Ken Auletta del The New Yorker o Kevin Kelly di Wired. È un segnale dello spostamento dell'informazione dai media broadcaster come i giornali e la televisione alla Rete e a siti nati come blog ed evoluti in informazione on line. Il convegno tratterà anche delle nuove proposte applicative delle società Web 2.0 per le aziende. In parte già anticipate nel Web 2.0 Expo dedicato al social network, che si tiene a New York nel mese di settembre, dal 16 al 19. Le aziende emergenti sono sempre più numerose con un portafoglio di grandi clienti. Conduit, (www.conduit.com) diffonde in Rete il brand e le informazioni in tempo reale attraverso la diffusione di toolbar personalizzabili, i suoi prodotti sono stati adottati da Greenpeace, Lufthansa e Opodo per incrementare traffico e business o raccolta di fondi. Awareness, (www.awarenessnetwork.com) consente la realizzazione di comunità aziendali o di clienti attraverso una piattaforma, servizi correlati come wiki, blog e strumenti di user generated content. Le comunità possono pubblicare e condividere informazioni in tempo reale, aumentando la conoscenza complessiva e migliorando le interazioni tra le persone. Awareness è già stato acquisito da organizzazioni come McDonald, Discovery Channel, Oracle, Kodak, The New York Times e Northwestern Mutual. Mzinga (www.mzinga.com) ha come obiettivo l'organizzazione che apprende da sé stessa e aumenta, per questo, la propria competitività. Mzinga ha introdotto le proprie soluzioni di reti sociali in centinaia di clienti di tutti i settori. In quello finanziario si possono citare American Express, Guardian Life Insurance Co. of America, HSBC, Irwin Union Bank, Marh Inc. e Prudential Financial. Sono presenti anche le principali televisioni, come ABC, CBS, FOX e MTV. Panther (www.pantherexpress.net) crea e diffonde i contenuti in Rete in ogni possibile formato digitale.