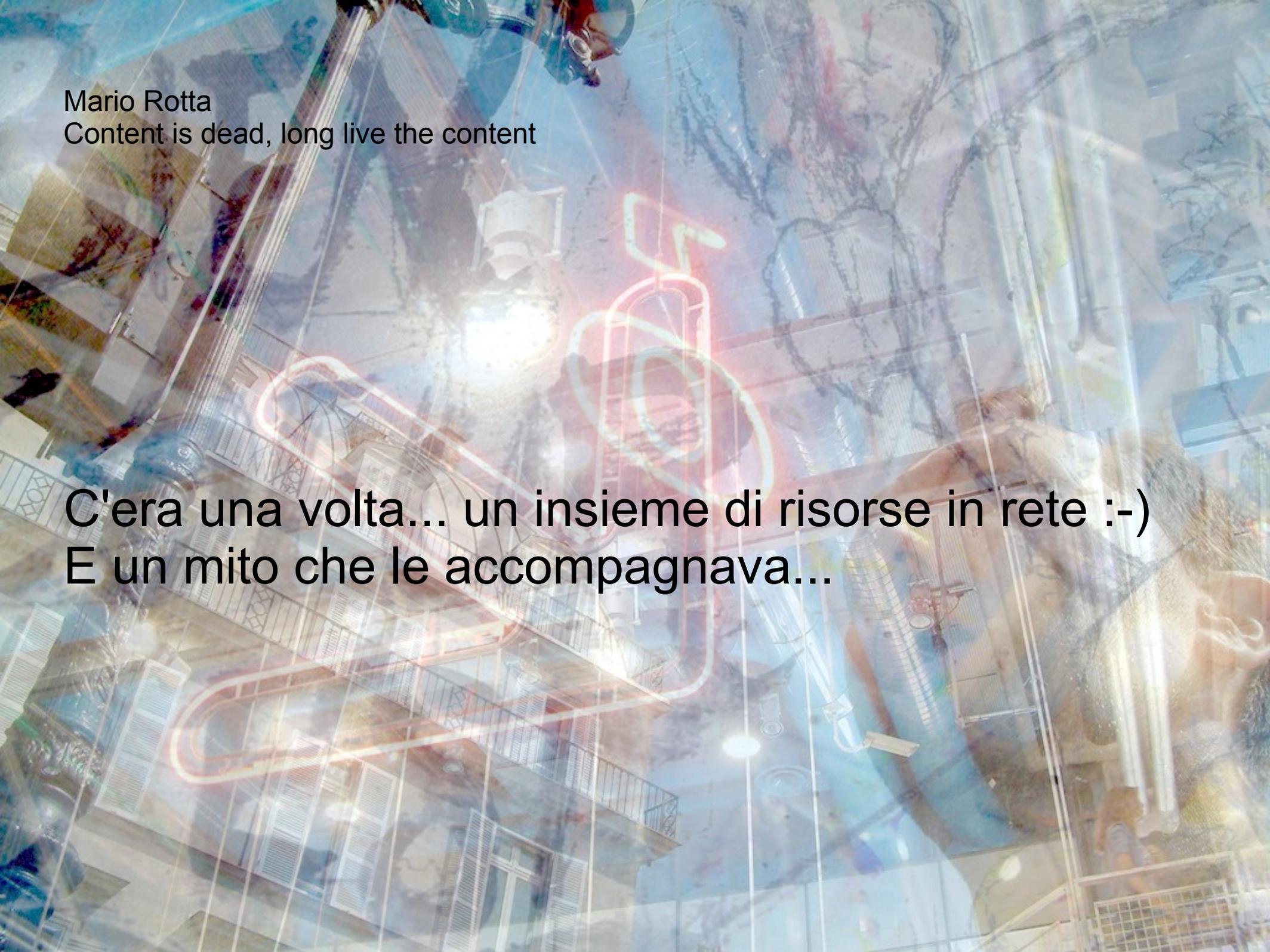


A complex digital collage. The background is a cityscape with buildings and a large, detailed portrait of a man's face on the right side. Overlaid on this are glowing, neon-like lines in red and blue, forming abstract shapes and patterns. The overall aesthetic is futuristic and digital.

