

L'UTENTE DIVENTA CREATORE DI CONTENUTI

Vi è un fatto specifico del Web 2.0 che incide profondamente nella ridefinizione del rapporto pubblico-privato: **l'utente diventa creatore di contenuti** (*prosumer*).

Rimangono gli **spettatori**, consumatori passivi di prodotti culturali, ma sempre più emergono gli «**spettatori**», che creano e modificano contenuti esistenti secondo i propri bisogni comunicativi, e i «**commentatori**», che li discutono e li condividono con i propri amici. In precedenza, con l'affermarsi del Web, vi era già stato un passaggio decisivo: dallo spettatore allo «**spettatore**», che partecipa attivamente alla selezione dei contenuti da fruire.

In alcuni casi, possono nascere reti sociali dedicate che si trasformano in fonti di informazioni determinanti per i loro coetanei (ad esempio Tripadvisor per i viaggi, Airbnb per gli affitti). Alcune aziende stanno rivedendo le politiche di marketing rivolte ai più giovani, dal momento che il potenziale persuasivo dello spot pubblicitario viene progressivamente sostituito dal passaparola all'interno della comunità di riferimento.

Pertanto, pur senza esaurirne lo spazio oggettivo, si assiste all'affermarsi di una **cultura sempre più soggettiva**, costituita dalle interpretazioni che di questa danno gli individui.

Il Web 2.0 ha trasformato lo spettatore in «spettatore» e «commentatore»

Per una **ricerca** (Mardegan, Riva & Pettiti, 2012) l'80% dei «nativi digitali» si fida dei consigli degli amici online: è tre volte superiore alla fiducia nelle pubblicità sui mezzi tradizionali.

Per approfondire:
Rapporti Censis/Ucsi sulla comunicazione:
goo.gl/fVfqOS