

LOGICA

Collezione Sette

© 2006 Valter Casini Editore, Roma

ISBN 88-7905-046-X

Indice delle monografie

Blog e informazione <i>(di Roberto Zarriello)</i>	pag. 7
Le dinamiche della comunicazione in rete <i>(di Marina Bellini)</i>	pag. 25
La cultura on-demand <i>(di Igor Righetti)</i>	pag. 41
Psicologia e psicopatologia della comunicazione on-line <i>(di Daniele La Barbera)</i>	pag. 45
L informatica: una lingua franca per il dialogo multidisciplinare. Quale storia, quale futuro? <i>(di Furio Honsell)</i>	pag. 59
Blog, l'informazione nell'era di Internet <i>(di Antonio Sofi)</i>	pag. 73

Indice delle interviste

<i>Enrico Manca</i> ~ <i>Presidente dell'Istituto per lo studio dell'Innovazione nei Media e per la Multimedialità</i>	
Il digitale terrestre: una nuova alfabetizzazione?	pag 87
<i>Francesco Saverio Trincia</i> ~ <i>Professore di Etica Sociale presso la Facoltà di Filosofia alla Sapienza</i>	
Un'etica per Internet	pag 90
<i>Chiara Valentini</i> ~ <i>giornalista e saggista. Responsabile dei servizi culturali di "Panorama" e oggi inviato speciale de "L'Espresso"</i>	
La controcultura e il fenomeno dei Blog	pag 93

Blog e informazione

Intro*

Tutti pazzi per i blog. È il fenomeno mediatico del momento anche se, paradossalmente, weblog è ancora una parola oscura per molti utenti della Rete. E non solo italiani, se è vero che risulta il termine più consultato nel 2005, nella versione on-line del dizionario *Merriam Webster* dove è definito come sito web che contiene un diario personale on-line con riflessioni, commenti e spesso link. Un fenomeno nato negli Stati Uniti alla fine del secolo scorso, tra il disinteresse di tutti i media e quindi della maggior parte della gente, ma che oggi sta facendo parlare di sé e sta sviluppando un modo alternativo di fare comunicazione rispetto a quelli fin qui conosciuti e utilizzati. Il pullulare di questi diari di navigazione è strettamente connesso alla voglia di esprimersi, di confrontarsi e di informare propria delle comunità del web. La nascita dei blog ha introdotto un modo alternativo e al tempo stesso complementare di fare informazione.

Cosa sono i blog?

Cosa sono esattamente i blog? Darne una definizione univoca è praticamente impossibile. Il termine, contrazione delle parole *webl* e *logl*, nasce appunto come una sorta di registro dove tenere traccia, in ordine cronologico, di annotazioni e commenti circa la navigazione in Internet. Letteralmente *blogl* significa dunque tenere traccia di qualcosa nel web. Più comunemente un blog è considerato un diario di bordo, un blocco per gli appunti di navigazione, uno strumento, come lo definisce Luisa Carrada, ideatrice del sito *Il mestiere di scrivere* (www.mestierediscrivere.com), a disposizione di tutti per pubblicare le proprie parole e, attraverso le parole, entrare in relazione con gli altri. Ognuno con il proprio carattere, i propri gusti, le proprie passioni, le proprie idee, il proprio stile di comunicazione.

Luca Sofri, autore del blog *Wittgenstein* (www.ilfoglio.it/wittgenstein), sicuramente uno dei più apprezzati e stimati dalla Rete e che ha contribuito in maniera notevole a rendere pubblico e visibile il fenomeno blog, ne dà una definizione che racchiude in sé tutta l'essenza del weblog, semplice ma allo stesso tempo estremamente profondo: un blog è un blog è un blog. Tutto e niente. Esattamente come i blog. All'interno del suo spazio si può pubblicare di tutto: pensieri, idee, opinioni, studi, ricerche, informazioni, notizie, curiosità, link di collegamento ad altri blog o ad altri siti, storie, articoli, interventi di amici o visitatori, fatti quotidiani, privati o pubblici. La fortuna di questo strumento è data dalla sua estrema semplicità di utilizzo che rende possibile anche al *newbiel*, ossia al neofita della Rete, di mettere in piedi un sito personale con pochi click e soprattutto gratuitamente, attraverso lo spazio messo a disposizione da comunità di blogger come *Splinder* (www.splinder.com) o l'italiano *IoBloggo* (www.iobloggo.com). Esistono inoltre motori di ricerca specifici per i weblog come *Bloogz* (www.bloogz.it), che forniscono anche una classificazione dei blog in ordine di popolarità sulla base del numero di click ricevuti. Il fattore del giudizio e del

* La presente monografia è di Roberto Zariello vicedirettore di Agenews

gradimento del pubblico è determinante nel decretare il successo di un blog.

A differenza di altre situazioni editoriali in Internet, dove la tecnologia ha un forte peso nell'economia del sito, nei weblog la tecnologia c'entra poco o niente. Aprire un blog è infatti operazione di una facilità inaspettata. C'entrano invece, e tanto, le persone. Nonostante tutto, e per nostra fortuna prosegue Carrada il web non si lascia facilmente regolare e irreggimentare dai poteri forti. E il fenomeno blog è bello e interessante anche per questo. Perché con i blog le singole persone prendono i propri spazi sulla Rete e dimostrano ogni giorno che per farsi leggere e ascoltare, entrare in comunicazione con gli altri, bastano un browser, delle idee, il desiderio di raccontare in parole quello che succede intorno a sé e dentro di sé. Il blog si presenta come qualcosa di estremamente personale.

Il blog si presenta come qualcosa di estremamente personale. Uno spazio franco nel quale ognuno è libero di esprimere le proprie idee o più semplicemente dare un cenno della propria esistenza.

Linkare e commentare

Lo spazio del web non è costruito intorno a oggetti con confini fissi e definiti, ma attraverso cose che indirizzano oltre se stesse. I link sono l'unico collante del web: senza di essi il web non esisterebbe neppure. Questa definizione, data da David Weinberger a proposito del web, si può tranquillamente estendere ai link dei blog. Così come il web, anche i blog (che non sono altro che pagine web) non avrebbero senso di esistere senza il linking, ossia l'attività reciproca di rimando ad altri siti. Le comunità che i blog sono riusciti a creare tessono i loro legami proprio attraverso questa rete di collegamenti: ogni weblog, infatti, rinvia agli altri blogger della comunità, dai quali riceve indietro, a sua volta, contatti e visite. I blogger, coloro che aprono un blog, visitano altri diari segnalandoli, o meglio linkandoli, all'interno del proprio; un metodo convenzionale per esprimere interesse e solidarietà verso le idee e le vicissitudini raccontate da un'altra persona, come a dire: Ti ho letto e mi sei piaciuta.

Altro elemento caratterizzante dei weblog sono i commenti. L'interattività consente al blogger di dialogare con i propri lettori, tutti liberi di esprimere la propria opinione sul tema lanciato, di aprire una vera e propria discussione, che ogni successivo commento andrà ad arricchire. Esprimono in sostanza la vitalità del blog, il suo seguito, l'interesse che riscuote. Il blog si presenta quindi come uno spazio privato e allo stesso tempo pubblico, dove ognuno può esprimere liberamente le proprie idee, senza censura, avendo anzi la possibilità di dialogare, tramite i commenti, con i propri lettori.

Blog vs siti web

La differenza con un normale sito web può sembrare sottile, in realtà è sostanziale: un buon blog, quello

aggiornato costantemente, è dotato di uno spirito vitale. Quando il navigatore della Rete vi si imbatte, percepisce subito lo spirito dell'autore, il quale, attraverso i propri scritti quotidiani, mette a nudo il proprio essere potenzialmente di fronte al mondo intero. Un blog lo si riconosce subito. Ha una grafica povera e priva di effetti speciali: i diari più semplici sono costituiti generalmente da una sola pagina web dove i testi vengono archiviati e visualizzati in successione secondo un ordine cronologico che posiziona in alto i contenuti più recenti. La pagina è in genere formata da due o tre campi verticali. Lo spazio centrale, quello più largo, contiene i testi pubblicati, come si dice in gergo, postati (dall'inglese *to post*, letteralmente *imbeccare*). Generalmente il post più recente si trova in cima alla lista. Sopra il corpo di ogni brano è visualizzata la data di pubblicazione, mentre al termine del messaggio sono presenti l'ora e i commenti. Una o due bande laterali ai bordi della colonna centrale contengono una breve descrizione del blog fatta dall'autore al momento dell'apertura dello stesso, l'elenco dei link per accedere ad altri, l'archivio dei testi suddivisi per mese, il contatore indicante gli accessi ed eventuali servizi aggiuntivi implementati.

Foto e videoblogging

Nei weblog è inoltre frequente corredare i propri messaggi di foto e immagini. Alcuni blog, molto curati da un punto di vista grafico, hanno delle sezioni appositamente dedicate alle gallerie fotografiche, altri come ad esempio Eriadan (www.eriadan.it) anziché testi pubblicano giornalmente una striscia di fumetti (in questo caso realizzata dall'autore del blog). Meno diffusi in Italia, ma in costante aumento grazie alla diffusione delle connessioni a banda larga, sono poi i cosiddetti *vlog* (detti anche *blog di terza generazione*), vale a dire blog dove i contenuti testuali sono corredati e arricchiti da brevi audiovisivi: pagine web a metà strada tra un diario e una personal Tv, come *Storie Laterali* (www.vlog.storielaterali.com), contenitori di video che si sviluppano indipendentemente rispetto ai contenuti del blog testuale, come nel sito T-V-B (www.t-v-b.net), o spazi corali di libere opinioni a 360°, senza filtri, a volto scoperto come *Nofilter* (www.nofilter.splinder.com), on-line dal mese di maggio 2003.

Una crescita esponenziale

Ad oggi quantificare con esattezza i blog è impresa impossibile. Nel mondo se ne contano circa un milione, per lo più statunitensi. Una crescita vertiginosa, se si calcola che nel 1999 erano una ventina (tutti americani). Il fenomeno è in continua ascesa, ogni giorno nascono migliaia di nuovi diari, dai contenuti più disparati. Negli Stati Uniti il fenomeno blog ha generato i propri eroi, guru e profeti. Rebecca Blood, David Winer, Doc Searls, Dan Gilmore, Glenn Feishman e J.D. Lasica sono diventate delle autentiche star, punti di riferimento non solo nella comunità dei blogger ma anche per i media tradizionali. I loro blog vengono cliccati quotidianamente da migliaia di persone. Esempiativo il caso del blog di Rebecca Blood (www.rebec

cablood.net). L'autrice, oggi ospite fissa di tutti i maggiori talk show televisivi americani, nel suo blog parla della sua quotidianità, dei piccoli dettagli della propria vita. Per i visitatori leggere i suoi post è diventato un appuntamento fisso, come far visita ad una cara amica per sapere cosa le sia successo.

Messaggi in bottiglia nell'oceano di byte

Alcuni blog sono veri e propri diari autobiografici, forse interessanti nel loro valore umano e a volte letterario, ma scarsamente utili da un punto di vista strettamente informativo. In essi gli autori lanciano riflessioni e considerazioni a carattere personale che possono trovare o meno commenti e risposte da parte di eventuali lettori. In tal senso simili diari di bordo possono rappresentare uno strumento terapeutico per contrastare lo stress accumulato off line, dedicandosi ad uno spazio potenzialmente interattivo dove poter esprimere liberamente le proprie associazioni di idee.

Ci si avvale del blog per divulgare in Internet storie e aneddoti personali: un diario dei tempi moderni. Racconti, considerazioni, pensieri e sfoghi pubblicati con cadenza giornaliera o quasi. Dietro la penna digitale possono nascondersi le tipologie di autori più eterogenee: dalla casalinga all'impiegato comunale, dal professionista di uno studio legale che racconta la sua giornata di lavoro allo studente che dà libero sfogo alla sua insofferenza verso i professori, fino all'esperto di nuove tecnologie. Tutti possono scrivere di qualunque argomento e dialogare tra loro.

I blog sono dunque da archiviare come un'evoluzione digitale del caro vecchio diario, messaggi in bottiglia nell'oceano di byte? A ben guardare c'è dell'altro.

Fuffa e pillole di vita vissuta

Questi diari sono un esempio di vita vissuta, un romanzo autobiografico non più privato e chiuso nel cassetto, bensì pubblico e aperto a chiunque voglia condividere e commentarne le esperienze. È l'esempio del blog di Derek Powazek (www.powazek.com), che racconta del suo trasloco e della pianta posta sul davanzale (con tanto di link e foto della pianta stessa), o del diario digitale di Eloisa Di Rocco (www.lapizia.net, chiuso dall'autrice il 3 febbraio 2005), una delle prime blogger italiane, in cui mette per iscritto la sua vita ed i suoi pensieri quotidiani: Questa sono io, senza filtri, senza inibizioni, come tutti voi mi conoscete. Tra i blog personali può anche essere citato il caso della prosperosa Selvaggia Lucarelli (www.selvaggiLucarelli.it), personaggio balzato agli onori della cronaca proprio per il suo diario elettronico in cui confluiscono pensieri ironici e taglienti sul mondo dello spettacolo. Il boom di accessi al suo blog, che recentemente è diventato un libro, le è valso partecipazioni e conduzioni televisive, nonché collaborazioni a quotidiani e riviste nazionali.

Blog fatti di sbrodolamenti e piccole cose di tutti i giorni, di sfoghi dolorosi e momenti di gioia. Quei blog

definiti da più parti fuffal, inutili. Termine, fuffa, ripreso orgogliosamente dai blogger che ne hanno ormai fatto una sorta di simbolo. Quello che per chi non blogga è considerato inutile, per i blogger rappresenta un modo di essere e un sentirsi parte di una comunità, fatta di amici spesso mai visti e conosciuti in real life, ma ai quali ci si sente liberi di raccontare la propria vita.

È interessante sottolineare anche il diffuso sviluppo dei blog che potremmo definire tematici: diversi blogger, superata una prima fase di approccio al mezzo, sono diventati dei punti di riferimento su di un determinato settore, spesso concernente il loro lavoro, in particolare se si tratta di professionisti. All'interno di questi blog si forniscono consigli, si scambiano opinioni ed offrono una serie di link e bibliografie alla materia che trattano. Come nel diario on-line dell'occhialuto giornalista e analista del settore industriale informatico Doc Searls (<http://doc.weblogs.com>), californiano di Santa Barbara, senior editor del Linux Journall, conosciuto come uno dei quattro autori di *Cluetrain Manifesto*, un famoso saggio in cui sono state configurate 95 tesi sulla nuova realtà dei mercati di un mondo regolato dai network. Searls aggiorna di frequente il suo blog raccontando gli episodi che gli accadono al lavoro, illustrando gli incontri avuti con personalità del mondo tecnologico, sviscerando novità e curiosità del sistema operativo Linux. Il blog passa quindi, in questi casi, da un mezzo generalista dove si discute senza un tema prefissato ad uno spazio deputato all'approfondimento e alla discussione attorno ad un argomento centrale.

L informazione parte dal basso

Chi ha qualcosa da dire può farlo scrive Riccardo Staglianò, giornalista di Repubblica.it comportandosi, di fatto, da giornalista, senza bisogno di giornali che accettino di pubblicare i suoi pezzi o di Ordini che ne certifichino l'abilitazione professionale. È anche chiaro che l'abbattimento di questo ultimo steccato provocherà una valanga di pensierini narcisi, infiniti sbrodolamenti sulle materie più microscopiche e tanta roba di cui a nessuno, eccezion fatta, forse, per amici intimi e familiari freggerà un bel niente. Ma la rivoluzione sta nella realizzazione dell'antica promessa della Rete di offrire una piattaforma impareggiabile per consentire, come mai era avvenuto in passato, una possibilità di espressione reale a tutti.

Editoria del popolo per il popolo

Tra le tante altre definizioni che si addicono ai weblog la più affascinante è quella che inquadra il fenomeno come l'editoria del popolo per il popolo. In effetti quella dei blog è un'informazione che il più delle volte parte dal basso. Al di fuori delle redazioni vi sono persone che hanno spirito giornalistico senza aver in realtà mai praticato la professione. Il blog dà voce a tutti loro.