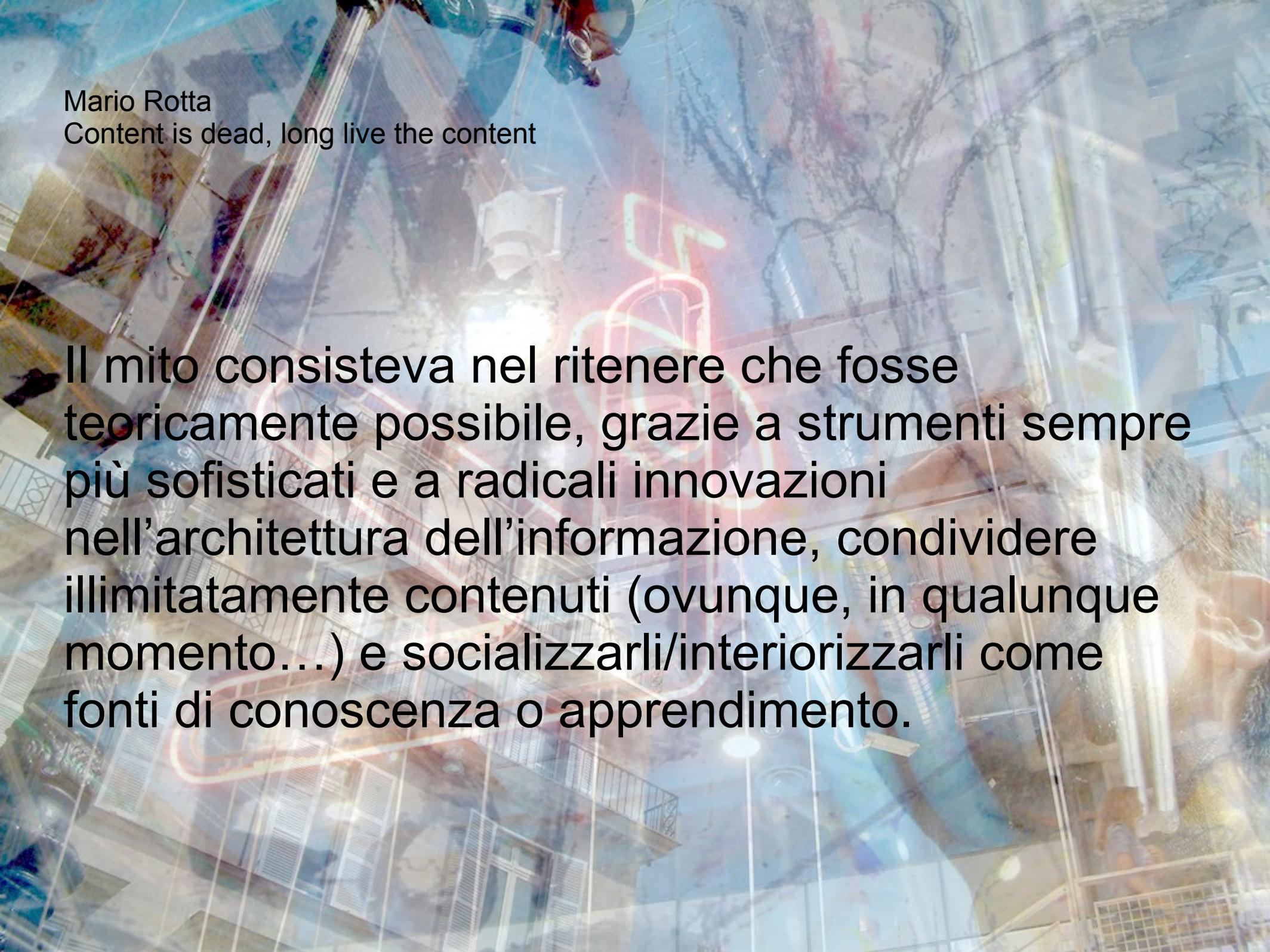
Mario Rotta

Content is dead,  
long live the content  
Affrontare l'overload 2.0



Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

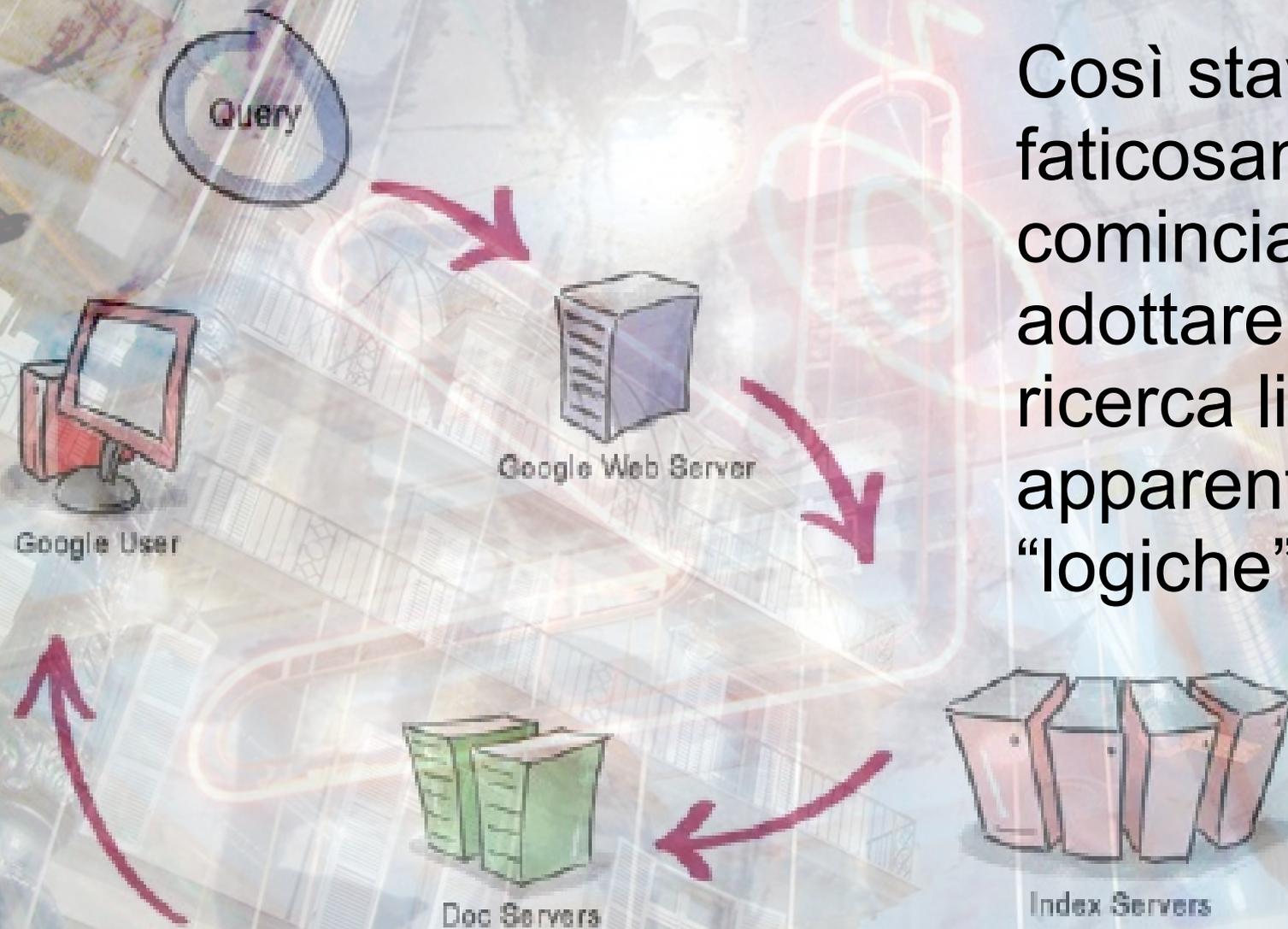
C'era una volta... un insieme di risorse in rete :-)  
E un mito che le accompagnava...



Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

**Il mito consisteva nel ritenere che fosse teoricamente possibile, grazie a strumenti sempre più sofisticati e a radicali innovazioni nell'architettura dell'informazione, condividere illimitatamente contenuti (ovunque, in qualunque momento...) e socializzarli/interiorizzarli come fonti di conoscenza o apprendimento.**

Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

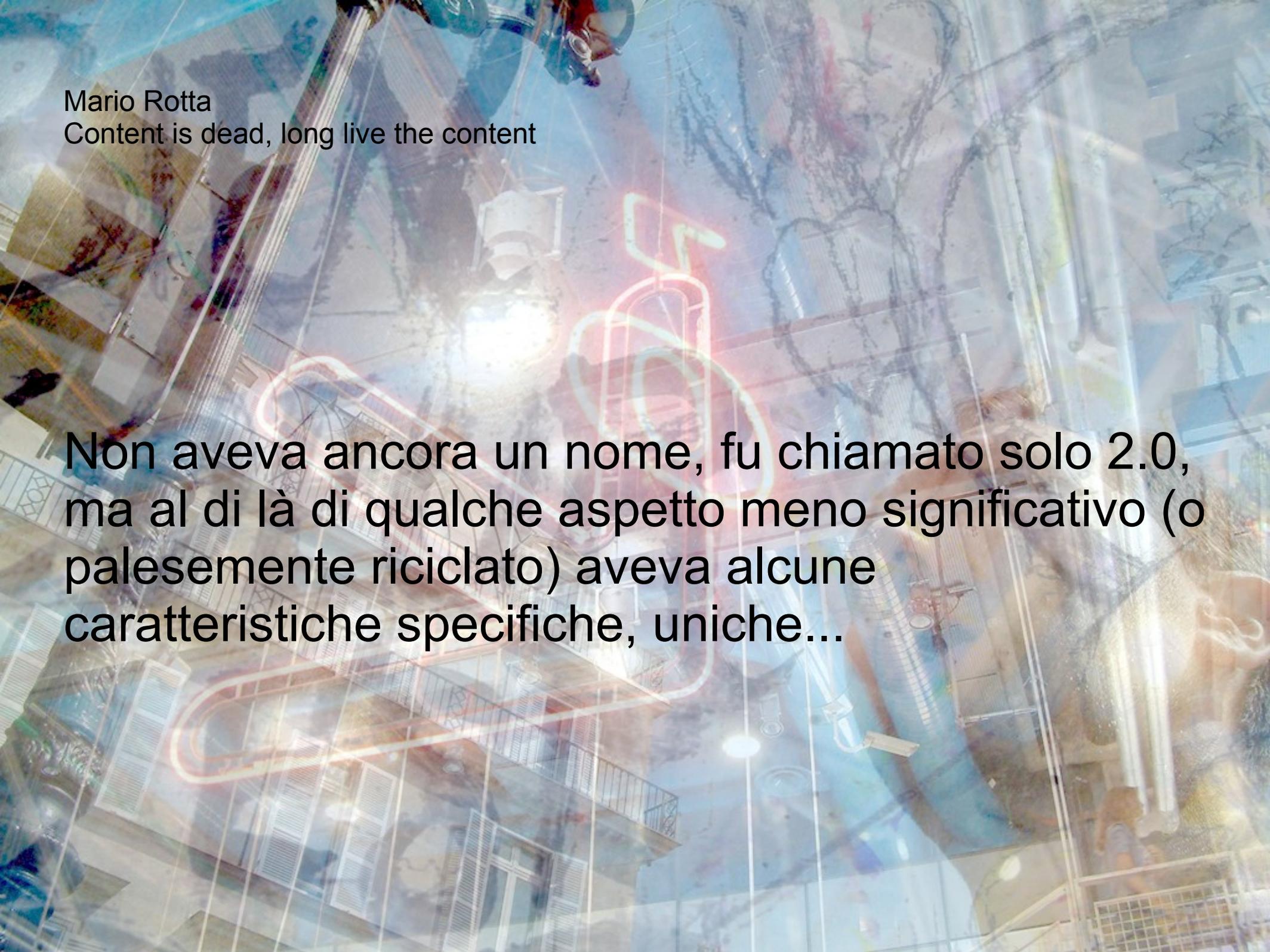


Così stavamo  
faticosamente  
cominciando ad  
adottare strategie di  
ricerca lineari,  
apparentemente  
“logiche”...

Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

Quando il web  
cominciò a cambiare...





Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

Non aveva ancora un nome, fu chiamato solo 2.0, ma al di là di qualche aspetto meno significativo (o palesemente riciclato) aveva alcune caratteristiche specifiche, uniche...



Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

Almeno tre i fenomeni che si osservarono:

- **Personalizzazione**
- **Immediatezza**
- **Socializzazione**

Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

- **Personalizzazione**

Volevamo le “nostre” informazioni (Google News, RSS), avevamo bisogno di strumenti per costruire i “nostri” percorsi e accumulare conoscenze...

