

Piattaforme interattive e motori di ricerca nel Web: un orizzonte di comunicazione digitale in espansione

Elisabetta Zuanelli e Paolo Pomati

La rivoluzione informatico-telematica in pieno sviluppo, accelerata vorticosamente da Internet, ci coinvolge in piccole e grandi sfide globali, dalle quali siamo travolti in modo irresistibile.

Di contro ai giganti della rivoluzione digitale, al proliferare di piattaforme *social*, con servizi di relazione e comunicazione inimmaginabili pochi anni orsono; all'esplosione dei servizi *mobile*; all'offerta di soluzioni di servizi in modalità *cloud* e via dicendo, registriamo una voglia crescente di partecipazione all'onda globale.

A noi, come gruppo di ricercatori e professionisti della comunicazione digitale, spetta l'onere di allinearci con risorse modeste e finanziamenti zero al potere travolgente dei più forti.

In questo numero monografico presentiamo piccoli spunti applicativi a cavallo tra l'*R&D*, lo sviluppo architettuale avanzato di piattaforme interattive e gli approfondimenti teorici e di alta formazione in materia di comunicazione digitale e comunicazione in Rete.

Queste tre linee di sviluppo hanno prodotto:

- un prototipo di piattaforma/motore di ricerca sull'acqua www.aquasearchportal.it;
- una piazza virtuale interattiva e partecipativa su un tema sociale di grande rilevanza, la donazione e il trapianto di organi per il Ministero della salute/CNT, www.multiplicalavita.it, e approfondimenti sul *web sentiment* e sui motori di ricerca in Internet;
- una proposta di specializzazione post-laurea, il Master in Comunicazione digitale e comunicazione in Rete promosso

dal Centro di Ricerca e Sviluppo sull'E-Content (CReSEC) dell'Università di Roma "Tor Vergata", giunto alle soglie della terza edizione 2012-2013.

Studio e ricerca interdisciplinare caratterizzano il nostro approccio al quale invitiamo addetti, aziende e istituzioni per realizzare spazi di applicazione sempre più impegnati e, persino, competitivi.

(ez)

* * * * *

Licenziamo con molta soddisfazione questo voluminoso numero di *Comunicazione digitale*, che accorpa il lavoro di tre bimestri, presenta un nuovo formato grafico e tratta in modo monografico i temi dei motori di ricerca e delle piazze virtuali, sia dal punto di vista concettuale, sia da quello applicativo.

I frutti della laboriosa ricerca, analisi e sviluppo del gruppo di studiosi diretto da Elisabetta Zuanelli, che fa capo al Centro di Ricerca e Sviluppo sull'EContent (CReSEC) dell'Università di Roma "Tor Vergata" e al Centro Studi Comunicazione istituzionale e Innovazione Tecnologica (ComIT), promotore di questa rivista, sono rivolti a un pubblico sempre crescente di addetti a trattare sotto profili diversi i temi incalzanti dell'economia della conoscenza, che investono in chiave competitiva i sistemi Paese.

I contenuti sono firmati da alcuni redattori storici della rivista e da un nucleo di autorevoli esperti che è stato coinvolto nell'ambizioso progetto di comunicazione istituzionale in Internet per la campagna di donazione e trapianto di organi, tessuti e cellule 2012, tuttora in corso, voluto dal Ministero della Salute e dal Centro Nazionale Trapianti.

Per ideare, implementare e realizzare il progetto, infatti, si è dovuto andare ben oltre la logica diadica dell'informatico e del *community manager*, quali generici, seppur preparati, gestori e moderatori dei contenuti, costruendo una redazione intesa come gruppo bifocale di esperti, *senior* e *junior*, in continua interrelazione tra di loro, capace di generare iniziative e servizi web attorno a un sito-serbatoio di riferimento e nel contesto dei *social network*. Si tratta dunque di un gruppo deputato non solo alla creazione, alla gestione, all'aggiornamento dei

profili e al mantenimento di buoni rapporti con i portatori di interesse, ma anche alla creazione delle logiche di redazione e di servizi sociali di accrescimento, condivisione e diffusione di informazioni e opinioni, atteggiamenti propositivi e azioni conseguenti.

Una simile “redazione allargata” ha quindi richiesto competenze pluridisciplinari, che vanno dalla comunicazione istituzionale all’architettura, linguaggio e redazione delle pagine Web, dalle relazioni istituzionali alle relazioni con il pubblico, dal giornalismo *online* al marketing, alla sociologia e alla multimedialità. Un’anima multiforme, insomma, che ha visto operare, sul fronte redazionale, in ordine alfabetico, Eva Carducci, Giovanna Cogliandro, Cristiana Lardo, Paolo Pomati, Chiara Proietti e Francesca Vannucchi; sul fronte tecnologico, Mirto Silvio Busico, Stefano Carfora, Matteo Pagano e Saverio Rubini; il tutto sotto l’instancabile direzione di Elisabetta Zuanelli.

A loro si sono affiancati, con sensibilità e costanza, gli interlocutori del Centro Nazionale Trapianti, del Ministero della Salute e delle associazioni competenti in materia. Il progetto ha durata annuale, ma si è deciso di rendere già disponibili i risultati aggiornati a luglio 2012 per una prima valutazione e una condivisione con tutti gli interessati. Continua infatti a essere questo lo scopo di *Comunicazione digitale*: creare una “borsa delle idee” di confronto, di scambio e di crescita continui, una volta tanto senza il rischio di tracolli.

(pp)