Non a caso il fenomeno è nato negli Stati Uniti, dove l'obiettivo della democrazia comunicazionale viene ricercato con più ardore. La prima vera svolta nel rapporto tra i blog e il mondo dell'informazione giornali-

stica può datarsi nel 1998 ed è legata al caso Lewinsky, ovvero lo scandalo del Sexgate, come fu battezzato dai media americani parafrasando lo spinoso Watergate che aveva portato nel 1973 all'impeachment del presidente Richard Nixon. Nel settembre del 1998 Internet registrò forse per la prima volta una clamorosa vittoria sugli altri mezzi di comunicazione di massa con la pubblicazione del rapporto finale dell'inchiesta sulle menzogne di Bill Clinton circa i suoi rapporti con la stagista Monica Lewinsky. La storia, che giaceva in attesa di verifica nella redazione della rivista Newsweek, era salita alla ribalta nel mese di gennaio grazie ad un aspirante giornalista, Matt Drudge, il quale, senza fare adeguate verifiche ma basandosi soltanto su timide voci, azzardò sul proprio sito (www.drudgereport.com) la pubblicazione del pettegolezzol, che venne poi ripreso a catena da numerose testate giornalistiche, on-line e non, con un effetto dirompente. Nel 2004 con la stessa avventatezza Drudge ha diffuso la notizia di un amante segreto del candidato democratico alle presidenziali, John Carry, ma questa volta si è rivelata una clamorosa bufala che ha trascinato nel ridicolo molti media che avevano dato per certa l'indiscrezione. Un altro caso rivoluzionario giunge dall'Oriente, precisamente dalla Corea del Sud, paese con un'alta diffusione delle connessioni a banda larga. Ci riferiamo a OhmyNews (www.ohmynews.com), un weblog collettivo nato nel 2000 ad opera del giornalista Oh Yeon-Ho in reazione al conservatorismo della stampa coreana. In una nazione dove Tv e quotidiani diffondono un'informazione omogeneizzata e il più delle volte direttamente controllata dal potere statale, questo giornale on-line dove l'80% delle notizie è scritto da venticinquemila cittadini pagati a pezzo, ha saputo conquistare consensi e considerazione tanto nell'opinione pubblica quanto presso le istituzioni. È il caso più eclatante di un filone da molti definito come citizen journalism, il giornalismo dei cittadini. Tali siti di informazione adottano un linguaggio più emotivo e partecipativo di quello comunemente oggettivo e distaccato della carta stampata.

In Italia una comunità di infocitizen molto nota è quella di Infocity (www.infocity.it): fondata da Enrico Pulcini e on-line fin dal 1994, raccoglie indistintamente giornalisti professionisti e pubblicitari, operatori della comunicazione ma anche semplici appassionati, sfornando ogni giorno commenti e notizie accurate sul mondo dell'Ict. Ogni infocitizen iscritto al sito gode inoltre di una vetrina gratuita dove inserire il proprio curriculum vitae per essere contattato dalle aziende eventualmente interessate ad avvalersi delle sue competenze.

Un network dell'informazione alternativa

Tra gli esempi più eclatanti di informazione alternativa sul web, troviamo anche Indymedia (www.indymedia.org), un circuito di siti dalla forma assimilabile a quella di blog, che si definisce un network di media gestiti collettivamente per una narrazione radicale, obiettiva e appassionata della verità. Nato nel novembre del 1999 per esigenze di una copertura mediatica alternativa per l'evento delle proteste no global di Seattle contro il Wto, Indymedia ha dimostrato possibile grazie a Internet la creazione di mass media dal basso, autogestiti, non-profit e indipendenti dai media istituzionali e commerciali. Il circuito si è diffuso a macchia d'olio contando in oltre venti Paesi numerosi centri che diffondono contributi informativi quoti-

diani, coinvolgendo in prima persona il popolo Internettiano in un'informazione libera e indipendente. Attraverso megafoni come Indymedia, presente con un nodo anche in Italia (<http://italy.indymedia.org>), i grandi media giornalistici si trovano a doversi confrontare con voci che l'opinione pubblica considera attendibili e a tenerne conto nel trattamento della notizia con la massima obiettività. La vera forza di queste fonti alternative sta nella capacità di influenzare e vigilare la condotta dei grandi media, portandoli a collaborare con l'informazione dal basso. Indymedia deve la sua forza mediatica ad una piattaforma web flessibile e user-friendly, ad un database completamente automatizzato, a potenti server per lo streaming audio-video, ad un flusso di news sempre aggiornato. Chiunque può aggiornare e controllare i contenuti attraverso un computer collegato a Internet. È possibile caricare ed editare registrazioni audio e video, immagini, articoli, news, comunicati, sfruttando appieno la possibilità di legami intertestuali. La redazione non ha bisogno di essere centralizzata ma può costituirsi lì dove l'evento accade e organizzarsi come un network attraverso e-mail e canali Irc (basati sulla piattaforma Internet Relay Chat).

Sul modello del blog partecipativo è anche il sito Censurati (www.censurati.it), non una testata giornalistica ma un sito di rivendicazione sul diritto d'opinione, che dà la possibilità a cronisti e semplici lettori di diffondere la propria opinione senza censure e senza filtri.

Un altro blog informativo piuttosto singolare è Instablog (www.instablog.org), frutto dell'ingegno di un blogger marchigiano, Cristiano Cicconi. Il suo sito è un blog originale, presentato con il layout di un quotidiano cartaceo. È gestito da uno specifico software ideato dallo stesso autore del blog e chiamato Blogpress. Il sistema permette di impaginare allo stesso modo non solo gli articoli scritti tramite il software interno di redazione, ma anche di integrare forme di dati Xml provenienti da altre fonti ed aggiornare in automatico il giornale senza nessun intervento umano. Anche Instablog è un weblog aperto, nel senso che qualunque utente può richiedere l'attivazione di un account per inserire e aggiornare le news del sito, con la massima autonomia di scrivere cosa vuole e quando vuole.

In molti casi il blog viene inteso come collettore di notizie raccolte per renderle oggetto di discussione. Il migliore esempio in tal senso è il sito statunitense SlashDot (www.slashdot.com), nato nel 1997 per mano di Rob Malda quasi per gioco. Su SlashDot, il cui taglio editoriale è orientato alle discussioni sul mondo Open Source, vengono pubblicate notizie su vari argomenti suddivisi per temi. Le news, che sono scritte dai visitatori del sito, prima di essere pubblicate devono però essere approvate dal team editoriale, il che, in un certo senso, rende il weblog più vicino ad una e-zine che ad un vero e proprio blog, dove i post in nessun caso dovrebbero essere censurati, fatta salva la possibilità che il blog venga chiuso da parte del gestore del servizio per un uso scorretto dello stesso. Ogni notizia può essere commentata dai lettori, il che genera lunghissimi thread (fili) di discussione. Le news, qui come nella maggior parte dei blog, sono di seconda mano, con il link che rimanda alla fonte. Il blog può assumere anche i contorni di uno spazio per recensire eventi musicali, cinematografici o letterari, avvicinandosi in tal senso ai newsgroup. Ogni argomento lanciato riceve infatti una cascata di repliche e contro repliche: la differenza con i newsgroup sta però nel fatto che lo spunto di partenza è generalmente dato da una notizia comparsa sui media. Viene quindi segnalata una notizia, citata la fonte e quindi data una propria opinione che verrà poi discussa e com-

mentata dagli interventi di altri blogger o semplici appassionati.

Un esempio italiano accomunabile a quello di SlashDot è il blog di informazione Quinto Stato (www.quintostato.it), dove ognuno può intervenire inviando i propri pezzi o commentando quelli degli altri: la redazione ha raccolto oltre 8.000 firme contro il cosiddetto Decreto Grande Fratello, che avrebbe permesso agli organi competenti di tenere in archivio le e-mail ed i tabulati telefonici di ognuno di noi per cinque anni. Le firme raccolte sono state poi consegnate il 22 gennaio 2004 ai Presidenti di Camera e Senato, Casini e Pera. Questa è stata in Italia la prima occasione in cui un'iniziativa partita dal web ha raggiunto i vertici delle Istituzioni, dando quindi sempre più credibilità alla Rete.

Blog locali e tv di quartiere

Anche in Italia si stanno poi diffondendo quelli che possono essere definiti come blog locali, ovvero spazi di informazione e riflessione concernenti una particolare regione, provincia o città.

A Roma (www.rbc.splinder.com), Milano (www.mbc.splinder.com), Bologna (www.tortellino.splinder.com), Torino (www.tbc.splinder.com) Napoli (www.napolibloggers.splinder.com) e in molti altri capoluoghi sono nati ad esempio numerosi weblog con l'intento di aggregare blogger accomunati dalla prossimità geografica e favorirne gli incontri, le amicizie, gli scambi di idee.

Parecchi punti di contatto con i blog locali si rintracciano nel fenomeno della *street television*: anche in Italia stanno emergendo alcune tv di quartiere, anch'esse nate come spazio di libera espressione nonché strumento agile di informazione alternativa strettamente ancorata al territorio; con pochissimi mezzi economici e tecnici e molto volontariato queste piccole emittenti sfruttano le frequenze libere per la trasmissione televisiva in aree territoriali circoscritte come i quartieri di grandi città o riversano on the web reportage amatoriali (anche su semplici vlog) spesso realizzati dagli stessi cittadini in giro per la città con le loro videocamere digitali. Queste tv di strada sono libere e artigianali le descrive Emilio Carelli senza soldi e senza mezzi, proprio come i blog .

Il reporter diffuso e la disintermediazione

I casi citati danno lo spunto per riflettere sul cosiddetto fenomeno del reporter diffuso, sulla base delle possibilità che ogni internauta ha a disposizione per calarsi nel ruolo di cronista. L'affermazione ognuno è reporter! può essere inquadrata nell'ambito di un discorso più ampio quale applicazione al giornalismo come sottolinea Franco Carlini di una teoria generale secondo cui la caratteristica principale della rete è la disintermediazione, ovvero l'eliminazione di ogni figura a mezza via tra la domanda e l'offerta, che si tratti delle agenzie di viaggio o di quelle immobiliari, delle banche come appunto dei giornalisti o persino dei politici. [9] Il fai da te universale, reso infine possibile dalla tecnologia digitale .

Da un punto di vista tecnologico va cautamente affiorando un nuovo modo di fare informazione: alcuni blogger, presenti ad eventi e conferenze tra il pubblico con un pc portatile collegato al telefono cellulare, pubblicano in tempo reale tutto ciò che avviene e si dice durante l'avvenimento. Ogni blogger fornisce la cronaca dei fatti dal suo punto di vista, in piena libertà e in tempo quasi reale, senza limiti di battute né tagli e censure del desk di turno. I resoconti dei giornalisti accreditati appaiono in televisione nell'edizione serale del tg o al mattino seguente sui quotidiani, senza la ricchezza di particolari e la tempestività degli articoli di questi reporter improvvisati. Ovviamente sono casi ancora piuttosto rari in Italia, benché più frequenti di quanto si possa immaginare; ma soprattutto sono una realtà oltreoceano, dove il sistema dell'informazione statunitense appare sempre più contaminato dalla presenza dei blogger. Basti ricordare l'affermazione dei weblog newyorkesi dopo il tragico attentato alle Twin Towers dell'11 settembre 2001: migliaia di testimonianze e racconti in presa diretta di tutto ciò che stava accadendo nella Grande Mela in quei giorni drammatici furono messe costantemente a disposizione del mondo intero, in tempo reale, affiancando così l'informazione professionalistica dei media tradizionali. Forse è stato il primo momento in cui i blog hanno espresso le grandi potenzialità di libera ed autonoma informazione.

Il giornalismo amatoriale, in molti casi una vera e propria vocazione, dai blog riceve un impulso notevole. Semplici cittadini, per passione o per diletto, hanno la possibilità di raccontare e commentare in Rete i fatti che più li hanno colpiti, senza subire filtri o sottostare ad approvazioni editoriali. Questi blogger, ne sono un esempio Mappamondo (www.mappamondo.blogspot.it) e Iperbole (www.iperbole.splinder.com), non hanno praticamente mai notizie di prima mano, salvo rari casi, ma forniscono una propria versione dei fatti, linkando ai propri pezzi la fonte o i media tradizionali da cui traggono le notizie.

Si tratta di situazioni al momento circoscritte, ma che lanciano segnali importanti, mostrando come il giornalismo amatoriale dei blog possa affiancarsi al circuito giornalistico tradizionale. A riceverne ulteriore impulso è la comunicazione orizzontale, non mediata, che scavalca lo schema classico della comunicazione unidirezionale e verticale tra chi gestisce i media e gli utenti.

Giornalisti e/o blogger

L ecosistema dei nuovi media

Lo scrittore e giornalista americano J.D. Lasica, autore egli stesso di un noto blog, sostiene che la trasparenza del fenomeno blog abbia contribuito a rendere maggiormente accessibile e interattivo il sistema delle news, restituendo anche ai fruitori un ruolo attivo nel processo di raccolta, produzione, analisi e diffusione delle informazioni, un incarico una volta riservato esclusivamente alla stampa. È questo un aspetto che contraddistingue Internet dagli altri media, dove non esiste un corrispettivo dei blog. Inoltre dai blog esce invertito il tradizionale rapporto tra selezione e pubblicazione. Nei media, rileva Lasica, l'ordine delle cose è: Filtra, e dopo pubblica; nella comunità dei blogger l'ordine è invece: Intanto pubblica, poi fil-

tra . I blog possono fare controinformazione e mostrarci l'altra faccia della notizia, mettendo in circolo voci e dettagli che le fonti ufficiali non si sognerebbero di diffondere e con esse molte delle testate autorevoli quanto omologate ed allineate con i palazzi del potere. Quella dei blog sovente è un'informazione che parte dal basso: il blogger non solo diffonde informazioni e spunti di riflessione inediti ma sottopone al giudizio dei suoi lettori anche articoli di giornale, citandoli e linkandoli. I blogger danno vita ad un fenomeno di personalizzazione del giornalismo, ruminandoli i contenuti.

Vedendo il loro monopolio minacciato da nuove forme di comunicatori, molti giornalisti all'antica guardano ai blog come a un prodotto autoreferenziale, frutto del lavoro amatoriale di persone del tutto prive di competenza. Questo approccio è indice di una conoscenza approssimativa dei blog. Innanzitutto essi non sono autoreferenziali, poiché le riflessioni pubblicate nascono quasi sempre da un argomento che tiene banco su tv e giornali. Tali diari poi, non sono scritti da autori sprovveduti, visto che alcuni tra i blog più noti e cliccati sono opera di giornalisti o comunque di professionisti di un certo settore. I blogger dal canto loro vedono nei circuiti mediatici tradizionali un ambiente elitario e arrogante, accusandoli di veicolare versioni dettate da interessi economici. Questa polemica, che ha avuto una buona risonanza nella comunità dei blogger, tocca due argomenti di fondamentale importanza: il rapporto tra blog e giornalismo ed il concetto di comunità. I blogger si sentono partecipi di una web community aperta ed in continua espansione, che sta cercando di autoregolarsi, come dimostrato dalle 32 regole per una blogosfera migliore, una sorta di codice deontologico dei blogger, proposto da Rebecca Blood in un suo libro. Per molti blogger il weblog non è più soltanto un gioco, quanto un efficace mezzo di comunicazione, con una credibilità sempre maggiore nella produzione di informazione.

Weblog giornalistici

Il fenomeno inizialmente trascurato non può più essere preso sotto gamba da parte dei media che anzi, oltre a darle ampio risalto, hanno ben presto provveduto a cavalcarne l'onda, aprendo uno o più weblog all'interno delle redazioni dei quotidiani on-line. È il caso di Repubblica.it, che ha aperto ben otto blog curati da altrettanti giornalisti del sito, in cui è possibile dialogare direttamente con l'autore del blog lasciando commenti ai vari post. Blog che se da un lato hanno un buon seguito di lettori, dall'altro sono bersaglio delle critiche di illustri blogger come Massimo Mantellini, autore di Manteblog (www.mantellini.it) per la totale mancanza di link originali. I blog dei giornalisti di Repubblica.it riportano quasi esclusivamente collegamenti a siti di informazione autorevoli.

Talvolta i blog si configurano come vere e proprie bussole che orientano il navigatore all'interno di specifici argomenti: fanno scuola in questo senso le Guide di superEva, che rappresentano un esperimento di blogging pionieristico in Italia, nonché di grande successo.

Blog civici, al servizio dei cittadini

Una tipologia particolare di weblog giornalistici, e con questo termine indicheremo d ora in poi i blog curati da professionisti dell informazione, è rappresentata dal cosiddetto blog civico, un collettore di notizie e segnalazioni inerenti malfunzionamenti e magagne politiche e istituzionali. Ne è un esempio il Behablog (www.behablog.it) di Oliviero Beha, già presentatore di trasmissioni Rai radiofoniche e televisive al servizio dei cittadini.

Il rapporto tra blog e giornalismo è molto più stretto di quanto superficialmente possa sembrare. Lascia lo definisce addirittura simbiotico, nella creazione di un ecosistema dei nuovi media. I weblogs non sono cioè considerati come una realtà isolata e di nicchia, ma quale parte del network di idee di un giornalismo partecipativo. Anche Emilio Carelli, nel suo saggio *Giornali e giornalisti nella Rete*, sottolinea questo aspetto: Sono nati rapporti di collaborazione o, quanto meno, di discussione tra giornalista e lettore. Non di rado gli autori sono saggisti e giornalisti che nel contesto dei blog elevano con maggiore libertà voci di denuncia sociale o preziosi contributi ai dibattiti scientifici e culturali di stretta attualità.

I warblog, l'altra faccia della guerra

I blog non hanno da soli la forza di ergersi a custodi di una informazione pura e non filtrata, ma sicuramente possono dare una prospettiva diversa rispetto a quella che abitualmente ci viene propinata. È l'esempio di Salam Pax, blogger iracheno (www.dear_raed.blogspot.com), che dal suo computer di casa ha raccontato la guerra in Iraq dall'interno, in barba alle restrizioni del regime di Saddam e alla paura di essere scoperto ed arrestato. O come il blog del marine statunitense (www.it-smash.us) che raccontava in diretta l'avanzata delle truppe americane. Il blogger diventa in questi casi una fonte di informazione, integrando quella giornalistica e diventando egli stesso mediatore della notizia. Altro caso eclatante il diario di guerra Baghdad (www.bloghdad.splinder.com), salito alla ribalta in seguito all'assassinio in Iraq del suo autore, il reporter italiano Enzo Baldoni. Punti di vista differenti dello stesso evento, raccontati in diretta dai protagonisti, non filtrati dalla stampa o censurati da qualcuno. Personaggi che hanno appassionato il mondo dei navigatori della Rete per una comunicazione semplice, diretta, non filtrata.