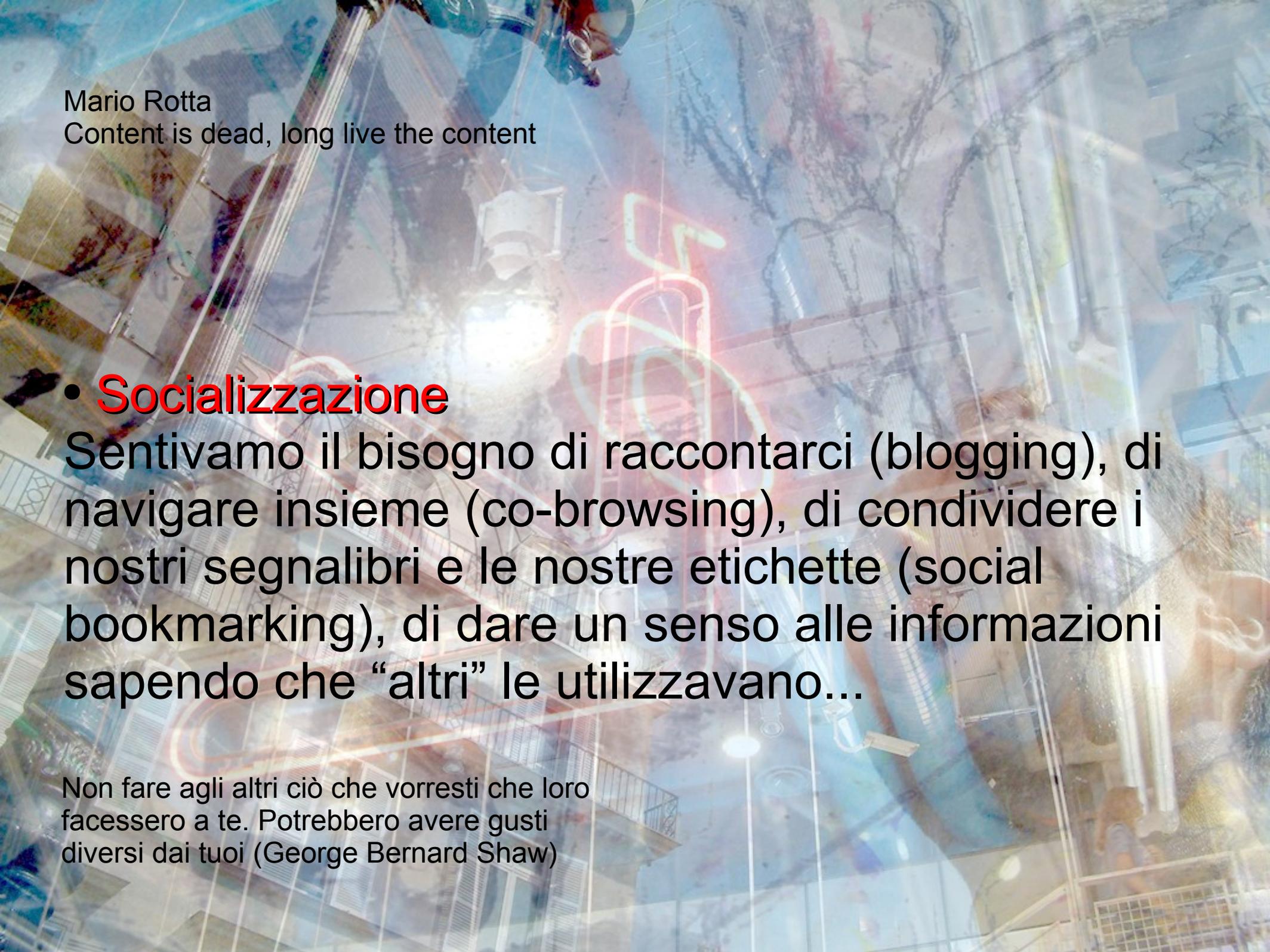
Imparare molte cose non insegna a essere intelligenti (Eraclito)

Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

- **Immediatezza**

Volevamo “trovare” più che cercare. Interrogando la rete in linguaggio naturale, collocando le informazioni nello spazio (georeferenzialità), o “fuori” dal tempo (podcasting). E poi c'era anche chi aveva bisogno di una “seconda vita”... ;-)

Ciò che gli uomini vogliono realmente non è la conoscenza, ma la certezza (Bertrand Russell)



Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

- **Socializzazione**

Sentivamo il bisogno di raccontarci (blogging), di navigare insieme (co-browsing), di condividere i nostri segnalibri e le nostre etichette (social bookmarking), di dare un senso alle informazioni sapendo che “altri” le utilizzavano...

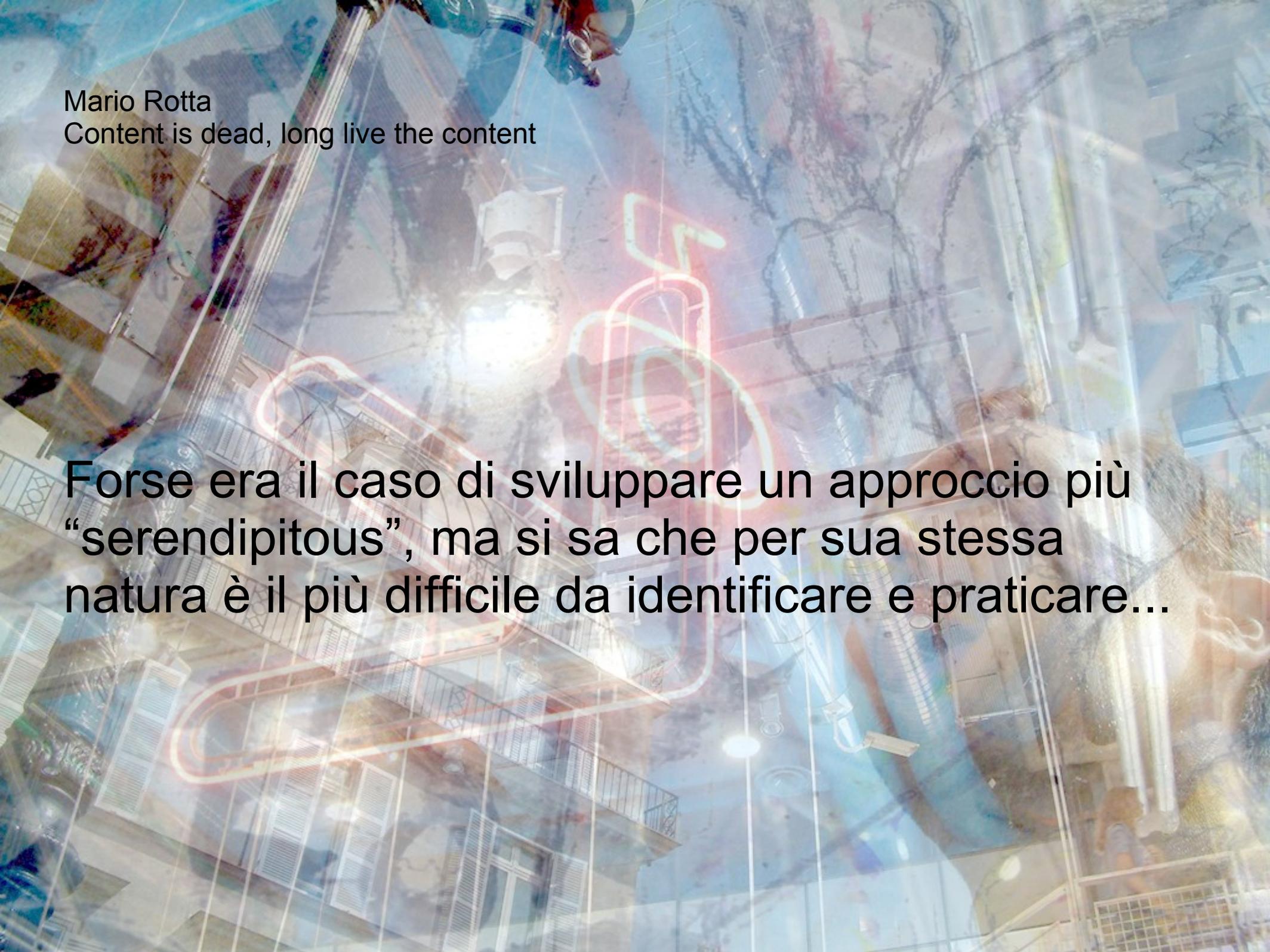
Non fare agli altri ciò che vorresti che loro facessero a te. Potrebbero avere gusti diversi dai tuoi (George Bernard Shaw)

Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

In questa prospettiva cambiava soprattutto la relazione tra utenti e informazioni: non bastava più saper navigare o imparare a cercare, bisognava cominciare a “trovare”... ma come?

