

Il Decalogo del Web 2.0, versione beta,

di Vito Di Bari

Estratto dal libro [Web 2.0, Il Sole 24Ore](#)

*INTERNET È CAMBIATO. E VOI?
I consigli dei principali esperti
italiani e internazionali
per affrontare le nuove sfide*



Il Web 2.0 (o Internet 2.0) non è un software specifico né un marchio registrato, ma una metrica di valutazione e un insieme di approcci definiti come innovativi nell'utilizzo del Web. Il neologismo è di Dale Dougherty, vicepresidente della O'Reilly Media, ed è stato ufficializzato nella prima Web 2.0 Conference, promossa nel 2004 dalla stessa O'Reilly Media. Il termine si riferisce a un'attitudine alla collaborazione e condivisione di contenuti, abilitata da sistemi software sviluppati per supportare l'interazione in rete. Questo approccio evolutivo è basato sull'utilizzo del Web come piattaforma.

Ora, il problema è che né Dale Dougherty né Tim O'Reilly (a capo della O'Reilly Media) hanno formulato una definizione puntuale del Web 2.0. Il Web 2.0 segna l'evoluzione del World Wide Web da una serie (collegata) di siti statici a un ambiente globale nel quale i software online, le connessioni a banda larga e le applicazioni multimediali offrono contenuti più ampi e un'interazione più stretta fra gli utenti. In questo scenario, l'assenza di una definizione unica ha contribuito ad alimentare un dibattito internazionale (tuttora in corso) che ha accresciuto ulteriormente l'interesse intorno al termine Web 2.0.

Dall'analisi delle dichiarazioni di Tim O'Reilly e John Battelle e degli aggiornamenti successivi, di Wikipedia e della letteratura corrente digitale e cartacea, dei post nei blog e delle puntualizzazioni degli addetti ai lavori, ritengo che le peculiarità del Web 2.0 possano essere riassunte in questo Decalogo, che vi propongo in versione beta.

1. **Il Web è una piattaforma.** Dai software installati sul pc degli utenti si arriva ai software-servizi accessibili online. Dati e software che li analizzano sono tutti online, non più scorporati.
2. **Il Web è funzionalità.** Si compie la transizione dei siti web da silos di informazione a fonti di contenuto e servizi.
3. **Il Web è semplice.** Si facilita l'accesso e l'utilizzo dei servizi web anche da parte degli "early adopter" utilizzando interfacce utente leggere e basate, per esempio, su AJAX ma ricche, interattive e facili da usare (user friendly).
4. **Il Web è leggero.** I modelli di sviluppo, i processi e i modelli di business diventano leggeri. La leggerezza è connotata dalla condivisione di contenuti e servizi e abilitata dall'implementazione di elementi modulari intuitivi e di facile utilizzo.

5. **Il Web è sociale.** Le persone fanno il Web, “popolano il Web”, socializzando e spostando via via maggiori componenti dalla vita fisica a quella online.
6. **Il Web è flusso.** Viene data fiducia agli utenti come co-sviluppatori e si accetta di vivere una condizione di “beta perpetuo”, che sancisce la morte del ciclo di adozione del software.
7. **Il Web è flessibile.** Il software si colloca a un livello superiore rispetto al singolo dispositivo (device) per fare leva sul potere della Long Tail attraverso il customer self-service e sulla gestione di dati algoritmici per raggiungere l’intero Web: le periferie e non solo il centro, la coda lunga e non solo la testa.
8. **Il Web è mixabile.** La diffusione di codici per modificare le applicazioni web (come fa, per esempio, Google con il suo Google Maps) permette a tanti smalzati individui, non necessariamente professionisti dell’informatica, di mixare un’applicazione con un’altra per ottenerne una terza. È questa la potenza del Web 2.0, una catena senza fine di incroci (in gergo, mashup).
9. **Il Web è partecipativo.** Si adotta un’architettura di partecipazione che incoraggi gli utenti ad aggiungere valore all’applicazione mentre la usano, in alternativa al controllo gerarchico del controllo all’accesso delle applicazioni.
10. **Il Web è nelle nostre mani.** Si implementa un’umentata organizzazione e categorizzazione dei contenuti, che enfatizza l’interazione mirata, mediante deep linking. Grazie a fenomeni come la “classificazione sociale” (social tagging) i contenuti sono sempre più facilmente raggiungibili.

Questo testo è un estratto del libro [“Web 2.0”, Ed. Il Sole 24Ore \(2007\)](#). Tutti i diritti sono riservati, secondo la normativa del diritto d’autore. Si permette la pubblicazione e citazione parziale o totale del presente testo, solo riportando la fonte corretta: Vito Di Bari, Web 2.0, Ed. Il Sole 24Ore (2007), www.vitodibari.net.