Vi sono blog giornalistici come quello di Pino Scaccia, inviato del Tg1, che sulle pagine del suo Baghdad Café, (www.baghdadcafe.splinder.com) può raccontare, senza limiti di spazio e di tempo, le proprie giornate da reporter di guerra. Non di rado questi warblog sono ripresi dai più importanti giornali mondiali come fonte affidabile e talvolta unica per avere notizie fresche, e ritratte da un diverso punto di vista, sul conflitto ed i suoi effetti.

Molti giornalisti professionisti hanno aperto dei diari on-line dove con cadenza pressoché quotidiana, raccontano e commentano gli avvenimenti nazionali ed internazionali. Taluni curano addirittura un vlog, come l'ambizioso TgX del giornalista Maurizio Dovigi (www.tgx.splinder.com, fermo al giugno 2004 al momento della

nostra visita), che si propone di dare voce nei suoi servizi a tutte quelle notizie che chissà perché, non trovano spazio nei telegiornali istituzionali. Si tratta per ora di esperimenti isolati. Nonostante gli sforzi prodigati da molti cybercronisti che spesso danno vita a prodotti informativi di buon livello, non si vede al momento una tendenza che possa far pensare ai blog giornalistici come mezzo sostitutivo degli old media né tantomeno come forma di guadagno per i curatori. Più che altro per il cronista è un modo per fornire resoconti live o commentare news di seconda mano, saltando i filtri dei media tradizionali e mantenendo un collegamento diretto con i propri lettori. I blog in tal senso rappresentano uno strumento di dialogo più aperto tra il giornalista ed il lettore: come in uno speciale Angolo della Posta, dove nessuna lettera viene cestinata.

Blog e satira giornalistica

È anche interessante sotto questo aspetto la dimensione corale che siti di satira della comunicazione giornalistica come ad esempio Il Barbieri della Sera (www.ilbarbieredellasera.com) hanno acquisito, attestandosi come comunità di giornalisti che talvolta assume al ruolo di coscienza degli operatori della comunicazione, talaltra mette in circolo gossip e voci di corridoio, avvalendosi del contributo di giornalisti coperti dallo pseudonimato ma ospitando allo stesso modo le repliche di note firmate. Come fa notare Franco Carlini nel saggio *Parole di carta e di web*, il Barbieri è l'unico giornale italiano che pubblica le smentite con la stessa evidenza della notizia originale. Il lettore gioca a fare il giornalista e il giornalista nel blog può permettersi riflessioni che in un quotidiano stampato sarebbero concesse solo al commento dei più arditi lettori, nello spazio dedicato alle lettere.

I diari dei politici

Anche la classe politica comincia ad intuire le potenzialità espressive dei blog, quale strumento semplice ed informale attraverso cui mantenere un rapporto più franco e diretto con i propri elettori. Blog politici come il CalenDiario del forzista Antonio Palmieri (www.antoniopalmieri.it/calendario.php), che racconta schematicamente le sue giornate parlamentari come in un agendina degli appuntamenti, o del Presidente della Regione Campania, Antonio Bassolino (www.conbassolino.it/blog), che aggiorna quotidianamente il suo diariol con uno stile confidenziale da vero blogger, hanno un buon seguito di lettori, anche se dimostrano di non sfruttare appieno i vantaggi del linking. Simili spazi di autoriflessione, di comunicazione e di confronto introducono una nuova forma di dibattito politico, ma anche scientifico e culturale, come è stato il caso del blog Il Maratoneta di Luca Coscioni (<http://blog.lucacoscioni.it>), presidente di Radicali Italiani che, costretto da sclerosi laterale amiotrofica, parlava attraverso un sintetizzatore elettronico, battendosi per la libertà della ricerca scientifica.

Corporate blog

Infine, un altro tipo di weblog potenzialmente interessanti nella veste di dispensatori di notizie sono i cosiddetti corporate blog, ovvero bollettini aziendali dove le informazioni emesse sono riorganizzate con un tono più colloquiale e amichevole nei confronti del lettore. Anche per questo tipo di blog giova ribadire i rischi concernenti l'attendibilità delle informazioni veicolate e la loro effettiva gestibilità nella situazione non infrequente dell'eccesso informativo. All'interno dell'azienda i blog possono anche venire utilizzati come una forma di Intranet: in questo caso nel blog, suddiviso per argomento, ogni dipendente può sottolineare problemi o proporre soluzioni circa un dato argomento. Quest'ultimo fenomeno ha assunto proporzioni talmente rilevanti negli Usa che alcune società di marketing e pubbliche relazioni stanno studiando il modo di impiegarlo per fini commerciali e comunicazionali.

Contenuti tratti da Penne digitali. Dalle agenzie ai weblog: fare informazione nell'era di Internet!, edito dal Centro di Documentazione Giornalistica e scritto da Carlo Baldi e Roberto Zarriello.

Link

<http://www.pennedigitali.it>
<http://www.pandemia.info>
<http://www.indymedia.org>
<http://italy.indymedia.org>
www.selvaggialucarelli.it
www.censurati.it
www.instablog.org
www.bloghdad.splinder.com
www.kataweb.it/blog
www.ilfoglio.it/wittgenstein/
<http://Guide.supereva.it>
www.newmediamusings.com
www.ilbarbieredellasera.com
www.mestierediscrivere.com
www.dear_raed.blogspot.com
www.lt-smash.us
www.rebeccablood.net
www.powazek.com
<http://doc.weblogs.com>

www.lapizia.net
www.slashdot.com
www.quintostato.it
www.mappamondo.blogs.it
www.iperbole.splinder.com
www.cinemasecondome.blogs.it
www.behablog.it
www.iobloggo.com
www.bloogz.it
www.splinder.com
www.eriadan.it
www.drudgereport.com
www.ohmynews.com
www.infocity.it
www.mantellini.it
www.rbc.splinder.com
www.mbc.splinder.com
www.tortellino.splinder.com
www.tbc.splinder.com
www.napolibloggers.splinder.com
www.ilbarbieredellasera.com
www.vlog.storielaterali.com
www.tgx.splinder.com
www.nofilter.splinder.com
www.t-v-b.net
www.antoniopalmieri.it/calendario.php
www.conbassolino.it/blog
<http://blog.lucacoscioni.it>

Le dinamiche della comunicazione in rete

Intro*

Digito ergo sum. Quello che è diventato ormai il motto degli utenti on-line, ci fa riflettere sul rimpiazzo in corso del media televisivo da parte della Rete. Se per anni abbiamo creduto che qualcosa o qualcuno esisteva solo se appariva in televisione, oggi incalza l'idea che per esistere sia necessario comunicare in Internet.

Tuttavia si percepisce con estrema chiarezza come buona parte della comunicazione on-line sia inquinata da modelli e comportamenti di derivazione televisiva.

La televisione è tuttora il medium più potente e sono ancora pochissime le persone che l'hanno spenta definitivamente a favore di Internet. La convinzione che per esistere realmente sia necessario l'*audience*, è uno dei principali elementi che manifestano l'influenza mediatico-catodica. Di conseguenza l'*audience* viene ritenuto sinonimo di potere e di forza.

Per ottenere l'*audience* è necessario adeguarsi il più possibile al modello preconstituito, altrimenti il rischio è quello di parlare a/con un circolo ristretto di persone. A volte capita che perfino i personaggi più elitari manifestino il vizio *ereditario* e perdano molto tempo a consultare le statistiche d'accesso di Technorati relative al loro blog, o i contatori dei loro siti. Si tratta senz'altro di un atteggiamento inconscio che, tuttavia, manifesta la genesi della comunicazione attuale, dal momento che la misura in quantità è un retaggio televisivo.

Quando Karl R. Popper affrontava il problema della televisione, partiva dal presupposto che i bambini venissero al mondo programmati per imparare dall'ambiente. Poiché la televisione fa parte dell'ambiente dei bambini, non c'è dubbio che essa eserciti un'importante funzione nella loro educazione. Se inoltre consideriamo come nei comportamenti umani non ci sia nulla o quasi che non sia appreso, e ogni apprendimento si riduce all'imitazione, tutte le forme culturali svanirebbero nel caso in cui gli uomini cessassero improvvisamente di imitare.

Come afferma René Girard¹, le cui chiavi di lettura antropologica sono imitazione e mimesi, i neurologi ci ricordano di frequente che il cervello umano è un'enorme macchina per imitare. Per cui non dobbiamo sorprenderci se, durante l'utilizzo del nuovo media, trapelano comportamenti inconsci derivanti dal sistema televisivo. Mentre i bambini hanno un desiderio istintivo di imitare i comportamenti osservati, non posseggono un istinto per valutare a priori se un comportamento dato sia da emulare o no. Imitano qualsiasi cosa². Gli adulti, invece, tendono a elaborare ciò che osservano, mimetizzandosi spesso con delle modalità preconstituite.

* La presente monografia è a cura di Marina Bellini (www.marinabellini.it), scrittrice e regista.

¹ *Delle cose nascoste sin dalla fondazione del mondo* (DCC), Adelphi, Milano, 1983; ed. orig.: *Des Choses cachées depuis la fondation du monde*, Grasset, Paris, 1978.

² Charles S. Clark, *La violenza in tv*, in K. R. Popper e John Condry.

La verità in Internet

Da quando Orson Welles terrorizzò il globo terrestre con la mitica *Guerra dei mondi*, annunciando alla radio che gli alieni erano sbarcati sulla terra, le dinamiche della comunicazione si sono evolute fino all'approdo in Internet. La radio e il giornale sono essenzialmente strumenti di informazione e quindi si suppone che ci dicano la verità. Internet, invece, che è certamente uno strumento di informazione, non è soltanto questo: è anche un ambiente costruito secondo le modalità combinatorie della tecnica digitale e dalla relazione comunicativa tra agenti di senso, sparpagliati in giro per il mondo.

Quello che noi facciamo, diciamo e costruiamo lì dentro, non è sottoposto, o per lo meno non lo è sempre, al criterio della verità o della falsità³.

Se nel *Truman show* si arrivava a tastare la parete che divide il vero dal falso, in rete non sempre è possibile. In rete il mondo è una nostra proiezione: il gioco che noi siamo capaci di giocare, ciò che noi siamo capaci di vedere intorno, è la proiezione che siamo capaci di condividere con qualcuno disposto a giocare il nostro gioco. Questo strumento offre la possibilità di moltiplicare le intelligenze umane e far sì che queste si possano collegare tra loro, contribuendo a una sorta di ampliamento della mente, poiché la sua estensione diventa collettiva. Una decina d'anni fa, Derrick De Kerckhove affermava come, per la prima volta nella storia del mondo, disponiamo di uno strumento che nello stesso tempo sviluppa la personalità del singolo e la sua socializzazione, il privato ed il pubblico, l'oralità e l'archivio della memoria, il singolo e il molteplice. La televisione è sempre stata una minaccia per lo spirito critico e solo oggi, tramite l'interazione on-line, è persino possibile criticarla, mostrando la propria posizione nei confronti dei suoi prodotti. Se da una parte essa ha ancora una profonda influenza nella creazione di modelli di riferimento, dall'altra stimola la contestazione verso qualcosa in cui il singolo tende a riconoscersi sempre meno.

I fruitori della Rete

C'era un tempo in cui la Rete era frequentata da una piccola moltitudine. Chi era entrato in Internet circa all'inizio del suo avvento, faceva parte di una élite culturalmente e intellettualmente avanzata, pronta a sperimentare il nuovo mezzo interattivo, che spaccava finalmente i canoni del linguaggio monodirezionale degli altri media. Nelle fasi pionieristiche di ogni fenomeno di massa, la percentuale degli spostati è molto alta, ma anche quella delle avanguardie; quando il fenomeno comincia realmente a diventare di massa, la composizione dei fruitori tende a coincidere con quella della popolazione media. Perciò chi è entrato in Rete prima che essa iniziasse a massificarsi, ha potuto captare, intorno ai primi anni del nuovo millennio, una certa deficienza di alfabetizzazione che riduceva la comunicazione a dei ripetitivi slogan la cui conseguenza era un notevole calo del livello intellettuale. Quando una popolazione, disabitata a scri-

³ Franco Berardi, *In Rete verità e falsità, li creiamo noi*, in *Mediamentele*, Biblioteca digitale, <http://www.mediamentele.rai.it/biblioteca/>

vere e a leggere (che tanto c'era la televisione ad alleggerire l'impegno mentale), inizia a mettersi davanti a un monitor, con una tastiera che permette di esprimersi senza censure e senza inibizioni, la tendenza iniziale è quella di proiettare un modello, apportando in tal modo una riduzione del messaggio comunicativo. Negli ultimi anni, il settore della produzione di fiction ha inondato l'etere di commesse, commissari di polizia, medici delle ASL, famigliole di impiegati e casalinghe, in cui il Grande Pubblico doveva riconoscersi. Non per sminuire i suddetti ruoli, ma ho l'impressione che, assistendo alla rappresentazione banalizzata della sua vita quotidiana, il grande pubblico abbia considerato come modello di riferimento, e quindi come traguardo finale, la sua stessa routine e i normali accadimenti di ogni giorno, *imbecillizzati* dal lieto fine e dallo stile voyeuristico del Grande Fratello.

A quale desiderio di evoluzione può essere indotto lo spettatore medio, privato di un modello straordinario che esuli dalla sua routine?

Oggi la gente comune fa la fila per andare a raccontarsi nei talk show televisivi, ma anche nei reality show, tramite i quali acquisisce una fama altrimenti impossibile. A questi personaggi, che non possono avvalersi di uno spessore intellettuale per auto-rappresentarsi, viene delegato il compito di creare un modello comportamentale, che spesso è superficiale e povero di contenuti o di idee. Quando il modello viene recepito inconsciamente come riferimento, il comportamento si adegua a uno status che si manifesta in tutti gli aspetti relazionali. La tendenza a sciorinare il chilo, anziché il che cosa, induce l'utente televisivo che entra in Rete, a mantenere il medesimo livello di superficialità a cui era abituato; di conseguenza la mancanza della rappresentazione visiva del suo status, sul quale egli aveva fatto investimento IRL⁴, lo fa apparire telematicamente mutilato e impoverito.

In realtà il suo impoverimento è preacquisito.

L incontro virtuale

È uno spazio creativo, uno spazio di decentramento dell'io, una sovversiva moltiplicazione del nostro assetto identitario: non perché permette di assumere identità differenti dalla propria, fingendo di essere qualcun altro in nome della creatività, ma perché dà la possibilità di evitare l'incasellamento dei nostri interlocutori in un target di età, sesso, mestiere, status, a favore della comunicazione di pensiero. Tuttavia accade frequentemente che la principale curiosità sia quella di identificare l'interlocutore. Molti, soprattutto nelle chat (ma recentemente accade anche in qualche blog), forniscono dati artefatti, simulando di essere una persona diversa ogni volta, convinti che a contare non sia l'evidenza di un'identità tangibile. Quando una persona incontra qualcuno di questi personaggi, accade che si convinca di aver trovato ciò che in fondo desiderava trovare, senza pensare ciò che non gli fa piacere pensare: ad esempio di essere preso/a per i fondelli. Un'eredità, questa, della pubblicità.

⁴ In Real Life.

Nel linguaggio cinematografico dello spot televisivo c'è una grande accelerazione dell'immagine, una vasta enfasi sul corpo, sui consumi, una capacità di sintetizzare in poche immagini, di raggiungere effetti eclatanti e di ridurre al minimo il racconto o far sì che il segnale, l'immagine, il prodotto possa, come un flash, riportare la fantasia dello spettatore a un'aura di finzione che viene rapidamente evocata e contemporaneamente dissolta.

L'Internettarol medio simula inconsciamente questa modalità, convinto che il suo messaggio costituito da finzioni o simulazioni, si dissolva nella mente del suo interlocutore, subito dopo la sconnessione da Internet. E non si rende conto, il ciarlatano, che è la sua mente, invece, ad essere sconnessa e che la sua finzione lo fa apparire tutt'altro che superiore. Non è solo a forza di mentire agli altri, ma anche di mentire a se stessi, che si smette di accorgersi di mentire. Questa pratica, enunciata da Proust ne *La Recherche*, sta trovando terreno fertile in Rete, ma la colpa non è della Rete. Mentre quello dei rapporti copertil è un vizio che Internet avalla. Ci si camuffa dietro ad un nick name e ci si abitua a lanciare il sasso e nascondere la mano, senza doverne pagare alcuna conseguenza. Se tutto ciò accade è dovuto al fatto che, nel mondo reale, eravamo già abituati ad utilizzare queste modalità e, si sa, in Rete portiamo tutto l'insieme di esperienze che abbiamo accumulato IRL. Il problema è che saltano all'occhio i lati peggiori degli esseri umani. I migliori escono allo scoperto a rilento. O vengono rappresentati goffamente, affidandosi alla retorica e al buonismo mieloso.