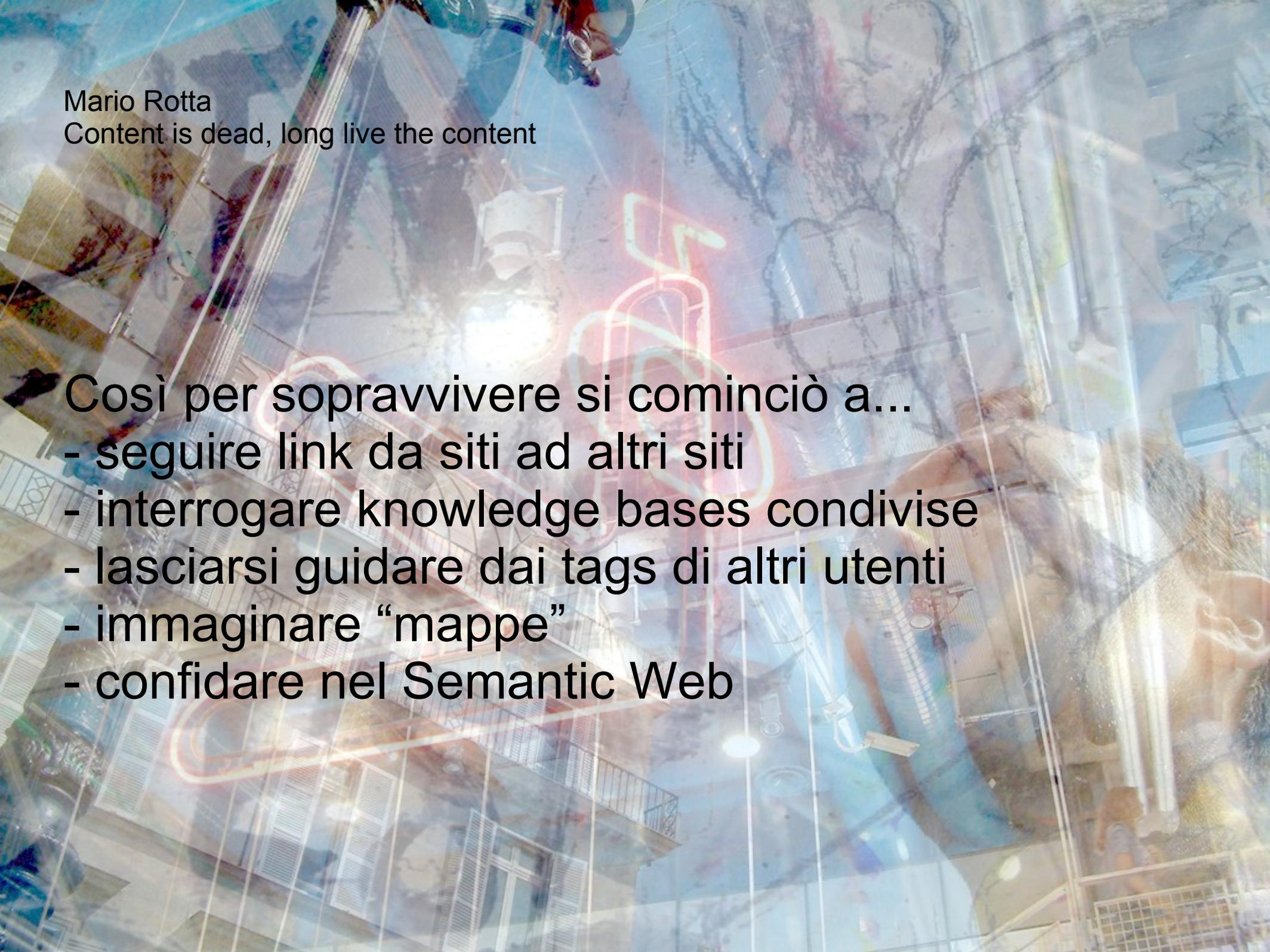


“What I’m trying to say, Mary, is that I want your site to be linked to my site.”



Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

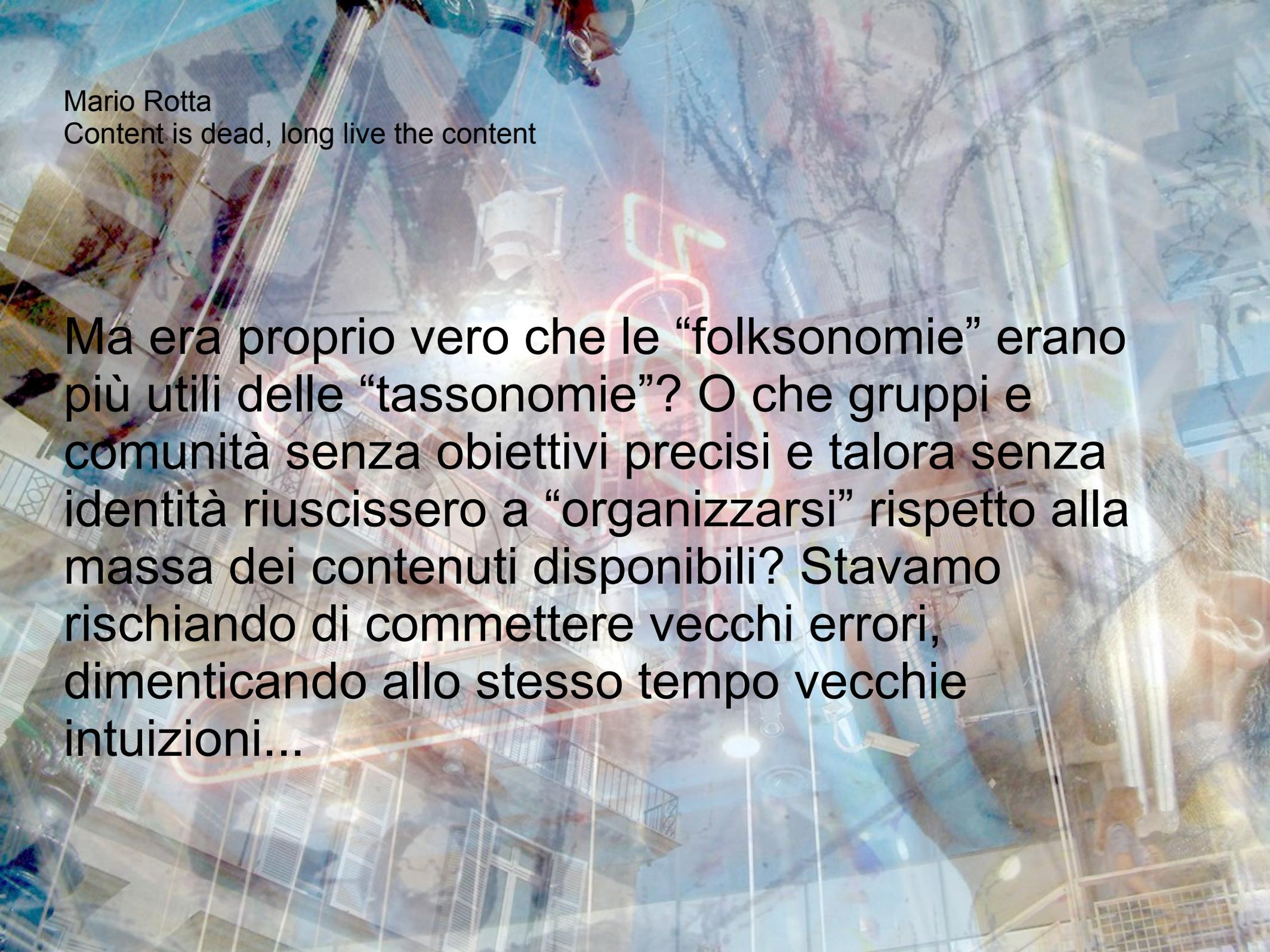
Forse era il caso di sviluppare un approccio più “serendipitous”, ma si sa che per sua stessa natura è il più difficile da identificare e praticare...



Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

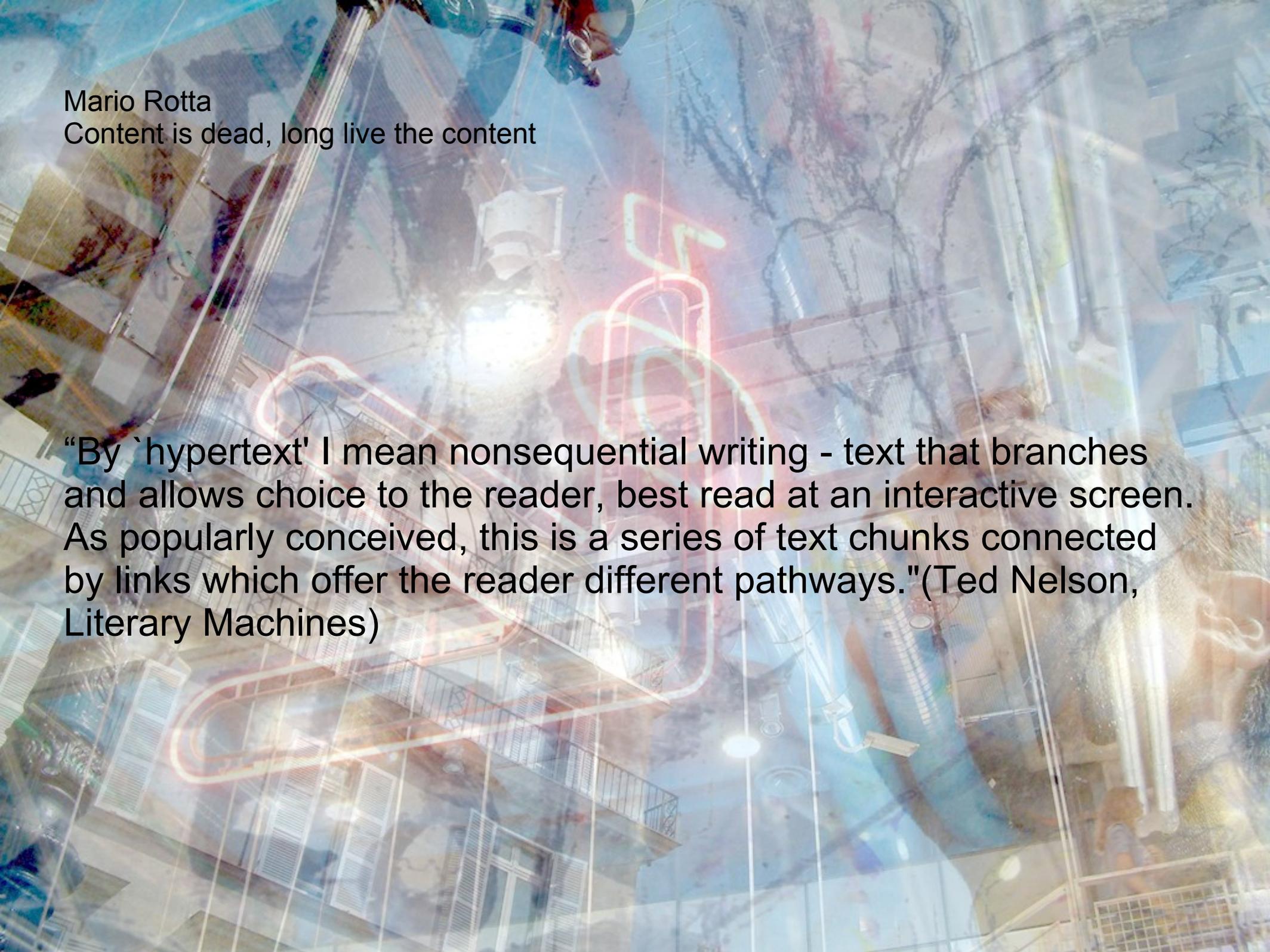
Così per sopravvivere si cominciò a...

