

## Comunicazione 2.0

# RSS. Quando il consumatore sceglierà la comunicazione.

di Marco Massarotto

## La Storia degli RSS

Per parlare di RSS e comunicazione è doveroso iniziare con una piccola spiegazione e con una premessa storica. Da alcuni anni si è sviluppata una tecnologia che sembra destinata a cambiare il modo di navigare su Internet. Stiamo parlando degli RSS (acronimo per Really Simple Syndication, anche se inizialmente stava per RDF Site Summary, quando li inventò Netscape nel 1999). Generalmente si parla di Feed RSS (Feed sta per sorgente, fonte) per indicare il flusso di contenuti di un sito.

Il concetto è molto semplice, attraverso questa tecnologia è possibile vedere un sito solo nella sua parte di contenuti, senza grafica, banner, fondi colorati: solo il testo e le immagini o i filmati di un articolo o di una sezione. Non solo: il Feed RSS vi consente di vedere ogni aggiornamento in ordine cronologico inverso: l'ultima notizia la vedete per prima. Utile per chi bada al sodo, quello che tipicamente fa il navigatore Internet.

## Lo sviluppo degli RSS

Con il proliferare dei Feed RSS sono nati anche dei programmi appositi che raccolgono (il termine tecnico è aggregano) le informazioni provenienti dai veri Feed RSS che uno decide di seguire, una specie di abbonamento gratuito. La diffusione di questi programmi di aggregazione è stata tale che le ultime versioni dei browser o dei Client di posta elettronica lo integrano. Si può pensare che in un paio di anni la maggior parte dei computer sarà dotata

di un aggregatore di Feed RSS integrato nel Browser o nel programma di Posta. In questo modo chi vuole seguire le news di una testata si abbona una volta e le riceve appena escono, senza dover aprire ogni volta il browser. Comodo, no? Talmente comodo e semplice che secondo una ricerca di Yahoo! il 27% dei navigatori usa i Feed Rss senza saperlo.

I primi ad accorgersi della diffusione e della

comodità dei Feed RSS sono stati i Blog, che in questo modo si sono resi più facili da seguire. A ruota sono arrivati i giornalisti e i portali di News. Oggi non c'è grande sito di informazione che non abbia l'icona arancione degli RSS, spesso i grandi siti di News hanno un Feed per ogni categoria di notizie (Sport, Finanza, Esteri...): ognuno segue quelle che vuole. In seguito sono nati i Podcast. Se creo contenuti audio o video e li abbinò a un Feed RSS ogni volta

che pubblico qualcosa i miei abbonati lo ricevono: una specie di Radio o TV privata o aziendale i cui programmi vanno in onda quando decidono gli spettatori.

## Gli RSS e la comunicazione.

Questo nuovo modo di navigare (è il sito a venire da me, che ricevo in tempo reale ogni aggiornamento, in questo modo non devo andare a visitarlo ogni giorno e posso seguire più siti) ha un impatto anche sulla comunicazione. Il primo effetto è che i Feed RSS tagliano fuori i banner. Se decido di seguire un sito, poniamo di News, tramite il Feed RSS le notizie arrivano al mio computer in tempo reale e ripulite di tutto, banner compresi. Più si diffonde l'utenza RSS di un sito, più caleranno le visite e meno valore avranno i banner.

Ma c'è un secondo effetto ben più importante. I navigatori si abitueranno a usufruire di contenuti che possono scegliere e ricevere o decidere di smettere di ricevere con un semplice click. Il potere passa nelle loro mani. L'idea di imporre la visione di un annuncio pubblicitario perchè si sta visitando un sito che interessa (il meccanismo su cui si è retta la pubblicità su Stampa, TV e in questo ultimo decennio anche sul Web) rischia di funzionare sempre meno in un mondo in cui il pubblico decide cosa vuole e cosa no e in che misura. Se un'azienda vorrà raggiungere un consumatore, dovrà far sì che lui scelga, o meglio, desideri vedere la sua comunicazione. Non potrà più farla subire. Sicuramente si troverà il modo di farlo, ma nessuno lo ha ancora inventato. Quello che conta è un approccio diverso in cui il pubblico gioca un ruolo attivo e le aziende dovranno trovare un nuovo linguaggio, una nuova credibilità della propria comunicazione per farla scegliere al proprio mercato.

Marco Massarotto  
Consigliere ADCl e Fondatore di Hagakure,  
la prima Blog company italiana.

[>>>](http://hagakure.it)

[>>>](mailto:marco.massarotto@adci.it)

## Link utili

### Storia e spiegazione degli RSS

#### La ricerca Yahoo! sulla diffusione degli RSS

<http://blog.html.it/archivi/2006/01/31/il-27-degli-utenti-usa-lrss-senza-saperlo.php>

#### RSS su Wikipedia

[http://en.wikipedia.org/wiki/RSS\\_\(file\\_format\)](http://en.wikipedia.org/wiki/RSS_(file_format))

#### RSS su RAI

[http://www.italica.rai.it/index.php?categoria=multimedia\\_futurama&scheda=feed\\_rss](http://www.italica.rai.it/index.php?categoria=multimedia_futurama&scheda=feed_rss)

#### Storia dei Feed RSS

<http://goatee.net/2003/rss-history.html>  
<http://www.rss-specifications.com/history-rss.htm>

### I principali aggregatori RSS

#### FeedReader (Per PC, gratis)

<http://www.feedreader.com/>

#### Vienna (Per Mac, gratis)

[http://www.opencommunity.co.uk/vienna\\_files.php](http://www.opencommunity.co.uk/vienna_files.php)