Del resto, da quando esistono i telegiornali, siamo stati mitragliati da orrori di vario genere, poiché la bella notizia non fa notizia. Così, per farsi notare, molta gente punta sulla cattiveria, su un certo tipo di delinquenza telematica, sull'ostentazione delle sue malattie, dei lutti o della crudeltà.

Chi, invece, è in grado di mettere dei punti e virgole ai pensieri, o trasmette un certo stato di benessere, generalmente non ottiene larghi consensi, soprattutto da parte di chi non è in grado di comunicare con una certa soggettività o è carente di una certa consapevolezza di sé.

Molto spesso la comunicazione virtuale assume, per i soggetti direttamente coinvolti, una dimensione riparatoria nei riguardi della propria esistenza. In altri termini sembrerebbe che ciascun interlocutore voglia, in qualche misura, mutare la propria condizione da reale in fittizia, costruendosi un personaggio e facendogli giocare il ruolo che egli stesso avrebbe scelto nella quotidianità. E ciò, se da un lato consente rielaborazioni della propria solitudine, del proprio disagio esistenziale e della propria sofferenza, dall'altro consente un'immersione in una dimensione magica ed onnipotente, e comunque alienante dalla realtà concreta di tutti i giorni.

L identità fluida

Gli psichiatri che si occupano di nuove tecnologie, parlano di identità fluida nel cyberspazio, come se questa caratteristica fosse determinata dal mezzo e non dalla persona. Alcuni anni fa, nel mio primo libro *Maschi virtuali*, avevo sottolineato come in Internet possiamo essere qualunque cosa eccetto ciò che non siamo.

La nostra identità non è un monoblocco neppure IRL e non credo dobbiamo sorprenderci se lo strumento Internet ce lo conferma. Il vecchio concetto dell'albero con le varie ramificazioni, introdotto da Pierre Lévy per rappresentare il io virtuale, non nasce e cresce nel cyberspazio. Per alcuni, ma non per tutti, questo albero trova un terreno fertile più in rete che fuori della rete, ma spesso il mistero della ramificazione plurima rimane, per gli stessi, qualcosa di arcano. Solo i più consapevoli giocano le varie ramificazioni della relazione tra loro, evolvendole a volte, e prendendone sempre più coscienza. La maggior parte, invece, dichiara che stava scherzando e che dal vivo è un'altra persona.

I consumi dell'immaginario e dell'induzione mediatica ormai hanno invaso la collettività, al punto che non è nemmeno più necessario usufruire del mezzo televisivo per riconoscere come questa inevitabile realtà abbia compromesso l'autonomia di scelta, di pensiero e di comportamento per la maggior parte delle persone. Tra tutti i media la televisione è il principale strumento di creazione del desiderio fittizio e Internet ce ne conferma il risultato.

La mutazione intellettuale si è risolta nella totale subordinazione dell'intelligenza al suo uso mercantile ~ sostiene Jeremy Rifkin⁶ ~ ma anche la sfera affettiva. Il mondo di relazioni sta cambiando. Si è capito come vendere comportamenti sia altamente fruttuoso, come mercificare i rapporti sia ormai necessario, in quanto il nuovo concetto di libertà (caduto quello classico che considera l'autonomia come massima espressione dell'essere liberi) che vede la relazione (la Rete appunto) come autentica forma di libertà, pone anche l'esigenza di creare rapporti artificiali all'interno del sistema. Ecco che un incontro telematico tra due identità diventa un genere di consumo, un servizio incluso nell'accesso. La connessione contiene anche quello, è gratis ed è dovuto. Come se l'accesso alla Rete comprendesse un meccanismo di accesso facilitato al cuore, alla mente o, il peggio delle volte, alla sessualità.

Moltissimi accreditano un valore emozionale straordinario agli incontri telematici, senza rendersi conto che non essendoci empatia, l'emozione è angusta.

L'empatia è quel filo emotivo sottile che ci mantiene legati agli altri esseri umani. Noi creiamo empatia verso le fragilità altrui, le nostre incongruità, i nostri tentativi di essere umani. Ma se cominciamo a considerare gli altri come dei prodotti in offerta speciale che si possono acquistare nel cyberspazio, non riusciremo ad essere tolleranti, nel momento del confronto *live*, verso qualunque forma di difetto dell'oggetto da noi scelto e qualunque emozione verrà contraffatta o, al peggio, annullata. Sarebbe che ciò a cui le scelte attuali collettive o individuali tendono in un luogo di comunicazione telematica, sia una specie di marchio che garantisca la qualità del prodotto.

Nel 1989, quando ancora non si parlava di e-business o di e-commerce, in *La Marque*, Kapferer e Thoenig⁷

⁵ Marina Bellini, *Maschi virtuali*, Milano, Apogeo 1999.

⁶ Jeremy Rifkin, *L'era dell'accesso*, Milano, Mondadori, 2000.

⁷ Jean-Noel Kapferer e Jean-Claude Thoenig, *La Marque*, Mc Graw-Hill, 1989.

dicevano: La marca non è una rendita, né un diritto acquisito. La marca non dura se non porta un reale valore aggiunto. Sottoposta a continua verifica dai consumatori, che confrontano e che si abituano velocemente alle innovazioni al punto di considerare normale l'ultimo progresso portato dalla marca, essa non ha altra scelta per sopravvivere che rimettersi continuamente in discussione. Se applichiamo questa profezia alla marca dell'identità che si manifesta in Rete, non possiamo accettare che nessun ramo del nostro albero rimanga immutato. Invece esiste una maggioranza che non evolve, non modifica nulla, non cresce, e nemmeno si mette in discussione, tanto è ancorata al modello prefabbricato su cui ha fondato inconsapevolmente buona parte della sua personalità.

La concezione di Sé, ovvero la consapevolezza che ogni soggetto ha di Sé come essere unico e diverso dal mondo, nasce dalla capacità di raccontarsi e ri-raccontarsi la propria storia rileggendola e confrontandola con quella degli altri. Poiché la soggettività e il testo possono essere due facce della stessa medaglia, la comunicazione come linguaggio scritto ha un'importanza essenziale. E in rete gli spazi e i temi tradizionali vengono ridefiniti, così anche le distanze e quindi i limiti del Sé.

Quando si comunica con gli altri tramite la parola scritta, è come fare un viaggio attraverso se stessi, dove si incontrano varie definizioni di Sé, dei propri rapporti affettivi, delle proprie premesse. È un'opportunità per comprendere come le nostre realtà siano diverse e come esse si possano apprendere tramite la differenza. Camminando attraverso storie e realtà diverse, non si conosce mai la noia, perché il viaggio infinito che il mezzo ci permette di fare, è quello della conoscenza. Tuttavia spesso ci si ritrova a confrontarsi con una scrittura stereotipata, ridotta al minimo, che costituisce un impoverimento del linguaggio.

Un gergo cyber

Tomàs Maldonado⁸ ci fa notare come in chat o in mail si apre una strada, un gergo cyberl, un gergo che si basa su espressioni tecniche dove si annullano gli aggettivi; un linguaggio predefinito con frasi fatte e come tutto questo non solo può contribuire nel futuro ad un degrado del patrimonio linguistico e di tutte le sue articolazioni, ma può anche avere un'influenza negativa sui nostri modi di pensare. Noi continuiamo a pensare compatto, ridotto, e questo evidentemente è anche un aspetto da non sottovalutare, se consideriamo come l'uso compulsivo del cellulare abbia apportato, mediante gli sms, ulteriori modifiche all'uso del linguaggio comunicativo.

Il degrado del patrimonio linguistico era già avvenuto grazie alla televisione e alla pubblicità: poiché cultura e linguaggio ricco non sono compresi nel pacchetto persuasivo o forzatamente seduttivo dei media. Se pensiamo a tutti i portavoce del Corano del Consumismo che operano contribuendo alla devastazione socioculturale e all'alienazione che viene prodotta dalla televisione, ci rendiamo conto di come la mani-

⁸ Tomàs Maldonado, *Critica della ragione informatica*, Milano, Feltrinelli, 1997.

polazione adoperi due principali strumenti: il sesso e il successo.

Agendo sull'immaginario sessuale, che è l'elemento che fa da collante a tutti i successivi condizionamenti, l'icona del corpo femminile crea desiderio di possesso e di emulazione consumistica, per cui bellezze e saluti determinano consumo di prodotti e il diffondersi di simbologie che assumono la natura di Merce. La bellezza determina poi il successo, che è un potere la cui mancanza erode internamente, creando angosce e nevrosi.

Accade spesso nella blogosfera che qualcuna apra un blog e vi inserisca una galleria di fotografie che la ritraggono in atteggiamenti provocanti. Quel blog comincerà a collezionare una quantità infinita di accessi e di commenti, indipendentemente dal contenuto dei post. Ma, ancor più spesso, accade che le foto non appartengano realmente alla titolare del blog, ma siano prese in prestito da qualche sito straniero e spacciate come proprie, innescando un meccanismo di adulazione e creando una sudditanza da parte dell'utente che non darà più importanza alla parola scritta, ma alle pulsioni indotte dal desiderio.

In questi casi si nota come le parole acquistano un valore d'uso rispetto alla loro funzionalità simbolica e non rispetto alla rappresentazione oggettiva. Tale testimonianza rappresenta l'epoca di mercificazione ideologico-spettacolare, perfino delle emozioni e comunicazioni private, in cui le nostre pulsioni sono spesso indotte dai processi di creazione del desiderio, piuttosto che dal momento liberamente e sensualmente desiderante in se stesso.

L influenza della simbologia mediatica

Inoltre, l'uso dell'assunzione di identità apparentemente diverse non ha, come molti sostengono, delle valenze liberatorie. Circa la possibilità di sperimentare nuove identità in rete si fa molta retorica, poiché tale possibilità contrasta con i limiti effettivi dell'identità in Rete.

Barton Kunstrel⁹ osserva come chi assume un'altra identità in Rete metta in atto un esercizio di pensiero e di scrittura, che di per sé è interessante, ma lo è ancor più se ci si chiede quale sia l'ambiente di partenza di chi cambia identità in Rete. È inevitabile che si sia sempre legati all'identità di partenza, quella reale. Anche se si può provare il piacere del segreto e dell'avventura di un'identità virtuale, si tratterà sempre di una proiezione determinata dai presupposti reali dello specifico soggetto.

Chiunque abbia mai scritto narrativa sa, del resto, che la vita reale è infinitamente più sorprendente di qualsiasi costruzione fittizia. Forse è molto più importante chiedersi come influenzi la nozione di soggetto il fatto che la gente scelga di crearsi delle nuove identità: da cosa ci si muove, cosa si abbandona, e cosa avviene quando si rientra nella realtà di questo corpo, quanto può essere soddisfacente e frustrante un sé puramente elettronico.

Ormai è molto raro che la maggior parte degli utenti usino la rete come sperimentazione e scambio di con-

⁹ Barton Kunstrel, in *Mediamentele*, Biblioteca digitale, <http://www.mediamentele.rai.it/biblioteca/> 1998

tenuti a lunga scadenza, nascondendosi dietro false identità. Il bisogno dell'incontro reale è sempre più impellente, man mano aumenta l'utenza. Nella fase pionieristica era facilissimo incontrare qualche nick con cui scambiare dialoghi accesi e interessanti e spesso, se accadeva che l'interesse delle conversazioni si spostava su un piano emozionale o affettivamente proiettivo, uno dei due si dissolveva nel cyberspazio, magari spaventato dal mistero del nuovo. Oggi accade il contrario. La fase proiettiva è quasi immediata, poiché il linguaggio è abbastanza povero di contenuti e lascia spazio all'immaginazione, partendo dal presupposto che dall'altra parte dello schermo ci sia il protagonista della propria telenovela.

Tra gli adulti è molto diffusa la ricerca di sesso *live*, anziché cybersex, come accadeva all'inizio, in fase per l'appunto sperimentale. Ma dalle testimonianze raccolte, pare che il risultato sia deludente nel 98% dei casi. La ricerca di uno status proiettivo si avvale ancora una volta della simbologia mediatica introdotta dalla televisione e dalla pubblicità. Corpi perfetti, automobili favolose, posizioni sociali elevate, drogano qualunque desiderio che, appena non viene appagato, genera delusioni, malesseri e frustrazione. Nell'ambiente delle chat, sono frequenti gli incontri al buio, con patti pre-accordati in cui è d'obbligo la luce spenta, dal momento dell'entrata a quello dell'uscita, nella camera di un albergo in cui avverrà l'incontro. Tutto questo per non deludere l'immaginario, per continuare la relazione virtuale oltre lo schermo, senza togliere la magia del cyberspazio, in cui le proiezioni sono l'unico ingranaggio che riesce a produrre emozione. Ma soprattutto per una collettiva ed evidente carenza di autostima.

Se, come diceva Kant, è vero che la conoscenza è una dimensione in cui la struttura mentale dell'uomo acquisisce una funzione determinante, le nostre capacità ricettive metteranno in opera una creazione del mondo relativa alle stesse; per cui l'informazione che proviene dai media non è più qualcosa che ci arriva dall'esterno, ma è come se fossimo calati dentro il mondo dell'informazione al punto che, vivendoci dentro, come galleggiando in un liquido amniotico, pretendiamo che il mondo sia composto nello stesso identico modo in cui è rappresentato dai media.

Questa allarmante pratica degli incontri al buio non fa che confermare la paura di uscire da quella specie di utero in cui tutto è bello, perfetto, illusorio.

Piuttosto che rinunciare all'illusione, la gente è disposta a rinunciare al confronto concreto delle identità, aggrappandosi disperatamente agli effetti delle pulsioni sessuali, che vengono violentemente separate dal resto del corpo. La Rete comincia a star stretta, tuttavia pochissimi sono disposti ad accettare una realtà concreta che li porti fuori dal loro percorso immaginifico e li riporti su un piano di concretezza a relazionarsi, prima di tutto, con se stessi.

Ai primi tempi di Internet le relazioni sessuali on-line erano vissute con una partecipazione emotiva abbastanza incantata. I cyberinnamoramenti erano all'ordine del giorno, ma spesso l'incontro non si realizzava. Tutto restava come in una dimensione onirica e a volte lasciava le tracce di un vero e proprio incubo che non trovava risposta o possibilità di interpretazioni razionali nella realtà, a meno di non essere in grado di esaminare quali dei nostri bisogni fossero stati proiettati oltre il monitor.

L'utenza attuale dà meno spazio all'affettività e ai sentimenti e, malgrado ne proietti costantemente, usa

questo mezzo più come trasgressione della sua routine quotidiana che non come sperimentazione dei propri stati emotivi. Sono sempre più in aumento, in rete, le casalinghe insoddisfatte, le mogli poco appagate sessualmente, le ragazze in cerca di esperienze sessuali. I maschi, al contrario, cercano affettività o donne remissive, disposte a soddisfare i loro appetiti e a renderli meno insicuri del loro poterel maschile. Non tollerano una donna che conosce i segreti dello strumento informatico e che lo sa pilotare.

Dunque sì alle velinel in quanto donne oggetto, ma che non sappiano usare il computer possibilmente. Che non pensino. Il dilagare del consumismo sta rendendo di fatto sempre più difficile il contatto con le nostre emozioni fondamentali. Viviamo in un atmosfera climatizzata in cui non c'è più spazio per il caldo della gioia, per il freddo della paura, per il sole delle sorprese o per la pioggia della rabbia. Diffidiamo sempre di più anche di quel tipo di relazioni in cui si prendono impegni e che sono naturalmente collegate alle emozioni cognitive superiori. Vissute come un pericolo per il nostro equilibrio, le emozioni forti se ne stanno un po' lontane dal quotidiano dell'uomo moderno e tendono ad invadere gli schermi della televisione o i luoghi del suo divertimento.

Vivere evitando sorprese ed emozioni è sempre più comune anche se poi, delle emozioni abbiamo tutti bisogno. E non è un caso forse, allora, che il manifestarsi della gioia si colleghi sempre di più, per un numero sempre maggiore di persone, all'esultanza del calciatore che ha fatto un goal. Allo stesso modo in cui non è un caso, forse, che una delle coincidenze più interessanti segnalate in questi ultimi anni fra eventi emozionanti e infarto del miocardio, sia la sfida ai rigori che decide l'esito di partite finite in parità e seguite in televisione da tanta gente.

Portare le emozioni fuori di noi, su eventi non vitali, è un modo semplice, forse, di evitare dei rischi. Cadendo, però, in una vita grigia, basata sul tentativo di non affezionarsi troppo agli altri e di non preoccuparsi troppo del loro destino.

Ed ecco come un'esperienza in rete, può essere vissuta come un'emozione che appare tale, ma che non scompiglia più di tanto l'equilibrio faticosamente conquistato del saper dribblare i coinvolgimenti emotivi totali e totalizzanti.

Incontri virtuali e incontri reali

Generalmente, quando un individuo pensa, e in particolare quando pensa di essere o di fare nel processo di trasmutazione delle idee in suoni, movimenti, azioni o altro, si imbatte in barriere o in filtri che non consentono l'effettiva trasformazione in ciò che diverrà dell'agire, che tuttavia non diverrebbe atto, se rimasto ad uno stato puramente intenzionale e quindi solo pensiero.