- seguire link da siti ad altri siti
- interrogare knowledge bases condivise
- lasciarsi guidare dai tags di altri utenti
- immaginare “mappe”
- fidare nel Semantic Web



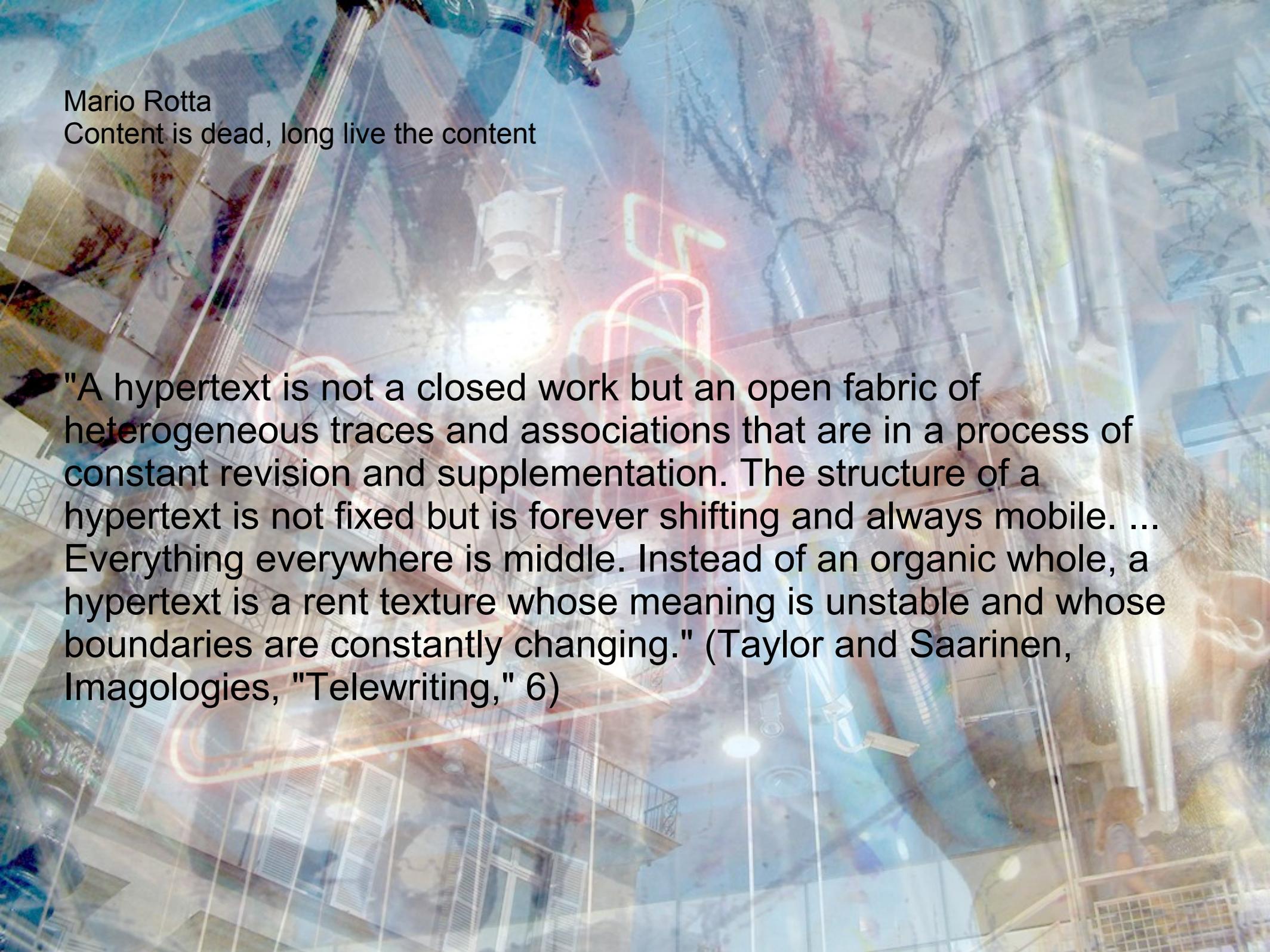
Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

Ma era proprio vero che le “folksonomie” erano più utili delle “tassonomie”? O che gruppi e comunità senza obiettivi precisi e talora senza identità riuscissero a “organizzarsi” rispetto alla massa dei contenuti disponibili? Stavamo rischiando di commettere vecchi errori, dimenticando allo stesso tempo vecchie intuizioni...



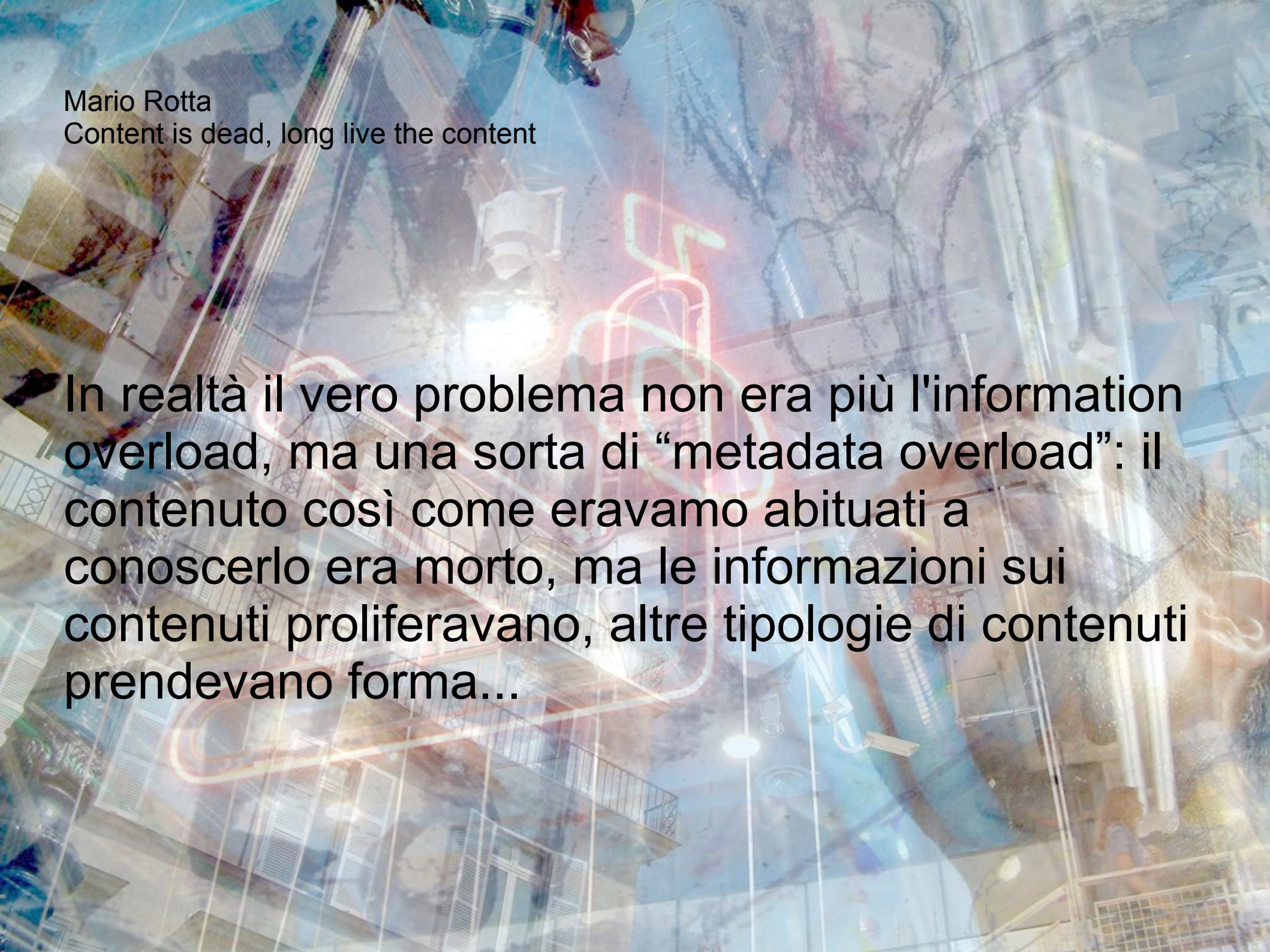
Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

