

# WEB 2.0

**INTERNET È CAMBIATO. E VOI?**  
I CONSIGLI DEI PRINCIPALI ESPERTI ITALIANI  
E INTERNAZIONALI PER AFFRONTARE LE NUOVE SFIDE  
*a cura di Vito Di Bari*  
Ed. Il Sole 24Ore 2007



## Premessa

Amarcord il novantanove, grazie Lawrence, *di Vito Di Bari*

1. Introduzione al Web 2.0
  - 1.1 Cosa è il Web 2.0, *di Vito Di Bari*
  - 1.2 Decostruire l'inganno del Web 2.0, *di Geert Lovink*
2. Gli strumenti del Web 2.0
  - 2.1 Blog: se il medium è il messaggio, allora le persone sono il contenuto, *di Stefano Quintarelli*
  - 2.2 La ricerca si fa sociale: il tagging e la folksonomia, *di Luca Rosati*
  - 2.3 La folksonomia e il Web semantico, *l'opinione di Thomas Vander Wal*
  - 2.4 L'importanza della folksonomia, *l'opinione di Bebo White*
  - 2.5 Socializzare in rete: dai social network al Digital Self, *di Marcello Rinaldi*
  - 2.6 Socialità e consumo: il caso Sprite Yard, *di Stefano Pace*
  - 2.7 Social network, *l'opinione di Selene Kolman*
  - 2.8 Il podcasting e la sua diffusione in Italia, *di Valerio Di Giampietro*
  - 2.9 Il podcasting, *l'opinione di Dean Whitbread*
  - 2.10 Web Service e mashup, *l'opinione di John Musser*
3. Socializzare con il Web 2.0
  - 3.1 Le azioni collettive, *l'opinione di Howard Rheingold*
  - 3.2 Da MSN Messenger a Facebook: evoluzione degli strumenti
  - 3.3 di socializzazione in rete, *di Stefano Maruzzi*
  - 3.4 Il blog eCuaderno, *la testimonianza di José Luis Orihuela*
  - 3.5 Metamondi ed entertainment, quale futuro?, *di Giusto Toni*
  - 3.6 Il Metaverso di Second Life, *di Antonio Dini*
  - 3.7 I mondi virtuali e Second Life, *l'opinione di Edward Castronova e Mark W. Bell*
4. Cercare, informarsi, imparare con il Web 2.0
  - 4.1 Newsmaking 2.0, *l'opinione di Andrew Keen*

- 4.2 Digg.com, *la testimonianza di Jay Adelson*
  - 4.3 Il Web 2.0 cambia le newsroom, *di Massimo Esposti*
  - 4.4 Cultura e Web 2.0, *di Andrea Granelli*
  - 4.5 Antropologia del Learning 2.0, *l'opinione di Michael Wesch*
  - 4.6 OVO: un hub creativo in rete, *la testimonianza di Andrea Pezzi*
  - 4.7 “12 Byzantine Rulers”, *la testimonianza di Lars Brownworth*
  - 4.8 La persuasione e il Web, *l'opinione di BJ Fogg*
5. Fare business con il Web 2.0
- 5.1 Fare leva sull’“impresa 2.0” per il vantaggio competitivo, *di James Manyika e Jacques Bughin*
  - 5.2 Social network e modelli di business, *di Carlo Alberto Carnevale Maffè*
  - 5.3 Il Web 2.0 entra nelle aziende, *di Emanuele Quintarelli*
  - 5.4 Il social tagging di 11870.com, *la testimonianza di Jesús Encinar*
  - 5.5 Il caso Expopage, *di Sebastien Kuester*
  - 5.6 Ducati Desmoblog: un corporate blog a supporto della community, *di Patrizia Cianetti*
6. Promuovere e pubblicizzare con il Web 2.0
- 6.1 Advertising nel Web 2.0: caratteristiche e logiche di un nuovo approccio all’advertising. Il potere al consumatore, *di Layla Pavone*
  - 6.2 Ecosistemi digitali e Web 2.0 al servizio delle aziende, *di Massimo Giordani*
  - 6.3 Il caso “500 wants you”: obiettivi, strumenti, caratteristiche, *di Stefano Stravato*
  - 6.4 Il progetto “MyPanini.com”. Un caso di engagement del cliente, *di Antonio Allegra*
7. Divertirsi con il Web 2.0
- 7.1 User generated content, *l'opinione di Jamie Cason*
  - 7.2 Fora.tv: il Web 2.0 e l'intrattenimento intelligente, *la testimonianza di Brian Gruber*
  - 7.3 Mobile Web 2.0, *di Massimo Pettiti*
  - 7.4 La tv personale, *di Franco Iseppi*
  - 7.5 Your Truman Show, *la testimonianza di Arturo Artom*
  - 7.6 Mobile Web 2.0: il caso Disney Mobile, *di Sara Passarella*
  - 7.7 La YouTube cinese: Tudou.com, *di Gary Wang*
8. Effetti sociali del Web 2.0
- 8.1 Società e impresa al guado di una nuova condivisione del mondo?, *di Alberto Abruzzese*
  - 8.2 L’evoluzione delle protesi emozionali, *di Gianluca Nicoletti*
9. Il Web nel 2015 e nel 2020: la Longer Tail e la Longest Tail, *di Vito Di Bari*