Sembrano esservi, nella comunicazione telematica, dei tempi e delle modalità temporali che, dal pensare all'agire, mettono alla prova le capacità di ogni individuo. Quanto meno il soggetto idealizzerà il suo atteggiamento, tanto più egli corrisponderà all'azione che andrà a concretizzare.

Invece la comunicazione ha un esito positivo solo nel caso in cui, al termine delle sequenze comunicative,

si riscontra la presenza delle stesse informazioni nei soggetti interessati. Questo è possibile solo se si usano codici e regole comuni. I diversi codici della comunicazione, condivisi o privati, creano due mondi entrambi virtuali, il simbolico e l'immaginario. Essi vivono l'uno accanto all'altro separatamente, anche se il simbolico si nutre dei contributi imprescindibili dell'immaginario.

Poiché ciò che appartiene al simbolico prima è stato dell'immaginario, i rapporti tra questi due mondi virtuali creati dall'uomo sono garantiti dal contributo di quei soggetti che, ottenendo il consenso sulle loro opinioni, le traducono in valori condivisi del simbolico.

Che Internet sia un agglomerato di metafore e di simboli, ormai non ci sono dubbi.

La metafora degli spiriti mediocri ~ come l'ha definita lo psichiatra Romolo Rossi¹⁰ - espressione proustiana che ben si adatta al vissuto adolescenziale in genere ed al particolare vissuto adolescenziale che la connessione multipla simultanea induce, nasce dal bisogno di definizione di identità e dalla sfiducia di fondo sull'identità propria e sulla definizione di stile autonomo. La comunità di spiriti mediocri di Proust nasce qui dalla fantasia del tutti insieme e tutti uguali, che unifica e burocratizza gli stili, come le mode unificate del vestire e del parlare degli adolescenti, e ostacola la creatività, attraverso la formazione di stilemi, gerghi, linguaggio stereotipato.

Non è raro che persone in contatto tra loro, manifestino una certa difficoltà ad affrontare poi, con semplicità e con serenità, un incontro reale.

È probabile che si tratti di una notevole incapacità di accettazione dell'altro per cui, venendo a prevalere il narcisismo individuale, si scatena la competizione per il dominio del simbolico e la lotta per affermare i propri codici di lettura della realtà, a danno dell'altro.

Tutte le armi, a cominciare dalla fuga, sono utili per strappare il consenso e restare padroni indiscussi del simbolico. Quando lo scopo di qualcuno è l'utilizzo dell'altro in modalità virtuale, e la parola scritta non basta più a raggiungere lo scopo, si ricorre alla violenza che, in questo caso, è la separazione brusca. Lo scopo è quello di far precipitare nel silenzio chi non rinuncia alle certezze personali.

Non ingaggiare la competizione per il simbolico, e cioè evitare di proporre i propri valori nella comunicazione reale, dipende spesso dal timore che l'altro possa disprezzarli. Il processo evolutivo di una persona fa maturare la speranza di poter comunicare, ma la stessa è condizionata da eventi emotivamente significativi. Negli stadi che si succedono durante un processo evolutivo, nel quale sia compresa la comunicazione simbolica con l'altro, alcuni ingredienti possono mettere a repentaglio la concretizzazione relazionale. Ci si può ritirare dalla comunicazione simbolica perché l'altro si esprime con una modalità seduttiva ed asfissiante che non lascia spazio a diversi contenuti, oppure fa un uso energico della ragione.

La speranza di poter contribuire ai contenuti del simbolico si estingue però anche per motivi più personali, indipendenti dal modo di porsi dell'altro nella relazione, ad esempio quando maturano sentimenti di vergogna e di colpa.

¹⁰ Prof. Romolo Rossi, *Metafore per Internet*, intervento di apertura al Convegno "Internet e salute mentale" svoltosi a Genova, tra il 7 e l'8 febbraio 1998.

Il ruolo di questi sentimenti nella genesi dei deliri, che per la loro incomprensibilità possiamo definire un modello di comunicazione metaforica, è ricorrente in coloro che evitano di chiarirsi nel simbolico.

La vergogna, è un sentimento che matura dall'esperienza dei propri limiti personali nella relazione con gli altri. Ripetuti fallimenti nella relazione, per propria incapacità, sostengono il sentimento della vergogna. Il peso di tali limiti fa sentire indegni di affrontare una comunicazione simbolica. In questa, infatti, si può avvertire il pericolo di dover parlare di sé, mostrando la propria inadeguatezza esponendosi al rischio del giudizio altrui. Il delirio sembra porsi allora come un discorso che, per difendere i miseri limiti della persona, maniacalmente e trionfalisticamente si rifiuta alla comunicazione simbolica. Quando tramonta la speranza di poter comunicare con l'altro, mostrandosi, per partecipare alla costruzione del simbolico con parti di sé, si arresta il flusso della comunicazione di senso e compaiono nella relazione segni privi di intenzione comunicativa, che sfuggono alla comprensione, apparendo irrazionali e folli a chi li osserva. L'uso delle metafore permette di nascondere i codici di scrittura, impedendo all'altro di scorgerne il senso. La persona resta allora isolata in quel mondo virtuale ed immaginario che è creato dalle sue metafore, orgoglio e disperazione di chi pensa di non potersi mostrare all'altro. Si arresta allora il flusso di informazioni che permette di partecipare alla costruzione del mondo virtuale del simbolico, da cui sgorga identità e ruolo sociale ¹¹.

Perciò molte persone restano confinate in Internet. Mentre altre non hanno nessun problema a mostrarsi, per lo meno a chi paia consenziente e sottomesso alla comunicazione metaforica.

Ma questo è ciò che accade spesso anche negli incontri reali. Ci sono coppie in cui uno dei due componenti è completamente sottomesso e, in tal modo, non compromette il mondo immaginario dell'altro.

L incapacità di leggere

La seduzione virtuale implica dei trucchi astuti per compiere un progetto (sessuale o altro), spesso per dei traguardi tipicamente nevrotico-mascolini, e mette in risalto una debole stima e dignità di se stessi. La caratteristica principale di questi seduttori è la manipolazione dei partner sessuali, che a lungo andare, insidia l'autostima e la felicità degli stessi ammaliatori. La maggior parte delle tattiche di seduzione virtuale si basano sull'inganno ed esso avviene, come nel repertorio della seduzione di Don Giovanni, attraverso una forma indiretta e subdola di ipnosi.

Ironicamente, una forma subcosciente di auto-ipsi negativamente alimentata, è il meccanismo principale che conduce alla impotenza e alla frigidità, non soltanto per i Don Giovanni, ma per quasi tutte quelle persone che ingannano i loro partner.

La metodologia del sesso fatto per divertimento, stile Don Giovanni o playboy, comprende giochi, ruoli e varie tecniche di manipolazione per sedurre le donne. La manipolazione del partner e la pragmatica disonestà di professare sincerità e serietà, costituiscono dei mezzi strategicamente vantaggiosi per la conquista.

¹¹ A. Ballerini, M. Rossi Monti, *La Vergogna e il Delirio*, Torino, Bollati Boringhieri, 1990.

sta. Tuttavia, la maggioranza dei Don Giovannil della Rete, possono soltanto atteggiare la loro robustezza sessuale: in realtà sono terrificati dalla loro inadeguatezza sessuale. Molti Don Giovannil che si credono tanto mascolini, non hanno mai sperimentato l'orgasmo psicologico e rimangono psicosessualmente vergini per tutta la vita, non riuscendo a sviluppare la capacità di concedere o ricevere i piaceri psichici. Le conseguenze sono quelle di un occulto malessere che li tormenta ed esce allo scoperto nel momento in cui si accorgono che i loro intenti ipnotici non hanno funzionato.

Con l'avvento di Internet questa tipologia è complice inconsapevole delle avventure pseudo-sentimentali del compagno/a nei labirinti della Rete.

Si parla frequentemente di rapporti messi in crisi da Internet, ma si evita di trovarne le cause reali.

Una di queste, non c'è dubbio, è l'igiene mentale che scarseggia nella società odierna e che, al contrario, potrebbe contribuire a un'evoluzione cognitiva di sé e degli altri.

L'altra, fondamentale, è l'incapacità di leggere. Leggere ciò che c'è scritto e non ciò che vorremmo ci fosse scritto. Se sapessimo leggere, alieni dai nostri sogni, bisogni o desideri, riusciremmo a leggere gli altri come sono e non come vorremmo che fossero.

L'incapacità di lettura e di conseguenza l'acquisizione di una corretta informazione, si manifesta anche in quelle che non sono le questioni relazionali più intime, ma che riguardano la politica o altre tematiche socio-culturali.

Durante l'ultima campagna elettorale, la rete traboccava di opinioni da parte dei rispettivi schieramenti. Nei blog, come nei forum o nelle mailing list, era evidente una preponderanza di luoghi comuni e di retaggi culturali precedentemente acquisiti. Eccetto alcuni utenti bene informati e intellettualmente onesti, la maggior parte degli opinionisti on-line rivelava di basarsi sul sentito dire, sulla simpatia o antipatia verso l'una o l'altra coalizione. Certamente su ciò che avrebbe voluto che fosse e non su ciò che realmente era. Malgrado i più ragionevoli tentassero di dialogare con gli irrazionali, raramente si riusciva a venire a capo di un discorso basato sui pregiudizi.

Se da un lato era interessante assistere o confrontarsi con il pensiero collettivo, dall'altro si poteva cominciare ad avere la certezza che la comunicazione globale in rete si può stabilire seriamente solo tramite una serie di nicchie aliene dalla contaminazione globale. Considerando che ogni volta in cui si opta per un particolare comportamento, si spinge l'evoluzione culturale in un senso o nell'altro, dovremmo avere piena consapevolezza della nostra responsabilità. Interagendo con gli altri non possiamo permetterci di contribuire con informazioni fasulle o atteggiamenti esclusivamente emotivi, tanto meno abbandonarci, per comodità, ad un uso limitato del nostro pensiero.

Blogosfera e condivisione

Secondo Baudrillard, la crescita, l'accelerazione e la proliferazione hanno raggiunto estremi tali che l'estasi dell'escrescenza (cioè il crescente numero di beni) è accompagnata dall'inerzia. Il processo di crescita

presenta una catastrofe per il soggetto, poiché non solo l'accelerazione e la proliferazione del mondo oggettificato intensificano la dimensione aleatoria del caso e dell'indeterminazione, ma gli oggetti stessi finiscono con il dominare il soggetto esausto, il cui interesse per il gioco degli oggetti si trasforma in apatia, stordimento e inerzia. Oggi le persone vivono in un'era caratterizzata dal dominio dell'oggetto, e se non si riesce a prendere atto di come lo spazio relazionale on-line sia un mezzo e non un oggetto, e come gli altri non siano allo stesso modo oggetto della nostra ricreazione, la rete potrebbe evolversi in una direzione sbagliata rispetto a ciò per cui è nata.

Fortunatamente nel mondo blog si stanno cercando delle strade ragionevoli affinché *la parte abitata della rete*¹² recuperi il senso dell'esistenza di Internet. Il principale concetto su cui si basa la attuale blogosfera è la condivisione. Sergio Maistrello¹³, nei suoi appunti collaborativi on-line lancia un messaggio che vale la pena memorizzare: Noi non siamo abituati a condividere, siamo abituati a vendere. Lo stimolo principale che ci spinge a mettere in circolo i nostri contenuti è quasi sempre la ricerca di un guadagno, monetizzabile in modo più o meno diretto. Al contrario, gli strumenti di espressione su cui si fonda la parte abitata della Rete insegnano che più si mette a disposizione la propria ricchezza, più si beneficia della ricchezza altrui. Più attenzione si concede agli altri, maggiore attenzione si otterrà in cambio. La condivisione richiede una disponibilità straordinaria all'investimento a fondo perduto, perché il guadagno è indiretto e protratto nel tempo. La fiducia nella capacità degli abitanti della parte abitata della Rete a completarsi gli uni con gli altri è quanto di più lontano ci sia dalle degenerazioni del consumismo che hanno formato le generazioni degli ultimi decenni. Però funziona, e migliaia di temerari sono già lì a dimostrarlo.

I blog, di cui molti media parlano in maniera distorta, descrivendoli come diari personali, poiché così erano nati, stanno cominciando a fornire un reale scambio di pensiero, offrendo accesso alla creatività soggettiva che, tramite l'interazione, diviene collettiva. Tale ricchezza è maggiormente possibile individuarla tra quelli che non vantano grandi numeri di accesso, poiché è l'unica dimensione preferibile per trarre il meglio dalle interazioni tra persone, idee e contenuti.

Se considereremo la Rete come un universo di senso a cui attingere, per trovare ciò che a noi interessa, sarà sufficiente individuare i piccoli pianeti che ci sono affini. E creando il nostro percorso di senso, il Gran Disordine di Internet potrà pian piano essere trasformato in un Disordine più composto. Ogni piccolo spazio racchiude contenuti con i quali ci possiamo confrontare quotidianamente e scegliendo quelli a noi più affini, possiamo stabilizzare la nostra ansia di consumo, riappropriandoci della nostra soggettività e contribuendo alla ri-creazione di quel senso che ai tempi delle BBS era ancora visibile. Quando i modem viaggiavano a 2400 bps e i computer avevano 1MB di memoria RAM, e CPU con clock da 16 MHz.

¹² Giuseppe Granieri, *Blog Generation*, Bari, Laterza, 2005.

¹³ Sergio Maistrello, *Come si fa un blog*, Milano, Tecniche Nuove, 2004.

La cultura on-demand

Intro*

Negli ultimi tempi anche in Italia si sta affermando la cultura on-demand, cioè la possibilità offerta all'utente di personalizzare la sua dieta mediatica secondo un menù costruito in base ai propri gusti e preferenze e soprattutto senza alcun vincolo temporale. È il trionfo del palinsesto fai da te e la fine di quelli tradizionali.

Una mediateca on-line

Un cambio epocale di abitudini rispetto alla rigidità dell'offerta dei contenuti (quest'ultima tipica dei media tradizionali) è dovuto al progresso tecnologico e principalmente all'introduzione della larga banda. Una piccola riflessione empirica: bastano pochi click per poter disporre di un filmato di una trasmissione senza la necessità di un ormai anacronistico videoregistratore. Sono molti i programmi televisivi che dispongono all'interno del proprio sito Internet di una galleria multimediale con le sequenze più importanti andate in onda. Nel medio/lungo periodo si assisterà quindi a una formidabile mediateca on-line disponibile on demand. Le conseguenze di questa evoluzione mediatica saranno molteplici: moltiplicazione e diversificazione dell'audience di un determinato evento, nuovi modelli di advertising, effetto virale legato alle peculiarità del medium web. Ultimo, ma non meno importante aspetto, è quello correlato alla crossmedialità dei contenuti.

In merito al primo punto è facile immaginare come grazie a questo processo il pubblico di un programma sia altamente diversificato, un determinato evento può raggiungere per il suo posizionamento mediatico un pubblico determinato ma grazie a una successiva collocazione on-line e con opportuno battage mediatico i suoi contenuti esplodono su altri segmenti di utenti.

Cambia anche il modo di fare pubblicità, le clip presenti su molti portali d'informazione sono già anticipate da un breve spot pubblicitario. L'affermarsi di tale modello permetterà una pianificazione pubblicitaria mirata e sicuramente più interattiva.

La Rete è ormai uno strumento consolidato per la diffusione virale dei contenuti. Questa caratteristica comporta una forte cassa di risonanza per replicare il successo su ampia scala di un determinato appuntamento. Anche i portali di informazione già provvedono ad arricchire le news presenti con video, immagini, animazioni e audio, trasformando il semplice ipertesto in un'offerta ancora più versatile rispetto al mezzo televisivo.

In sintesi, quindi, la prospettiva della cultura on-demand è il fulcro della diffusione di contenuti attraverso sistemi multimediali e differenti piattaforme tecnologiche. I vantaggi derivanti da un approccio dove è il destinatario del messaggio a personalizzare il proprio palinsesto nel lungo periodo può determinare un indebolimento della tipica offerta rigida dei media tradizionali con un crescente interesse e qualità dei contenuti. E finalmente un rilancio della creatività.

* La presente monografia è a cura di Igor Righetti massmediologo, giornalista professionista, autore e conduttore radiotelevisivo, docente di Linguaggi della comunicazione e radiotelevisivi. Il suo sito è: www.igorrighetticomunicazione.it

Psicologia e psicopatologia della comunicazione on-line

Intro*

Nell'epoca attuale la comunicazione è, senza alcun dubbio, l'ambito della vita individuale e sociale nel quale si stanno realizzando le trasformazioni più importanti e dalle conseguenze più ampie. Mutamenti che non riguardano esclusivamente aspetti esteriori dell'esistenza ma, al contrario, investono stili psicologici, modalità relazionali, le forme stesse del pensiero, del sentimento e della percezione. Le numerose tecnologie, sempre più flessibili, versatili e pervasive, che oggi supportano la comunicazione, non introducono quindi variazioni esclusivamente quantitative ma vanno a modificare in profondità la struttura della psiche e dell'identità, le modalità dei nostri processi mentali, la relazione interpersonale, la rappresentazione dell'esistenza.