“By `hypertext' I mean nonsequential writing - text that branches and allows choice to the reader, best read at an interactive screen. As popularly conceived, this is a series of text chunks connected by links which offer the reader different pathways.”(Ted Nelson, Literary Machines)



Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

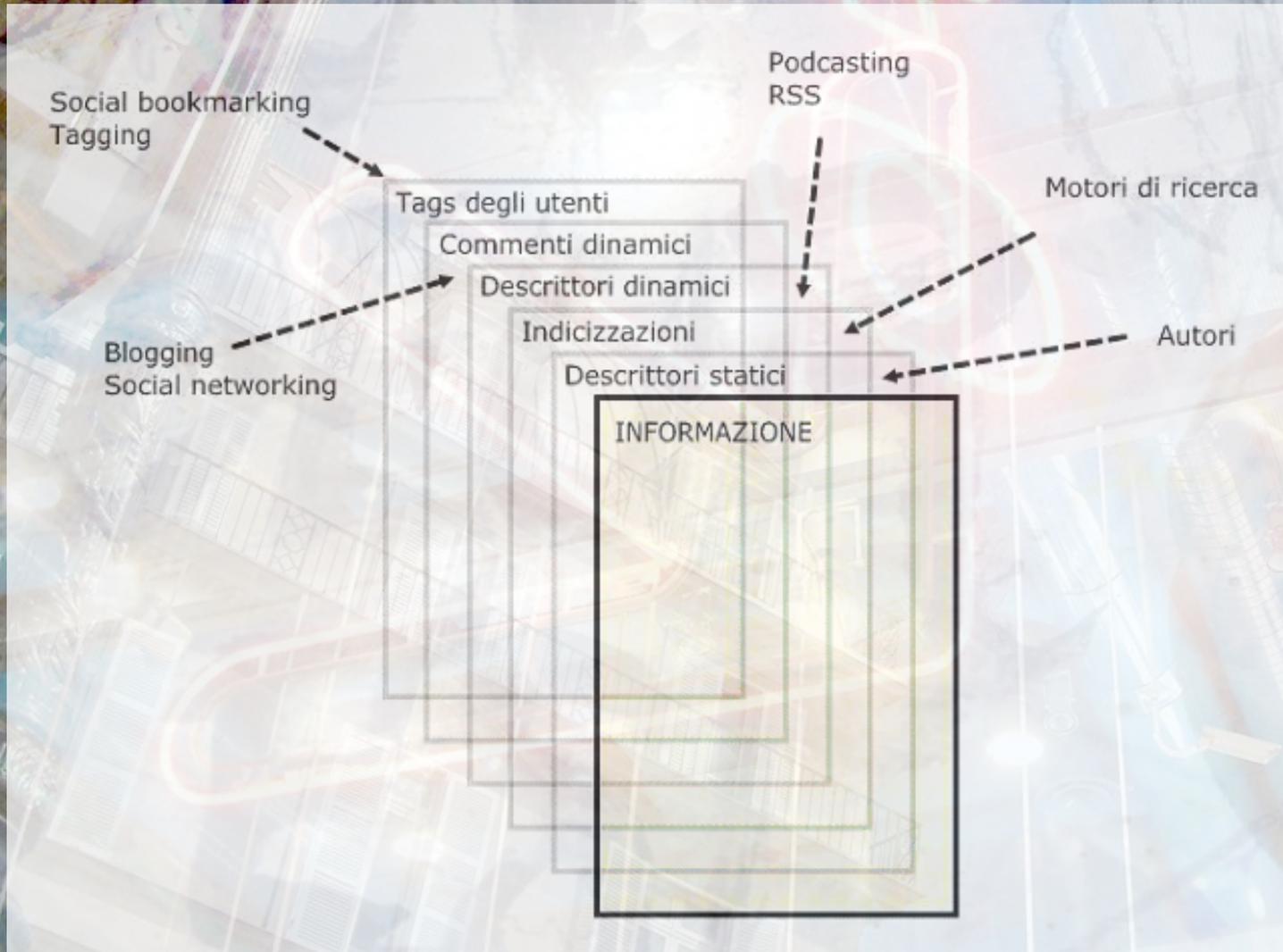
"A hypertext is not a closed work but an open fabric of heterogeneous traces and associations that are in a process of constant revision and supplementation. The structure of a hypertext is not fixed but is forever shifting and always mobile. ... Everything everywhere is middle. Instead of an organic whole, a hypertext is a rent texture whose meaning is unstable and whose boundaries are constantly changing." (Taylor and Saarinen, *Imagologies*, "Telewriting," 6)

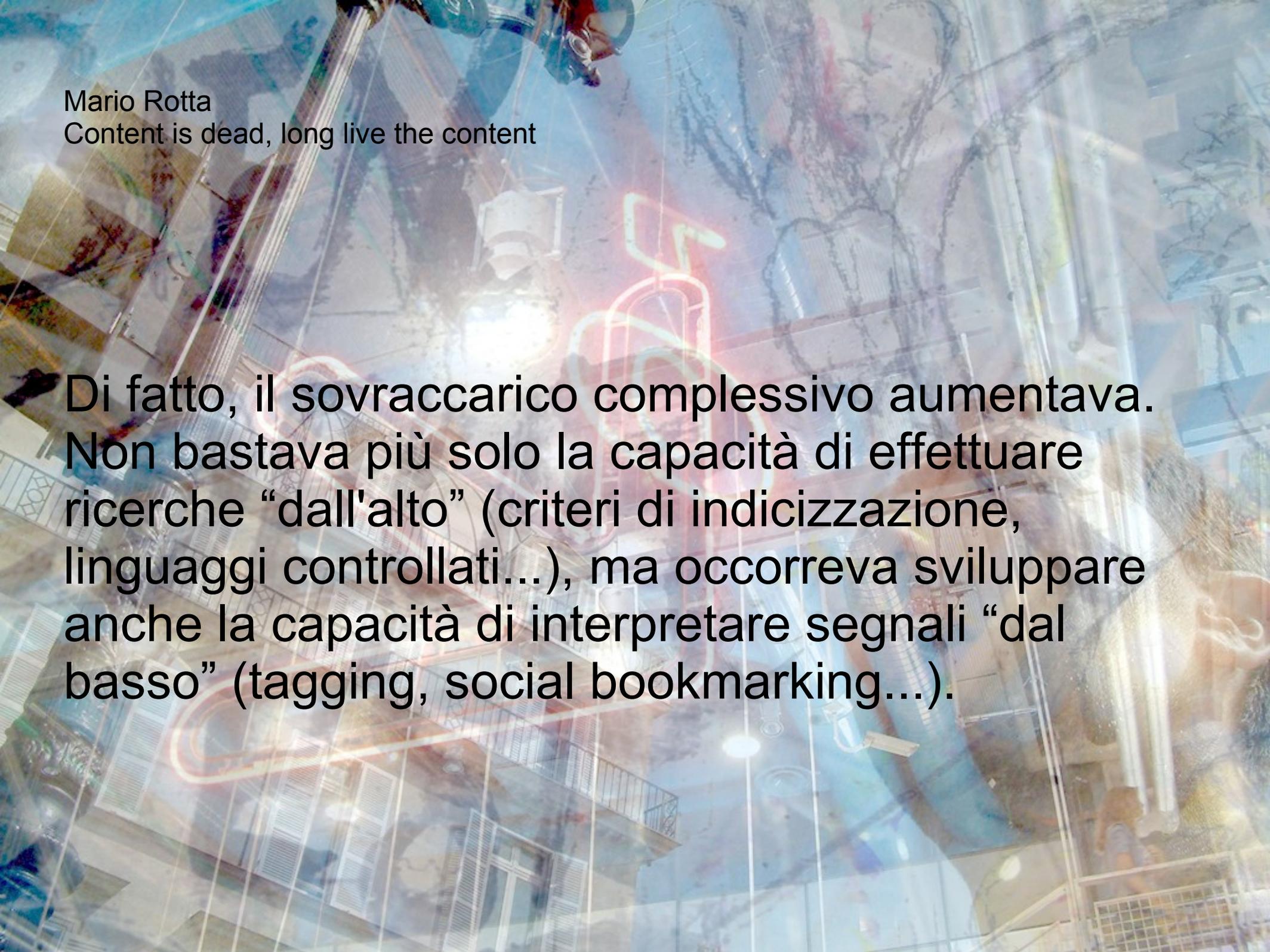


Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

In realtà il vero problema non era più l'information overload, ma una sorta di “metadata overload”: il contenuto così come eravamo abituati a conoscerlo era morto, ma le informazioni sui contenuti proliferavano, altre tipologie di contenuti prendevano forma...

