



“Social Networking: sotto la superficie”

Unified Communications,
la convergenza fra rete,
televisione e telefonia
che impone un ripensamento
dell'informatica classica

“So di non sapere”, è la più bella frase che da oltre duemila anni contraddistingue coloro che invece vogliono sapere, vogliono capire, vogliono innovare. Quelli che mai si fermano all'apparire, ma che invece vogliono essere, che vedono cose che altri non vedono, che si beffano di chi si beffa di loro. È una certezza che grazie a questi uomini e donne si è avuto il progresso dell'umanità intera ed è altrettanto certo che i nostri tempi siano da considerare fra le epoche più prolifiche di progresso che la storia ricordi. Il “social networking” è una delle tappe fondamentali di questo progresso avanzato e inarrestabile: è, infatti, il fenomeno che sta rendendo reale quello che pochi “visionari” di cui sopra avevano immaginato. Dirò di più, è il fenomeno che sta andando oltre le previsioni, è la “killer application” che rende Internet e l'Information Technology, un tempo regno dei soli addetti ai lavori, un fenomeno di massa con tutto quello che ne consegue.

Proprio accanto al mio ufficio, nel nuovissimo palazzo AlmavivA in via di Casal Boccone, campeggia una frase di Galileo Galilei, il primo scienziato moderno: “Dietro ad ogni problema si nasconde una opportunità”, una frase che ben si addice al “social networking”.

Sotto la superficie del fenomeno sociale, della riduzione del “digital divide”, della moda del momento, della tutela della privacy, della riduzione della distanza, dell'informazione rapida, veloce e sempre disponibile, il “social networking” ha rappresentato e rappresenta, soprattutto per il mondo dell'Information Technology, un grande rompicapo. Possiamo considerarlo un Giano bifronte perché, se da un lato fa aumentare esponenzialmente il numero degli utenti “informatizzati”, dall'altro li rende più esperti ed esigenti. Infatti se prima le applicazioni informatiche erano mono-direzionali, dall'erogatore al fruitore, ora devono essere bi-direzionali per consentire all'utente (amico, partecipante, editore,

esperto, blogger, ...) di partecipare alla creazione del contenuto. Se prima i tempi erano medio-lunghi (“giusti” come spesso mi sento ribadire da alcuni dei miei colleghi), ora si deve essere on line immediatamente o, quantomeno, il tempo fra ideazione e realizzazione deve essere ridottissimo. Se prima le applicazioni informatiche erano disponibili quasi solo in ufficio, ora su Internet ve ne sono a migliaia, spesso gratuite, disponibili 24 ore su 24, indipendentemente dal luogo fisico in cui ci si trova e dal device con cui ci si collega. Se prima il modello di business era l'informatizzazione di processi non informatizzati ora dobbiamo convincere i clienti dell'aumento di produttività, del risparmio di costi di trasferta, del risparmio sulla bolletta telefonica (VOIP) che le applicazioni Web 2.0 potrebbero dare. E il “social networking” è appunto il cuore di questa nuova generazione di applicazioni informatiche.

Insomma, per rimanere nel classico luogo comune, il mondo per le aziende di Information and Communication Technology è diventato più difficile, più competitivo, più esigente e meno generoso ma... è proprio quel mondo per cui questo tipo di aziende, e AlmavivA è una di queste, hanno lavorato finora. Finalmente si sta realizzando. In questo contesto, guardiamo al “social networking” come a una pietra miliare per il processo visionario e futurista che forse nemmeno gli inventori della rete osavano immaginare. Il “social networking” alza il livello di “informatizzazione” del singolo e, quindi, vista l'enorme diffusione che sta avendo, il livello generale del Paese; aumenta la coesione sociale reintroducendo la comunicazione in piazza, passando però dalla piazza del paese alla piazza virtuale di un sito tematico su Internet, dopo l'uso ed abuso della televisione (cioè dello strumento tipico di fruizione mono-direzionale); ha costretto gli informatici a sfornare applicazioni che non fossero frutto di astrazioni mentali strane, ma strumenti facili



MARCO NERI

Laureato in Economia e Commercio all'Università di Perugia nel 1988, entra in Finsiel (ora AlmavivA) nel 1989, percorrendo tutte le tappe della carriera professionale in ambito ITC, da analista-programmatore a program manager.