Ecco perché la natura di questi processi e la loro vasta portata sono tali da interessare oltre a domini pubblici e collettivi come la politica, l'economia, la pubblicità, la diffusione della cultura e la sua fruibilità, anche, e inevitabilmente, aree private e personali, gli spazi affettivi e l'intimità individuale. Queste considerazioni ci spiegano anche perché oggi la comunicazione tecnologica interumana è oggetto di studi trasversali a una numerosa serie di professionalità e di campi del sapere: dalla sociologia alla psicologia, dalla semiotica alla filosofia, dalle scienze economiche e finanziarie alla letteratura e all'arte.

È lecito dunque affermare che l'evoluzione/rivoluzione della *Information & Communication Technology* (ICT) è il più potente fattore di cambiamento sociale e culturale e rappresenta, allo stesso tempo, il motore fondamentale di ogni possibile progresso scientifico e tecnologico, in ragione dell'evidenza che qualsiasi campo dell'esperienza umana, qualsiasi settore di ricerca scientifica e tecnologica, nessuno escluso, si avvale sempre di più delle innovazioni apportate ai processi di comunicazione.

Ma qual è il cuore di questa grande rivoluzione della comunicazione umana, il motore pulsante della civiltà della comunicazione globale nella quale ormai ogni cittadino del mondo vive o sta per vivere? Potremmo ridurre essenzialmente a due le dinamiche che hanno determinato la costruzione della straordinaria rete mondiale di comunicazione nella quale siamo costantemente immersi, contemporaneamente come fruitori passivi e come partecipienti attivi: la velocità e la dematerializzazione.

Comunicare alla velocità della luce

Il primo aspetto è dunque la velocità, qualità dell'esperienza umana per la quale sembriamo avere una inclinazione profonda e ancestrale; l'uomo è da sempre attratto dalla possibilità di accelerare le modalità di realizzazione delle proprie azioni, obiettivi, movimenti, progetti. La prima portentosa innovazione tecnologica fu rappresentata dalla ruota, tecnologia del movimento, che permetteva di dare un fortissimo impulso alla gran parte delle attività di lavoro dell'uomo primitivo. Ma è utile riflettere che la propensione dell'uomo per

* La presente monografia è a cura di Daniele La Barbera Direttore della Clinica Psichiatrica dell'Università di Palermo, Presidente della Società Italiana di Psicotecnologie e Clinica dei Nuovi Media.

la velocità non si limita alle dimensioni pragmatiche e concrete della vita e non attiene soltanto all'azione e alla produzione. Le prime produzioni artistiche di nostri antenati infatti, quelle mirabili scene di caccia che abbellivano l'interno delle caverne ove essi abitavano e che rappresentavano anche il più antico e rudimentale dispositivo di realtà virtuale, erano improntate al movimento e al dinamismo, fermavano i soggetti rappresentati, animali e uomini, nell'atto della corsa, quasi a volere restituire in queste suggestive raffigurazioni pittoriche ciò che verosimilmente li affascinava maggiormente, la velocità, la potenza, la mobilità degli animali negli scenari naturali, che rappresentava anche un vantaggio competitivo nei loro confronti e delineava i parametri fondamentali della sfida e della quotidiana lotta per la sopravvivenza.

L'attrazione per la velocità, presente già agli albori della civiltà umana, la possiamo riconoscere con chiarezza anche nell'infanzia di ogni individuo: il piccolo bambino, che ha appena imparato a camminare, seppure ancora incerto, mostra già il desiderio di dare velocità ai propri passi, mostra quell'impulso irresistibile a correre che per qualche anno rappresenterà la sua passione più pura e intensa, prima che forme più articolate del gioco e del divertimento la metteranno (ma solo apparentemente!) in secondo piano, camuffandola con modalità ludiche più complesse e relazionali. Ma che la velocità sia un attrattore archetipico dell'esperienza umana ce lo dimostrano anche i sogni, primo tra tutti il sogno di volare, che porta immancabilmente con sé, come splendidamente ci ricorda Gaston Bachelard (1988), lo sbalordimento stupefatto e compiaciuto del sognatore di quanto naturale sia questa esperienza, il liberarsi della greve costrizione della pesantezza, sollevandosi senza alcuna gravità da terra per provare l'ebbrezza del volo e della velocità, quasi che questa e non la lentezza e il radicamento al suolo, sia la vera natura del rapporto dell'uomo con lo spazio ed il tempo.

Oggi indubbiamente la velocità è divenuta in ogni settore il vero valore aggiunto; essa dà maggiore pregio e desiderabilità a macchine e tecnologie, processi ed esperienze, progetti e ricerche. In moltissimi campi dell'attività umana è un diretto indicatore di efficienza e qualità, un segnale di adeguatezza e competenza. Paul Virilio (1998), uno dei più acuti critici della civiltà tecnologica afferma a questo proposito: Le comunicazioni hanno cominciato a usare la velocità limite. Tutte le società antiche avevano sviluppato delle velocità relative. Anche la rivoluzione dei trasporti nel XIX secolo è evidentemente legata alla velocità relativa del treno, dell'aereo, e, in seguito, dei mezzi di trasporto supersonici. La rivoluzione delle trasmissioni, delle telecomunicazioni, usa, generalmente parlando, la velocità assoluta, cioè la velocità delle onde elettromagnetiche. Era già avvenuto con la radio e con il telefono, ma ormai avviene anche con la tele-audizione, con la televisione e con la tele-azione o interattività. Ora l'interattività è, in un certo senso, la nascita di un mondo unificato, di un mondo unico. Unito da che cosa? Dal tempo reale, dall'immediatezza, dall'ubiquità, dall'istantaneità. Viviamo dunque un tempo ineguagliabile, un tempo mondiale, che non trova equivalenti nel passato, se non nel tempo astronomico. Tutta la storia delle società si fa nei tempi locali, di un paese, di una regione. La storia di domani, la storia che oggi comincia, si fa in un tempo unico, il tempo mondiale, il tempo dell'immediatezza, quello che si chiama *livel*, tempo reale. Questo comporta un trauma, a mio avviso. Il tempo reale, il tempo mondiale ha il sopravvento sullo spazio reale, sullo spazio tempo locale, sullo spazio-tempo della storia .

Introdotta nei domini delle attività umane dalle tecnologie del movimento con la rivoluzione industriale, la velocità, nell'attuale era post-industriale ~ l'era della comunicazione ~ è stata fortemente implementata dai dispositivi tecnologici per comunicare, divenendo anche in questo caso sinonimo di potenza ed efficienza. Se nel XVIII secolo e ancora in parte del XIX, una missiva poteva impiegare settimane o mesi per giungere a destinazione, essendo la comunicazione interumana a distanza ancora fortemente dipendente dai mezzi di trasporto, con il passare del tempo l'intervallo tra l'invio e la ricezione di un messaggio si è progressivamente ridotto sino ad annullarsi del tutto: oggi siamo nell'epoca della comunicazione istantanea: con l'e-mail, gli sms, ma anche con la radio e la televisione, un contenuto raggiunge immediatamente uno o più destinatari. La comunicazione è divenuta, così, leggera, istantanea, diffusibile, condivisibile. Martin Heidegger (1947) sintetizza in modo mirabile il senso filosofico e psicologico di una tale accelerazione:

Siamo in un'epoca in cui anche l'ultimo angolo del globo terrestre è stato conquistato dalla tecnica ed è diventato economicamente sfruttabile, in cui qualsiasi evento, in qualsiasi luogo e momento, è divenuto rapidamente accessibile, in cui si può vivere nel medesimo tempo un attentato in Francia e un concerto sinfonico a Tokio, in cui il tempo non è più che velocità, istantaneità e simultaneità, mentre il tempo, come storicità autentica è del tutto scomparso .

L insostenibile leggerezza digitale

La velocità e la facilità con le quali oggi possiamo comunicare è anche in rapporto al secondo dei fattori che abbiamo prima menzionato, cioè i processi di dematerializzazione. Dalle tavole della Legge scolpite in pietra con le quali Jahvè trasmise a Mosè le sue regole morali, ai papiri, alle tavolette di cera, sino alla carta dell'epoca moderna, anche in questo caso assistiamo ad un progressivo processo di alleggerimento dei supporti per comunicare, accompagnato da un corrispondente, vertiginoso aumento della capacità dei supporti di accumulare dati. Oggi, nell'epoca del digitale, la comunicazione può avvenire con dispositivi che non utilizzano alcun supporto (pc, reti telematiche, telefoni cellulari), o può avvalersi di supporti digitali capaci di immagazzinare una incredibile quantità di dati; basti pensare che rispetto al floppy disk che tutti utilizzavamo fino agli anni '90 per archiviare e memorizzare file, i dischi HD-DVD o i Blu-Ray Disc, che stanno per essere resi disponibili, hanno una capacità di memoria quasi ventimila volte superiore, potendo arrivare sino a una capienza di 23 gigabyte (Cfr. Formenti, 2000).

La dematerializzazione, resa possibile dai processi di informatizzazione e digitalizzazione e, a sua volta in grado di determinare tutti i fenomeni di virtualizzazione dell'esperienza, ha alla base un passaggio assolutamente rivoluzionario per comprendere tecnicamente e psicologicamente l'odierna rivoluzione digitale: il passaggio cioè, dall'atomo al bit. È questo il punto di svolta della dematerializzazione che ha sostituito ad atomi e molecole le infinite sequenze di bit in grado di riprodurre testi, immagini, foto, video, musica e

quant altro ancora il futuro digitale ci riserva. Tutti questi contenuti mediatici, è utile ricordarlo, sono alla fine riconducibili a un'unica trama generale che è quella dei microsegnali elettrici (i bit, per l'appunto) che danno forma a tutte le possibili varietà dei file audio-visivi oggi in uso.

Infine, l'ultimo fattore che ha dato alla civiltà della comunicazione la sua forma (sinora) più compiuta ed evoluta è quello della interconnessione; l'implementazione del computer con la preesistente rete telefonica mondiale e la quasi contemporanea diffusione di massa dei telefonini cellulari ci hanno fatto diventare in un tempo molto breve abitanti di un pianeta interconnesso: tutti possiamo comunicare tutto a tutti, dappertutto e in tutti i momenti! Ed è anche evidente la sinergia che si è immediatamente determinata tra il costituirsi della rete e la progressiva velocizzazione dei flussi comunicativi resa possibile dalla digitalizzazione dei contenuti mediali (Cfr Parrella, 1998).

La sensorialità estesa

Ma se sono sotto gli occhi di tutti gli straordinari scenari della comunicazione interumana che sono stati inaugurati dall'avvento di questi processi (ad esempio la facilità e la rapidità estreme con le quali oggi possiamo condividere e scambiarci di continuo testi, musica, film) non sembrano ancora del tutto definite le implicazioni psicologiche di tali scenari in mutamento e gli effetti della comunicazione tecno-mediata (*computer mediated communication, CMC*, o, più semplicemente, comunicazione *on-line*) sulle sfere cognitiva e affettiva.

La civiltà della comunicazione ha innanzitutto aumentato la quantità di stimolazione sensoriale e informativa al quale ognuno di noi è sottoposto (adesso in età sempre più precoce); le tecnologie della comunicazione, attorno alle quali oggi si progettano gli spazi abitativi ed il loro arredamento, occupano nelle nostre case localizzazioni multiple e strategiche, facendo mostra di tutto il fascino, solo apparentemente discreto, che solo tali dispositivi riescono a evocare, specie nelle loro versioni più evolute. Forme estetiche sempre più raffinate e accattivanti divengono complementari a funzionalità e tecnologie sempre più progredite e avanzate in un universo tecno-mediatico che sembra espandersi senza alcun limite. Impianti stereo Hi-Fi e home-theatre, postazioni multimediali e work-station, tv digitale e interattiva con schermo al plasma e ad alta definizione, connessione Internet a banda sempre più larga, sono solo alcune delle fonti tecnologiche della civiltà della comunicazione presenti nelle case della gente e che rendono gli spazi domestici sempre più pervasi da una sorta di back-ground mediatico incessante che se non sostituisce del tutto gli spazi emozionali ed intimi della vita familiare fa comunque da contrappunto quasi costante a tali scambi. Vi è dunque un primo importante fenomeno che è quello della amplificazione della sensorialità che le tecnologie della comunicazione determinano; in effetti la caratteristica di tutti i media elettronici è quella di estendere le percezioni sensoriali e le facoltà della mente. Questa è in effetti una delle caratteristiche più salienti delle nuove tecnologie; se pensiamo infatti all'epoca della rivoluzione industriale e alle tecnologie che la resero possibile, possiamo facilmente notare che esse potenziavano il lavoro fisico e lo ren-

devano più efficace e preciso, supportavano il lavoro muscolare sostituendosi a questo svolgendo quindi prevalentemente il ruolo di tecnologie del movimento; si trattava quindi di tecnologie eminentemente fisichel che consentivano di dominare e conoscere meglio la realtà circostante. Le nuove tecnologie digitali invece, tendono a interagire direttamente con la mente, la sostituiscono parzialmente o la supportano, la modificano nelle sue modalità funzionali e nel suo rapporto con il reale e, infine, aprono l'accesso alla conoscenza e all'esperienza dei mondi virtuali (de Kerckhove, 1997). Possiamo dunque affermare che le tecnologie digitali facilitano, amplificano, estendono, e accelerano l'esperienza umana rendendo possibile la sperimentazione di mondi sensoriali non materiali; a differenza delle tecnologie più tradizionali esse hanno quindi la capacità di interagire strettamente con la mente umana amplificandone le funzioni sensoriali (come nel caso della televisione), cognitive (come nel caso del computer, conoscitive (come nel caso di Internet). È proprio questa specifica e profonda interazione con la mente umana e con le sue funzioni cognitive e sensoriali che rende particolarmente piacevole e desiderabile l'esperienza fornita dai nuovi media come modalità per esaltare massimamente il potere della mente e dei sensi.

L affettività tecnomediata

Lo studio tecno-psicologico dei mutamenti introdotti dai nuovi mezzi di comunicazione elettronica e digitale ci fa individuare un area estremamente interessante che è quella relativa all'impatto di queste tecnologie sulla nostra vita affettiva. Abbiamo già accennato come un primo effetto della diffusione di strumenti per comunicare sempre più sofisticati ed accattivanti sia lo spostamento delle dinamiche soggettive ed interumane del desiderio e del piacere verso i mondi della tecnologia; noi oggi tendiamo ad amare e a sognare i dispositivi tecnologici come i più desiderabili tra tutti i giocattoli; per molti il fascino che le tecnologie digitali esercitano ha delle connotazioni di tipo quasi feticistico, tali per cui la ricerca del computer sempre più potente e veloce o del telefonino più performante ed evoluto svolge un ruolo di rispecchiamento narcisistico. La sempre più elevata personalizzazione di tali strumenti (per il computer il termine *personal* è un connotativo usuale e obbligato) ci fa anche intendere come essi riguardino aree sempre più private e intime della nostra personalità ed esperienza, divenendo oggetti privilegiati di proiezioni di parti significative del nostro Sé; una immediata conferma ed esemplificazione di questo concetto la otteniamo considerando quali sono i contenuti del nostro telefonino cellulare o del nostro pc portatile.

Il computer, Internet, la telefonia mobile, sono quindi oggetti sempre più prossimi alla psicologia umana e dunque capaci di interferire con questa attraverso una ri-negoiazione dei tradizionali confini tra reale e virtuale, tra astrazione e concretezza, tra pubblico e privato, intimo ed estraneo, vicino e lontano, tra umano e non umano.

La chat e il blog sono due ambiti molto significativi della comunicazione tecno-mediata nei quali è possibile individuare esiti molto imprevedibili di tale rinegoiazione.

Come è ampiamente noto la comunicazione in chat via Internet è divenuta già da alcuni anni una modalità

molto frequente attraverso la quale le persone si conoscono, fanno amicizia, stabiliscono relazioni sentimentali o realizzano incontri a scopo sessuale. Per quanto in tale ambito sembrano non esistere regole valide per tutti (nel corso delle nostre osservazioni abbiamo verificato la tendenza di alcune persone a mantenere uno scambio testuale quasi giornaliero per anni, senza mai incontrarsi o telefonarsi) la ragione più frequente per cui viene utilizzato questo mezzo di comunicazione sembra legato a finalità relazionali *off line*, cioè alla possibilità di stabilire conoscenze e rapporti che possano ~ ma non obbligatoriamente e comunque ~ proseguire e avere uno sviluppo nella realtà, per così dire, esterna. Di fatto lo studio delle relazioni in chat può avere un valore significativo nell'avvicinarci alla comprensione di quel peculiare scenario antropologico di inizio millennio nel quale i concetti di amore, seduzione, intimità vanno assumendo significati e configurazioni nuove e inattese: alcuni studiosi individuano proprio nella CMC il paradigma delle relazioni sentimentali degli uomini postmoderni.

Così il sociologo polacco Zygmunt Bauman, osservatore attento della civiltà contemporanea e originale interprete delle inquietudini, dei desideri, degli stili di vita degli uomini del nostro tempo, segnala la tendenza a trasferire sulle relazioni interpersonali quella flessibilità, fluidità, intrinseca precarietà che già da alcuni anni caratterizzano i rapporti lavorativi e professionali ~ e che ci inducono a preferire la parola ~ connettersi al lessere sentimentamente impegnati, i termini ~ retil e ~ connessione il a quelli di ~ parentele e ~ relazioni il.