Mario Rotta  
Content is dead, long live the content





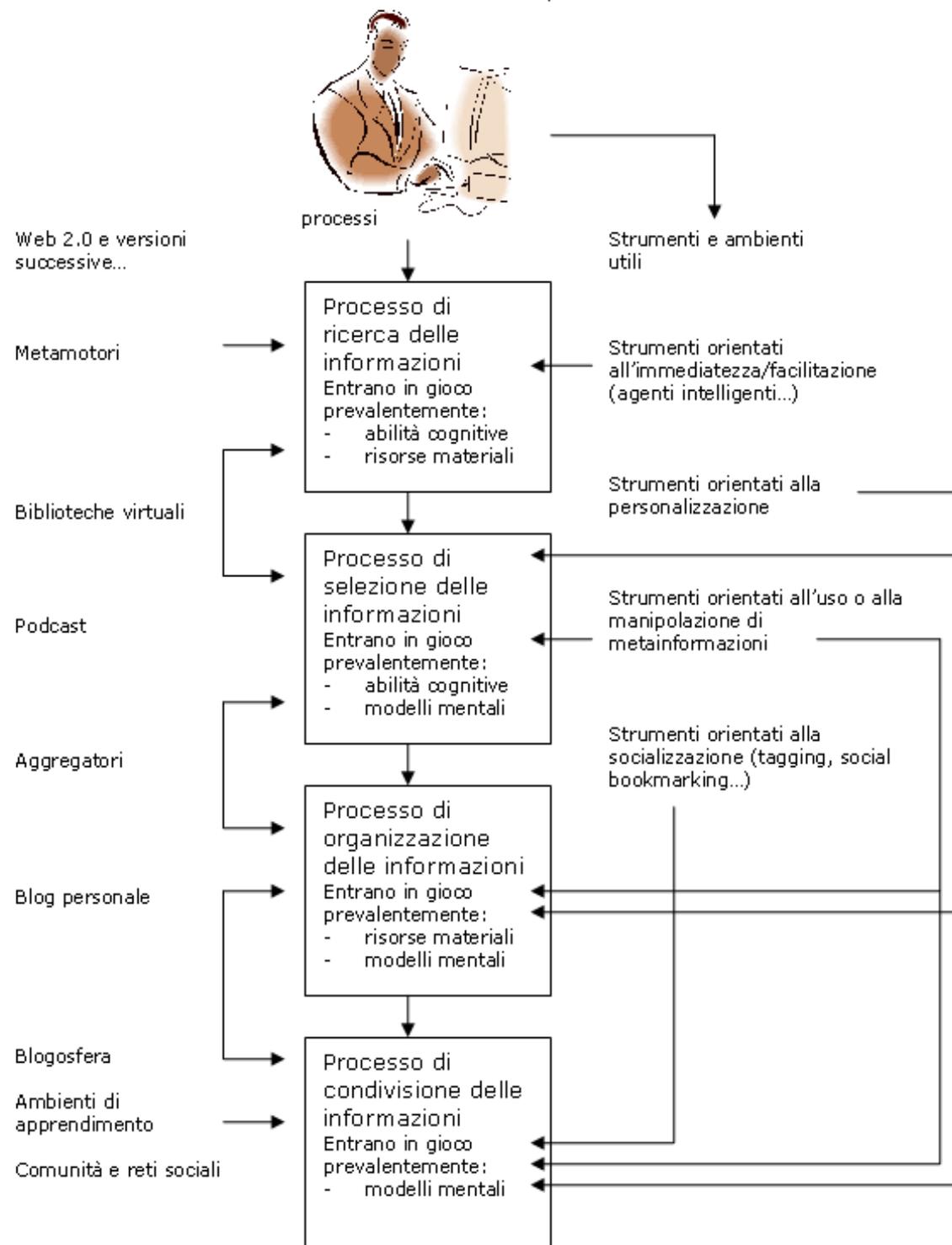
Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

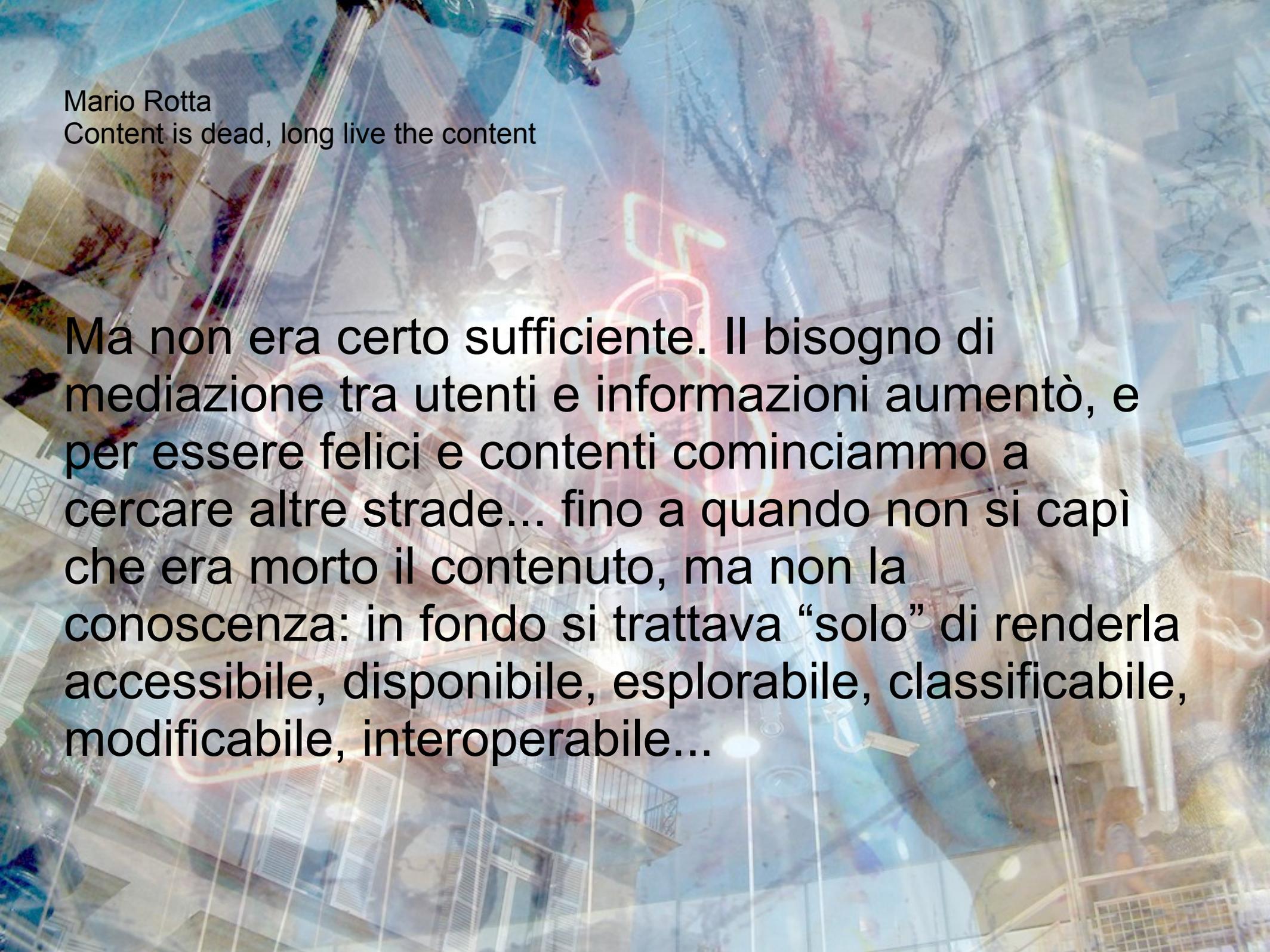
Di fatto, il sovraccarico complessivo aumentava. Non bastava più solo la capacità di effettuare ricerche “dall'alto” (criteri di indicizzazione, linguaggi controllati...), ma occorreva sviluppare anche la capacità di interpretare segnali “dal basso” (tagging, social bookmarking...).

Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

Così si cominciò  
a immaginare che  
aspetto avrebbe  
potuto avere un  
Personal  
Information  
Environment...