Si occupa dell'informatizzazione della Pubblica Amministrazione partecipando a team di lavoro sempre orientati all'innovazione e alla sperimentazione.

Attualmente è responsabile del Competence Center Unified Communications, Web 2.0. È particolarmente esperto in architetture Enterprise e ha conseguito numerose certificazioni tecniche.

Project Management Professional (PMP) del Project Management Institute (www.pmi.org), è uno dei soci fondatori dell'Istituto Italiano di Project Management (www.isipm.org).



www.almavivaitalia.it
Istruzioni a pag. 6



Almaviva The Italian Innovation Company è il Gruppo a capitale interamente italiano, leader nel mercato degli Information & Communication Services, che nasce dall'integrazione di competenze pluriennali di Information Technology, Customer Relationship Management e Consulting & Innovation.

Per noi di Almaviva integrazione vuol dire:

- condividere tutte le competenze e le esperienze disponibili, patrimonio delle nostre aziende e delle nostre persone

- affrontare opportunità e rischi con i nostri clienti, nell'innovazione del loro business e nella gestione della complessità.

Dalla pluralità di competenze e dall'ascolto quotidiano delle esigenze e delle aspettative di clienti e cittadini nasce la nostra idea di innovazione: portare, ogni giorno, idee, soluzioni e risposte concrete alle aziende e alle amministrazioni con cui collaboriamo.

Un progetto industriale unico in Italia per questi mercati: Pubblica Amministrazione centrale e locale, Previdenza, Difesa e Sicurezza, Territorio e Ambiente, Banche e Assicurazioni, Trasporti e Logistica, Telco, Media e Utilities.

Per questi clienti: le più importanti amministrazioni dello Stato, tutti gli enti previdenziali nazionali, i principali gruppi bancari, le aziende del gruppo Ferrovie dello Stato, le aziende di trasporto locale, oltre ad aziende di telecomunicazioni e utilities di rilevanza nazionale. www.almavivaitalia.it

e pratici per riprodurre in modo virtuale il modo reale di comunicare; sta costringendo ad accelerare i piani per ridurre il digital divide dietro la spinta del numero (certamente non solo per questo). Per poter fruire in maniera piena di un network di contatti e connessioni, è infatti vitale avere a disposizione una Rete veloce ed efficiente.

Quando anni fa abbiamo iniziato ad interessarci al fenomeno (personalmente sono iscritto a *LinkedIn* da oltre cinque anni, a *Facebook* da più di tre) abbiamo disegnato nella nostra mente uno scenario composto da persone che facevano in modo virtuale quello che normalmente facevano nella vita reale, che invece di "form" e "schermate" si scambiavano in modo sicuro documenti informatici (guarda caso gli editor per video-scrittura sono fra le poche applicazioni ad avere avuto una diffusione di massa riproducendo su video un foglio di carta su cui scrivere, non più a penna ma con una tastiera), li riponevano direttamente su archivi virtuali, li ricercavano attraverso indici e cataloghi, chiamavano gli esperti in video e voce con un semplice click. Abbiamo creduto di aver trovato tutto questo in *Second Life*, ma poi ci siamo accorti che era ancora uno strumento troppo complesso e di quel mondo sono rimasti ormai solo gli avatar. Ci siamo convinti che forse oggi con le varie piattaforme di Unified Communications (quelle che fanno vivere la "convergenza" fra Rete, televisione e telefonia), unite alle esigenze di avere su Web una vita virtuale quanto più simile a quella reale, siamo arrivati alla svolta, al punto di non ritorno che sta imponendo un ripensamento dell'informatica classica per farla evolvere verso quella più viva e frizzante legata all'interazione, alla semantica, alla condivisione, alla partecipazione.

Tutto questo ha comportato e sta comportando un salto di qualità, ma soprattutto di mentalità. Per dirla con un proverbio italiano "Chiusa una porta, si apre un portone" o, per essere più internazionali e globali, con un bellissimo proverbio cinese "Quando il vento della crisi soffia, moltissimi cercano riparo. Solo alcuni costruiscono mulini a vento".

Marco Neri

Responsabile Unified Communications Almaviva