Le connessioni tendono a essere troppo superficiali e brevi per condensarsi in legami. Incentrate sull'attività in corso, esse sono protette dal pericolo di trascinare e coinvolgere i partner in qualcosa che va al di là del tempo necessario a comporre e leggere un messaggio e dell'argomento in esso contenuto ~ contrariamente a ciò che fanno le relazioni umane, notoriamente diffuse e voraci. Occorre meno tempo e fatica tanto per costruire legami, quanto per romperli. La distanza non è un ostacolo al tenersi in contatto e il tenersi in contatto non è un ostacolo all'essere distanti (Bauman, 2003).

Se consideriamo, con Giddens (1992), le relazioni tecnomediate nel contesto di quel processo culturale che ha condotto all'allentamento dei vincoli che univano l'amore, la sessualità e il matrimonio e alla messa in discussione dei caratteri tradizionali della coppia potremmo individuare in esse anche una delle migliori espressioni dell'ideale neoromantico della relazione pura fondata sui vantaggi che ciascuno dei partner ricava dalla continuità del rapporto e sul diritto di ciascuno dei due di potere interrompere la relazione in qualunque momento. Ciò che caratterizza, infatti, le relazioni in chat è la possibilità di sviluppare forme di fiducia su base volontaria e di raggiungere alti livelli di intimità reciproca senza quei condizionamenti sociali esterni che normalmente orientano la scelta del partner.

Viceversa, l'unico criterio che sembra guidare la costruzione e il mantenimento di queste relazioni è il grado di soddisfazione affettiva e di coinvolgimento che sono in grado di offrire (Roversi, 2001).

La chat potrebbe costituire in tal senso una modalità di accesso a forme di comunicazione più autentiche e spontanee, più personali e libere dai vincoli formali, un grande arcipelago costruito intorno agli interessi specifici degli internauti, al loro desiderio di comunicare, alla voglia di riappropriarsi di esperienze, senti-

menti, modi di essere normalmente inespressi.

La condivisione di interessi, attività, progetti costituisce secondo P. Wallace uno dei fattori determinanti nell'innamoramento on-line, paragonabile agli effetti della vicinanza fisica nella vita reale: la frequenza con cui ci si *intercetta* on-line ~ perché interessati al medesimo blog o bloccati allo stesso livello dell'ultimo MUD ~ può accrescere il valore di una precedente interazione e generare il desiderio di ulteriori incontri. La grammatica della seduzione si riorganizza secondo nuovi schemi poiché le opportunità di manifestare il proprio interesse in chat sono più limitate. Rispondere al messaggio di una persona in un gruppo di discussione, mostrare di condividere il suo punto di vista possono diventare segnali molto efficaci quando non sono disponibili altri strumenti.

E molti corteggiamenti on-line falliscono precocemente perché la lentezza con cui vengono digitate le risposte lascia intendere all'interlocutore di non essere l'unico oggetto del desiderio (Roversi, 2001).

Vale la pena osservare come l'espressione delle identità e dei ruoli di genere sia estremamente flessibile: la limitata presenza di *chatter* di sesso femminile può favorire la messa in atto di schemi di interazione legati a stereotipi di genere tradizionali (lui *il cacciatore*, lei *la preda*) in un contesto nel quale ogni tipo di eccesso è comunque protetto dall'anonimato (Wallace, 1999, Roversi, 2001).

D'altra parte, configurandosi come uno spazio altro rispetto alla realtà ordinaria, la CMC tende a indebolire la rigida divisione dei generi e può facilitare la sperimentazione di identità di genere diverse, nuove, fantastiche che possono condurre a una migliore comprensione di sé e del proprio orientamento sessuale o accentuare condizioni di confusione identitaria (Turkle, 1996, Caretti-Lingiardi, 2001).

Le relazioni virtuali permettono un inconscio soddisfacimento delle nostre fantasie, danno forma ai nostri ideali e permettono di considerare l'altro non come una persona reale ma in un certo senso come una parte del proprio mondo interno. Ovviamente in questo caso i rischi di una eccessiva idealizzazione ~ di sé e dell'altro ~ aumentano poiché tutto è costruito dalla fantasia e sulla fantasia, non più ancorata al dato reale.

In rete gli elementi costitutivi della relazione amorosa vengono sovvertiti: l'intimità, acquisita in modo graduale nei rapporti interpersonali off line, assume un ruolo di primo piano rispetto alla passione e all'impegno nella costruzione del rapporto, sviluppandosi rapidamente e comportando un intenso coinvolgimento affettivo.

Il cyberspazio si profila, allora, come un nuovo catalizzatore affettivo, un luogo in cui le emozioni vengono facilitate ed amplificate, uno spazio nel quale i nostri processi inconsci di tipo compensatorio tendono a saturare di contenuti intimistici ed emozionali una relazione essenzialmente tecnomediata, vale a dire resa possibile da dispositivi tecnologici di per sé stessi freddi e alieni che nulla avrebbero apparentemente a che vedere con la dimensione degli affetti e della poesia che molti utenti descrivono come la caratteristica peculiare delle relazioni in chat.

Emozioni in punta di dita, perché a volte, più che i pensieri, sembra che si digitino direttamente le emozioni. Emozioni che scivolano immediatamente nella tastiera e da qui simultaneamente rimbalzano sul video dell'interlocutore, secondo una modalità che consente di comunicare in modo più diretto e immediato e di interagire con l'altro in modo straordinariamente intenso e istantaneo (La Barbera, 2003).

La componente dell'attrazione fisica non scompare del tutto, ma si sposta sullo sfondo. L'invisibilità reci-

proca che avvolge gli interlocutori costituisce una specie di barriera protettiva che favorisce la condivisione di contenuti più intimi e personali poiché conferisce una maggiore libertà delle relazioni faccia a faccia e al contempo una certa forma di isolamento che permette di interrompere il dialogo in qualunque momento e preservarsi da eccessivi coinvolgimenti. La richiesta immediata di foto, età, dati personali, stato civile e caratteristiche fisiche dell'interlocutore caratterizza, invece, lo stile relazionale aggressivo tipico dei cosiddetti *squali* che finalizzano la conoscenza in chat alla ricerca di partner occasionali, in vista di avventure anonime da consumarsi nel breve spazio di una notte.

Il desiderio di conoscersi, la curiosità di scoprire il volto del proprio interlocutore o almeno di interagire con lui con altri mezzi di comunicazione, più tradizionali e rassicuranti come l'e-mail o il telefono, è comunque molto forte; gran parte della letteratura sostiene che in effetti le relazioni sentimentali che vengono intraprese on-line raramente vi rimangono (Roversi, 2001).

Il trasferimento della relazione off line può essere un processo problematico che comporta la ridefinizione dell'immagine dell'interlocutore alla luce delle nuove informazioni che derivano dall'incontro faccia a faccia, ma anche la necessità di fare i conti con le aspettative ~ implicite o esplicite ~ dell'altro e con le proprie capacità di soddisfarle. Da questo dipende la possibilità di successivi incontri e l'eventuale coinvolgimento in una relazione stabile.

Infine, le aspettative con le quali un numero sempre maggiore di individui si rivolge alla Rete nel tentativo di vincere le ansie relazionali o di surrogare in alcuni casi alla mancanza o all'impossibilità di contatto interpersonale, potrebbero essere accostate, con le dovute differenze, anche all'inquietante diffusione dell'ecstasy e delle nuove droghe, e al tipico effetto empatogeno di queste sostanze che regalano momenti di chimica condivisione emozionale e suggestioni acide di comunicazione profonda e tribale.

Lo schermo e lo specchio

Kohut (1984) individua nel Sé gemellare il terzo polo dell'equilibrio narcisistico del soggetto che si manifesta nel bisogno di relazionarsi con oggetti-sé (alter ego) tendenzialmente simili a sé.

Nel corso dello sviluppo tale aspetto trova espressione nei comportamenti imitativi che caratterizzano la relazione con il cosiddetto amico del cuore, e nell'ambito della relazione analitica nel transfert come bisogno di identificarsi con il terapeuta. Non bisogna neanche dimenticare che il bisogno di trovare un doppio gemellare caratterizza di frequente le fantasie infantili di un compagno invisibile e che, dall'adolescenza in poi, nell'innamoramento abbiamo spesso la percezione intensa (ma quasi sempre non realistica!) di avere trovato un partner gemellare che ci corrisponde in tutto: per innamorarci abbiamo la necessità di percepire una identità con l'altro.

E on-line?

L'esigenza di sintonia e identità produce in chat e nelle comunità virtuali quello che è stato definito sentimento comunitario emozionale.

Il collante di tali comunità è costituito da un'emozione condivisa, un interesse o una passione contingente, un'esperienza vissuta in comune che danno vita ad un sentimento comunitario emozionale. (Mazzoli, Boccia Artieri 1995).

Maldonado (1997) chiama *processo simpatetico* la modalità con cui si costituiscono quelle relazioni virtuali che nascono sulla base della condivisione di interessi e passioni per particolari temi. L'elevato grado di omogeneità e la scarsa dinamica interna rischiano di fare di queste comunità dei nuclei deboli e autoreferenziali, all'interno dei quali manca un effettivo scambio di idee e un autentico confronto con le differenze. Divenendo così dei punti di ritrovo o dei rifugi in cui si coltivano soprattutto affinità elettive. La comunicazione online dei forum e dei news group o anche quella di alcune mailing list presenta molto spesso queste caratteristiche, costituendosi e mantenendosi come scambio comunicazionale limitato, circolare, ricorsivo, in cui si accetta molto spesso di confrontarsi attraverso il tempo e di rimanere comunque in contatto attraverso la messa in gioco di moduli identitari estremamente ridotti; questo tipo di messaggi e di interazioni danno spesso a un osservatore esterno la sensazione di una comunicazione chiusa e non generativa.

Ancora Bauman sulle comunità di simili così si esprime: L'impulso verso una comunità di similitudine è segnale di ritirata non soltanto dall'alterità dell'esterno, ma anche dall'impegno all'interazione svolta dall'interno, energica anche se turbolenta, corroborante anche se impegnativa. L'attrattiva di una comunità di identità è quella di una polizza assicurativa contro i rischi di cui la vita quotidiana in un mondo polivocale è piena.

Il blog e l'anima del Cyborg

Il blog è un altro recente esempio di comunicazione on-line che si sta rapidamente diffondendo in modo assolutamente trasversale tra differenti tipologie di utenti in Internet. Come ha osservato de Kerckhove (2003), il blog è, in un certo senso, l'anima del cyborg, proprio perché in grado di esprimere quella forma di psicologia connessa che è uno dei più chiari esempi degli effetti psicologici di Internet. Se paragoniamo infatti un blog ad una sorta di diario e se ricordiamo quanto privato, nascosto, occultato alla vista di chiunque non fosse il suo legittimo proprietario era per gli adolescenti il diario segreto, abbiamo tutta la misura di quanto il mezzo modifichi il messaggio, la sua natura, il suo stesso valore affettivo e la dinamica interna che lo produce. Il blog infatti è una sorta di diario che, anziché segreto, diviene pubblico, interattivo, interconnettivo, iperaggregativo. Il diario on-line, attraverso l'indice o un motore di ricerca o i link e gli ipertesti, diviene però anche un modo per attrarre altri soggetti interessati a quella immagine di Sé che viene messa in Rete, vera o falsa che sia; chiunque può interagire con il blogger, lasciare un *post*, inviare una e-mail. Il blog tende quindi a costruire una comunità di interessi e diviene la propria personale comunità digitale.

Weinberg (2002), descrive efficacemente come il pubblico e il privato vengono completamente ridisegnati nelle dinamiche on-line: La Rete è un luogo sociale che noi esseri umani abbiamo costruito a partire dalle nostre passioni, per mostrare agli altri come il mondo appare agli occhi di ciascuno. Il mondo reale è

quello che sentiamo separato da noi: cose che esistono indipendentemente dal modo e dalla passione con cui noi ci rapportiamo ad esse. La nostra passione per il Web è, in un certo senso, una passione per la passione, per questo ha un impatto sulla nostra cultura non confrontabile con qualsiasi altra tecnologia .

Bibliografia

- G. BACHELARD, *Psicoanalisi dell'aria: sognare di volare*, RED, Como, 1988
- Z. BAUMAN (1999), *La solitudine del cittadino globale*, Feltrinelli, Milano, 2000
- Z. BAUMAN (2003), *Amore liquido. Sulla fragilità dei legami affettivi*, Laterza, Bari, 2004
- D. DE KERCKHOVE (2003), *Il blog è l'anima del cyborg* in <http://scrittoio.splinder.com/archive/2003-2006>
- D. DE KERCKHOVE (1995), *La pelle della cultura, un'indagine sulla nuova realtà elettronica*, Costa e Nolan, Genova, 1996
- D. DE KERCKHOVE (1997), *Verso la conoscenza connettiva* in http://www.tils.com/fuel/approfondimenti/art_dekerckhove.asp
- C. FORMENTI (2000), *Incantati dalla rete ~ immagini, utopie e conflitti nell'epoca di Internet*, Raffaello Cortina
- M. HEIDEGGER (1947), *Essere e tempo*, UTET, Torino, 1969
- H. KOHUT (1984), *La cura psicoanalitica*. Boringhieri, Torino, 1986
- T. MALDONADO (1999), *Critica della ragione informatica*, Feltrinelli, Milano
- G. MAZZOLI, S. BOCCIA ARTIERI, *L'ambigua frontiera del virtuale. Uomini e tecnologie a confronto*, Franco Angeli, Milano, 1995
- S. ROVERSI, *Chat line*, Il Mulino, Bologna, 2001
- B. PARRELLA (a cura di), *Gens elettrica, tendenze e futuro della comunicazione*, Apogeo, Milano, 1998
- M. PERNIOLA (2005), *Sono visto dunque esisto*, in *La Repubblica*, 15 novembre 2005
- F.W. PUTNAM, (1997), *La dissociazione nei bambini e negli adolescenti*, Astrolabio, Roma, 2005
- J. STEINER, (1993), *I Rifugi della mente*, Tr. it. Boringhieri, Torino, 1996.
- P. VIRILIO, *Velocità e politica: saggio di dromologia*, Milithipla, Milano, 1981
- D. WEINBERGER, *Arcipelago Web*, Sperling & Kupfer, Milano, 2001
- P. WALLACE (1999), *La Psicologia di Internet*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2000

**L informatica: una lingua franca per il dialogo
multidisciplinare. Quale storia, quale futuro?**

Intro*

Viviamo un'epoca caratterizzata da una forte accelerazione nei processi di trasformazione e di innovazione. Sempre più mobili e transitori sono i fattori di vantaggio competitivo.

Viviamo l'epoca della competizione estrema, della globalizzazione. Ma mai come prima d'oggi la conoscenza innovativa è risorsa strategica. Non vi è dubbio che il costante e rapido sviluppo dell'informatica e delle tecnologie digitali da essa indotte sia una delle forze che più ha contribuito a disegnare lo scenario contemporaneo. E i segnali non sembrano indicare un mutamento di questa dinamica. Tant'è che quest'epoca viene indicata indifferentemente come l'era della conoscenza o l'era dell'informazione e conseguentemente ci si riferisce alla società nella quale viviamo come società dell'informazione o società della conoscenza.

Assistiamo, però, a un atteggiamento ambivalente per non dire contraddittorio. Tutti condividono che la diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione digitale e delle competenze informatiche siano strategiche sia per la competitività individuale, che per quella aziendale, che per quella del sistema-paese. Ma l'atteggiamento con il quale la maggior parte si pone è quello di meri utenti, per non dire consumatori. E troppo spesso sia a livello politico, sia industriale ci si comporta come se la competizione per l'informatica fosse già persa. Come se il nostro Paese non potesse ormai più giocare il ruolo di leader, di portatore di nuove idee. E di conseguenza tutti gli entusiasmi vanno verso il poter stringere accordi con aziende leader di oltre oceano. Culturalmente, dell'informatica si ha comunque una visione puramente strumentale, di mera abilità pratica slegata dal *corpus* delle discipline tradizionali, e il *digital divide* si approfondisce ulteriormente.

Credo che tutte queste visioni siano sbagliate, o comunque da rivedere, e si debba fare ogni sforzo per trasformare il mercato italiano di utenti-consumatori passivi in attivi utenti-produttori, per indirizzare e incoraggiare il genio italiano verso un'imprenditoria innovativa nel settore digitale. La competizione con i grandi produttori di oltreoceano è tutt'altro che persa, è solo all'inizio!

Ritengo che questo ri-indirizzamento futuro vada fatto riscoprendo a livello culturale la quotidianità e le origini antiche dell'informatica. Si scoprirà, così, che tutte le discipline hanno un residuo informatico. Sfruttando il quale l'informatica potrà diventare la tanto cercata lingua franca per il dialogo multidisciplinare, così importante in questa epoca di barriere. Ci permetterà di cogliere ambiti nuovi e a portata di mano ai quali applicare il suo potenziale innovativo.