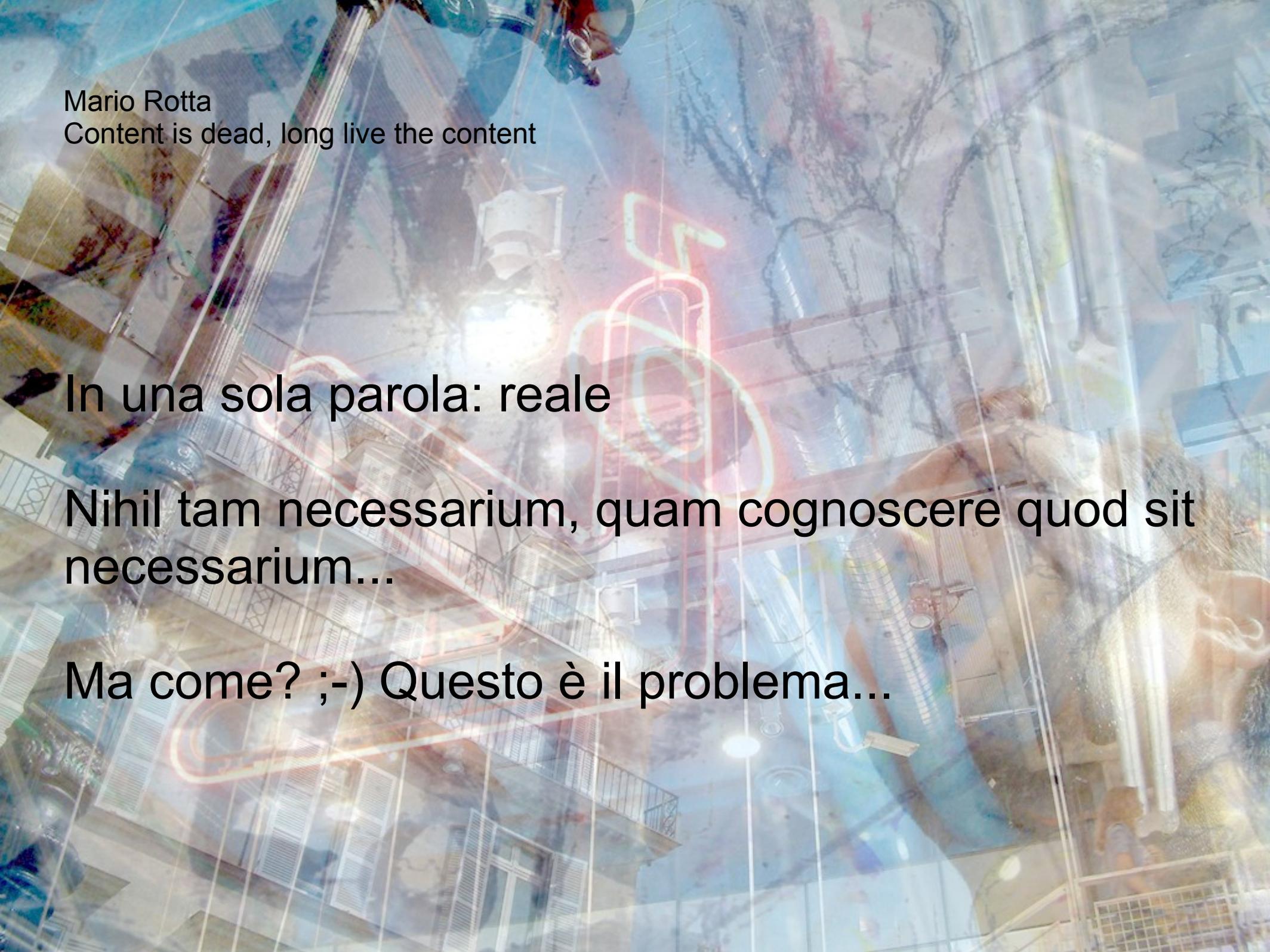
## PERSONAL INFORMATION INFRASTRUCTURE/ENVIRONMENT





Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

Ma non era certo sufficiente. Il bisogno di mediazione tra utenti e informazioni aumentò, e per essere felici e contenti cominciammo a cercare altre strade... fino a quando non si capì che era morto il contenuto, ma non la conoscenza: in fondo si trattava “solo” di renderla accessibile, disponibile, esplorabile, classificabile, modificabile, interoperabile...

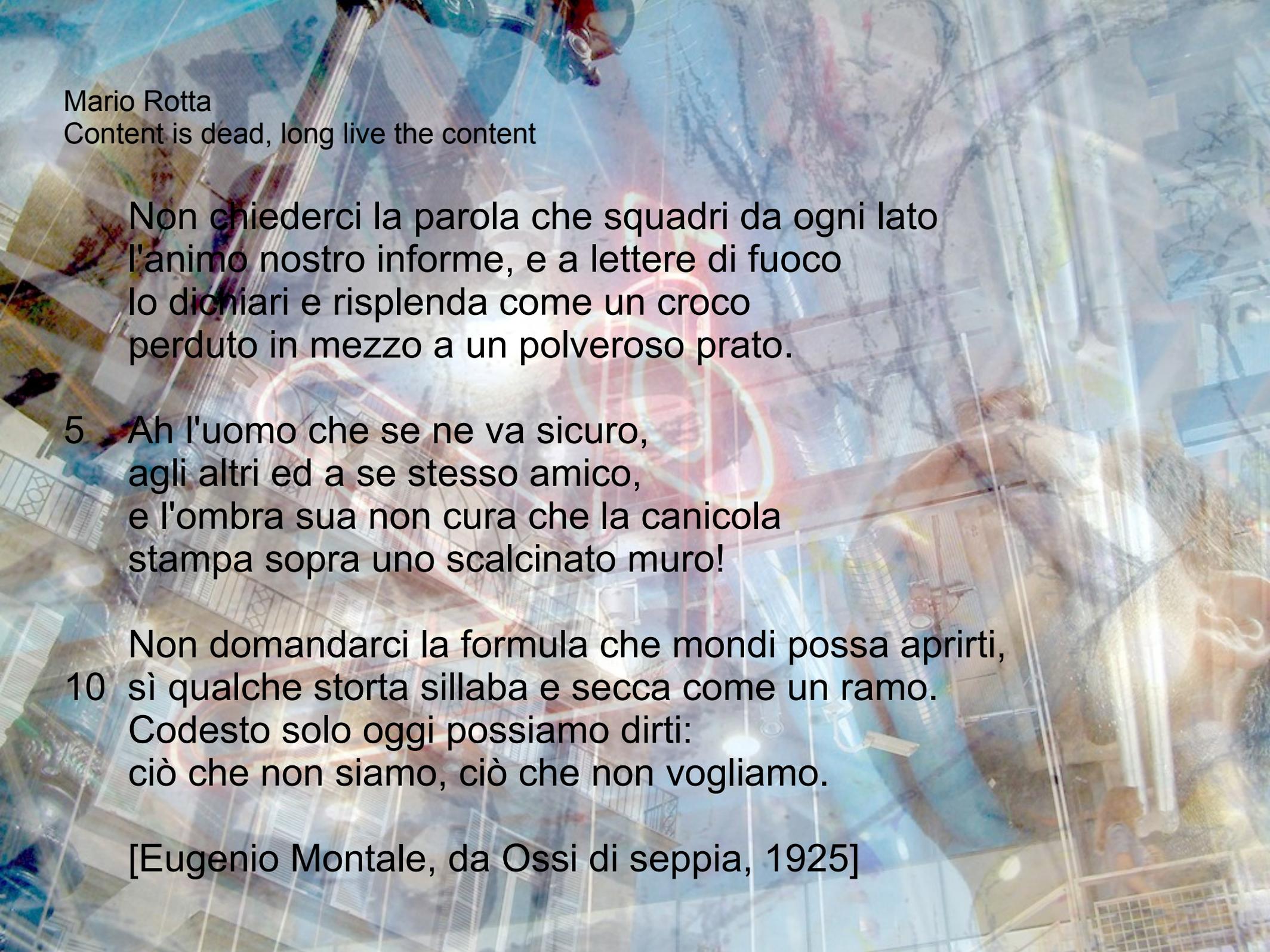


Mario Rotta  
Content is dead, long live the content

In una sola parola: reale

Nihil tam necessarium, quam cognoscere quod sit necessarium...

Ma come? ;- ) Questo è il problema...



Mario Rotta

Content is dead, long live the content

Non chiederci la parola che squadri da ogni lato  
l'animo nostro informe, e a lettere di fuoco  
lo dichiari e risplenda come un croco  
perduto in mezzo a un polveroso prato.

5 Ah l'uomo che se ne va sicuro,  
agli altri ed a se stesso amico,  
e l'ombra sua non cura che la canicola  
stampi sopra uno scalcinato muro!

10 Non domandarci la formula che mondi possa aprirti,  
sì qualche storta sillaba e secca come un ramo.  
Codesto solo oggi possiamo dirti:  
ciò che non siamo, ciò che non vogliamo.

[Eugenio Montale, da Ossi di seppia, 1925]