* La presente monografia è a cura di Furio Honsell, Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Udine. Si ringrazia il Prof. Paolo Chiesa, la dott.ssa Silvia Pusiol, e il Prof. Carlo Tasso per le utili discussioni.

Ma l'informatica è la scienza di cosa? *Alles leben ist problemlösen*

Tutta la vita è risolvere problemi, diceva l'epistemologo Karl Popper. Ma cos'è un problema? Considerate i seguenti:

Come stirare una camicia? Come lavarsi i denti? Come preparare una pastasciutta? Come allacciarsi le scarpe?

Come indicare a un forestiero come raggiungere piazza Garibaldi?

Che giorno della settimana era il giorno della nostra nascita, e quando cadeva la Pasqua quell'anno? Dovendo pagare il caffè alla cassa del bar, come scegliere gli spiccioli dal portamonete per liberarsi del maggior peso, o del maggior numero¹⁴?

Come procedere nel cercare una parola nel vocabolario, ovvero, qual è la strategia vincente nel gioco delle venti domande¹⁵?

Come mettere in ordine un mazzo di carte?

Come pesare un oggetto su una bilancia con pesi campione?

Quale scelta di valori per i pesi campione conviene fare per minimizzarne il loro numero?

Al di là degli aspetti materiali, quali evitare che il ferro da stiro bruci la camicia, che non sia finito il tubetto di dentifricio, che il borsellino non sia vuoto, che il mazzo di carte sia da ramino o da tresette, che il peso campione da 1 kg non ci finisca sul piede, vi è un *quid* immateriale che accomuna le soluzioni a questi problemi. È la descrizione di un metodo, di una procedura, presentati attraverso la composizione di operazioni elementari ~ questi sì con una precisa componente materiale. Descrizione fatta con l'obiettivo, se possibile, di non moltiplicare inutilmente queste operazioni elementari. Il *quid* in comune si chiama anche *algoritmo*, e si chiama *informatica* o *software* l'attività che facciamo nello spiegare come risolvere questi problemi.

L'informatica è l'arte, ma forse si dovrebbe dire la metodologia generale, per risolvere problemi, ovvero per individuare la componente software delle soluzioni. Che è quella che non dipende dal contesto concreto rispetto al quale si è posto il problema, ovvero che dipende solo dalla struttura dei dati e non dalla loro natura materiale.

Sono principi informatici il *divide et impera*, ovvero la metodologia di decomporre i problemi fino a quando sappiamo risolverli con metodi specifici, *ad hoc*, per poi ricomporre le soluzioni parziali fino a trovare la soluzione globale per il problema dato. L'analizzare un ambito e definirne un modello, non in modo monolitico, come avviene in tante discipline anche esatte, ma attraverso un telescopio di molteplici livelli e barriere di

¹⁴ Problema particolarmente sentito dall'introduzione degli Euro.

¹⁵ Tizio pensa un oggetto. Caio deve indovinarlo, ponendo a Tizio al più venti domande la cui risposta può essere vera o falsa.

astrazione, che permettano di mettere a fuoco e circoscrivere i problemi specifici di ogni livello. Il creare metamodelli, ovvero generatori di modelli, e la possibilità di ragionare in modo rigoroso e formale su di essi.

La ragione della diffusione e del carattere pervasivo delle tecnologie informatiche, a partire dalla seconda metà del XX secolo, è dovuta al fatto che ogni ambito di attività o ramo del sapere possiede una componente software, ha un residuo informatico, che è possibile mettere a fuoco attraverso una prospettiva metodologica, computazionale alla disciplina, sia in termini algoritmico-procedurali che in termini linguistico-logici, sintattico-semantiche.

E una volta messo a fuoco in una disciplina o attività tale *residuo software*, questa ci viene restituita con una dimensione nuova, che la rende un po' più vicina alla musica. Dove ciò che conta non sono gli oggetti in sé, il loro supporto materiale, ma le differenze, o i rapporti tra di essi che generano altre differenze. L'informatica è ciò che rimane degli scacchi o del bridge quando non ci sono più la scacchiera, le pedine o le carte. Ecco che emergono componenti informatiche nell'attività (e quindi un'informatica) del giocoliere, dell'officiante di un rito, del docente, del ballerino, del capostazione, del giocatore, del poeta, dello scrittore, del comico, oltre a quella più scontata del matematico. Vi è eccellente informatica, intesa come forma o struttura, nelle filastrocche infantili, nei *mantra*, nel canto degli uccelli^a

Credo che questa visione dell'informatica sia stata colta perfettamente dal movimento OuLiPo¹⁶, l'Ouvroir de Littérature Potentielle sorto in Francia nel 1961 ad opera di Raymond Queneau, François Le Lionnais, Georges Perec, al quale lavorò pure il nostro Italo Calvino. Movimento che si è recentemente rinnovato in Italia dando luogo all'OpLePo¹⁷, l'Opificio di Letteratura Potenziale, ad opera di Raffaele Aragona e Edoardo Sanguineti. È chiaro che per saper comporre un endecasillabo si deve saper contare fino a undici, ed avere anche un po' di orecchio per far coincidere gli accenti tonici delle parole con quelle di uno schema di endecasillabo noto. Ma l'OuLiPo è andato oltre. La letteratura potenziale è proprio quella che nasce come esemplificazione di una regola, come ad esempio il lipogramma¹⁸. È la letteratura che nasce dalla convinzione che tutta la letteratura nasca comunque a valle di regole che impongono vincoli al processo creativo. Il processo della creazione letteraria può così salire al metalivello e diventare creazione di regole. Regole che possono generare potenzialmente letteratura, qualora imposte nel processo creativo. E un'antologia di letteratura potenziale diventa così solo un campionario. Il rapporto tra sintassi e semantica così fondamentale in informatica diventa altrettanto centrale in letteratura potenziale. Sanguineti quando presenta dei rebus¹⁹ in forma di composizione poetica compie un'operazione di riduzione della polisemia,

¹⁶ Oulipo, *La littérature potentielle*, Gallimard 1973.

¹⁷ Oplepiana, *Dizionario di Letteratura Potenziale*, a cura di Raffaele Aragona, Bologna, Zanichelli, 2002.

¹⁸ Composizione letteraria che rispetta la regola di sopprimere alcune lettere dell'alfabeto.

¹⁹ E. Sanguineti, *Bisbidis*, Milano, Feltrinelli, 1987.

implicita alla poesia, a solo due letture, quella dell'esposto e quella della soluzione. Contrariamente al normale testo poetico moderno che in generale offre illimitate chiavi interpretative.

L'informatica, un po' come la matematica, oltre ad essere uno strumento è anche un linguaggio e una metodologia. Offre una chiave di lettura del mondo irriducibile a quelle di altre discipline. Concetti quali informazione, digitalizzazione, codifica, computazione sono utili principi epistemologici per interpretare il mondo che ci circonda e non solo quello virtuale. Ma proprio per questo le abilità informatiche non devono essere intese solo come il saper usare un computer, il customizzare software fatto da altri, altrimenti ci trasformiamo tutti in consumatori inconsapevoli.

Accanto alla tradizionale classica concezione fisica del mondo, in termini di energia, velocità, massa, è emersa, dalla seconda metà del secolo scorso, una concezione diversa, altrettanto antica, ma sempre subordinata alla prima, dove i parametri significativi sono la struttura e la regola. Una visione dove la forma è più importante della materia. L'informazione viene ormai considerata una quantità fisica fondamentale, che insieme a materia ed energia, caratterizza tutti i processi del mondo materiale. È forse giunto il momento quindi di andare:

Alle radici del pensiero informatico

Una concezione del mondo che ha radici antiche, si è detto, quella che è emersa prepotentemente grazie alle tecnologie digitali, quella dell'informatica. Ovviamente sono tanti gli aspetti dell'informatica che hanno radici antiche. Ne descriverò tre: quello dell'ottimizzazione, ovvero dell'evitare la crescita esponenziale, quello della grammatica generativa e quello dei confini della computabilità.

L'incendio suo seguiva ogni scintilla;
ed eran tante che 'l numero loro
più che 'l doppiar de li scacchi s'immilla

Paradiso, XXVIII, 91-93²⁰

Il Poeta, giunto al Primo Mobile e contemplando la moltitudine di fiammelle dei nove cori angelici che girano sempre più vorticosamente intorno al Punto fisso che li tiene all'ubi, non utilizza una metafora statica, ma una dinamica, descrivendo un processo di crescita. Riferendosi all'aneddoto del re di Serendippo, descrive un processo di crescita esponenziale, quello dei chicchi di grano che devono essere posti in

²⁰ Poiché si è parlato di endecasillabi, vale la pena evidenziare, che allo schema più standard del primo verso che vede gli accenti principali in sesta e decima, seguono due versi con uno schema assai meno frequente di settima e decima.

ricompensa dal re sui quadrati di una scacchiera, secondo la regola che su ogni casella ve ne sia il doppio di quelli sulla casella precedente. E il re ben presto dovrà mettere l'intero raccolto su una casella, e non gli basterà per riempire tutte le caselle della scacchiera.

Colpisce la sensibilità del Poeta per quella che è la vera sfida per l'informatico, ossia evitare che la procedura per risolvere un problema richieda un numero di passi elementari che cresce troppo rispetto alla crescita della dimensione dei dati in ingresso. Si può dire che buona parte dello studio della complessità computazionale sia dedicato a domare l'esplosione combinatoria, ovvero a risolvere i problemi con un numero di passi che cresce logaritmicamente rispetto ai numeri coinvolti, ovvero secondo la legge inversa di quella esponenziale. La crescita esponenziale è il *diabolus in informatica*. Sono fattibili tutti quegli algoritmi che per essere eseguiti richiedono un numero di passi che non dipende esponenzialmente dalla dimensione dell'input.

Curiosamente proprio questa problematica è affrontata dal più antico problema della storia, quello cosiddetto dei gatti di Ahmes, dal nome dello scriba egizio che lo formulò nel 1650 a.C., e che, dopo essere passato verso il 1200 dalla raccolta dei problemi del *Liber Abaci* di Leonardo Fibonacci, raccontiamo ancora oggi ai nostri bambini con la filastrocca:

Per la strada che porta a Camogli
passava un uomo con sette mogli.
Ogni moglie aveva sette sacche
In ogni sacca aveva sette gatte,
Ogni gatta sette gattini.
Fra gatti, gatte, sacche e mogli
In quanti andavano, dite, a Camogli?

La sfida era quella di fare rapidamente la somma dei primi cinque termini della serie di ragione 7. Nel Papiro Rhind, Ahmes descrive tra le Regole per ottenere la conoscenza di tutte le cose oscure un algoritmo per la moltiplicazione che per quei tempi era molto efficiente, e viene ancora insegnato oggi come il metodo del contadino russo.

Oggi giorno disponiamo di algoritmi altrettanto efficienti per fare le moltiplicazioni, che insegniamo già alle elementari. Sono basati tutti sulla notazione posizionale per rappresentare i numeri. Notazione molto concisa. Quanto è lunga infatti la rappresentazione decimale di un numero N ? È il logaritmo di N . Ancora una volta ci troviamo, dunque, ad aver domato la crescita esponenziale. La notazione posizionale, che tanto ci ha fatto avanzare nella matematica rispetto ai Romani, è stata resa possibile dall'introduzione, ma forse si dovrebbe dire dalla scoperta, del *sunya*, ovvero dello zero. Scoperta fatta dagli indiani intorno ai primi seco-

li dell'era cristiana. Scoperta giunta fino a noi grazie alla visione innovativa del califfo Al-Mansur, il fondatore di Baghdad nel 762, che chiamò presso la sua corte tanti matematici indiani, che la diffusero presso i loro colleghi arabi, che a loro volta la diffusero nel Mediterraneo. Matematici con cui Fibonacci, ovvero Leonardo Pisano (1170 ~ 1250), e Roberto di Chester vennero a contatto, e la diffusero in Europa. E zero e cifra hanno la stessa etimologia dall'arabo *sifr*, che la deriva dal sanscrito *sunya*, e indica il nulla, ma al tempo stesso fa da segnaposto. E con lo zero Fibonacci diffuse anche le opere di Jafar Muhammad ibn Musa al-Khwarismi (780-850 d.C.), astronomo di Baghdad al servizio del califfo Al-Mamun. Nella sua opera *Hisab al-jabr w al muqabala*, che significa *Libro su come ristabilire/raddrizzare (le equazioni) e ridurre/semplificare (le espressioni)*, tradotto in latino con *Algoritmi de numero indorum ~ Ludus algebrae et almucgrabalaeque*, al-Khwarismi introdusse i primi algoritmi per risolvere le equazioni algebriche. È davvero singolare che tale matematico ci regalò in un colpo solo ben due parole, quella di algoritmo, che proprio nel suo nome al-Khwarismi trova l'etimologia, e quella di algebra, da al-jabr.

Adesso vorrei richiamare un altro antesignano del pensiero informatico. Si tratta del grammatico indiano Panini (IV secolo a.C.). Si può davvero comprendere molto della visione indiana del mondo analizzandone la figura, soprattutto come insegna Frits Staal²¹, confrontandola con quella quasi coeva di Euclide in Grecia. Le due figure hanno delle analogie impressionanti. Entrambi hanno avuto un impatto straordinario nella storia della cultura dei rispettivi continenti. Sono i fondatori, i modelli, i capostipiti del metodo scientifico rigoroso. Tutta la trattatistica indiana, scientifica e filosofica, sarà influenzata dal rigore, dallo stile degli ottomila sutra, formulati nello stilizzato metalinguaggio algebrico utilizzato da Panini nella sua opera, l'*Astadhyayi*, per descrivere il Sanscrito. Così come il metodo assiomatico deduttivo introdotto negli Elementi di Euclide per formalizzare la Geometria diventerà il modello di riferimento del rigore in occidente. Al punto che Spinoza, volendo fondare nel XVII secolo l'etica su basi certe, scrive l'*Ethica more geometrico demonstrata*. Panini presenta un sistema della grammatica del sanscrito con lo stesso rigore formale che utilizza Euclide nel presentare gli Elementi della Geometria. Entrambi cercano di giungere a una descrizione strutturale di fatti oggettivi: grammaticali, il primo, geometrici il secondo.

Forse un po' semplicisticamente, ma non troppo, la differenza tra le due grandi culture sta proprio nell'attenzione agli aspetti visibili, geometrici e semantici dei greci rispetto a quelli più grammaticali, linguistici, algebrici e sintattici degli indiani. La prospettiva procedurale, computazionale, ovvero l'aspetto costruttivo e algoritmico era comunque sempre presente in queste matematiche antiche.

È straordinario, per un linguista, ma soprattutto per un informatico, il formalismo introdotto da Panini per descrivere la sintassi del sanscrito. Anticipa di 2500 anni la descrizione generativa dei linguaggi attraverso le grammatiche a struttura di frase introdotte da Chomsky. Di fatto costituisce il precedente storico più

²¹ F. Staal, *Euclid and Panini, Philosophy East and West* 15:99 - 116

sorprendente della teoria dei linguaggi formali. Infatti Panini affronta e risolve molti dei problemi più significativi che gli informatici hanno dovuto risolvere per manipolare linguaggi formali. Ed è altrettanto sorprendente quanto sovente Panini trovi soluzioni assolutamente simili alle nostre:

distinzione tra linguaggio e metalinguaggio, regole e metaregole,
schemi astratti e loro istanze,
meccanismi di sostituzione
If then else e default
static scoping e contesti annidati
list processing

Ma Euclide e Panini seppur nella diversità dei rispettivi oggetti di studio e formalismi perseguono obiettivi simili. Entrambi mettono in luce un sistema di regole e di assiomi, ricercandone la concisione, la semplicità, l'indipendenza, la non contraddittorietà. Euclide minimizza il numero di assiomi, Panini la lunghezza (complessità) delle derivazioni di una frase. È questo un tipico problema di controllo delle risorse di tempo e di spazio.

Esempio emblematico resterà per sempre il *sutra* 6.1.77 dell'Ashtadhyayi: *iko yan aci*. Esso formalizza in modo manifestamente sintetico, quasi esoterico, la seguente regola che riguarda la *sandhi*, ovvero la modificazione fonetica dovuta all'incontro di due parole, una che finisce con una vocale i, u, r, l e l'altra che inizia con una vocale eterogenea ad essa:

Le vocali i, u, r, l, sono sostituiti dalle semivocali y, v, r, l, rispettivamente, in un discorso continuo, se segue una vocale eterogenea .

Esempi di applicazione di questa regola di *sandhi* sono:

Dadhi atra à dadhyatra, e Madhu atra à madhvatra.

Il *sutra* si decodifica nel modo seguente

ik denota la lista i u r l - uk denota u r l - yan denota ya va ra la - van denota va ra la - ac indica le vocali

Tutte le regole fino ad un marcatore si applicano solo a casi dove vale in un discorso continuo.

Si opera in un contesto dove si parla di vocali omogenee. Quindi se adesso vi è una regola che discute esplicitamente vocali, si esclude che ci si riferisca al contesto attuale.

ik è rimpiazzato da yan se ac segue, formalmente, ik + desinenza del genitivo, yan + desinenza del nominativo, aci + desinenza del locativo.

Da cui:

iko yan aci

Di fronte a questa mirabile formula non si può non condividere l'opinione degli antichi indiani che: un grammatico si rallegra per aver risparmiato una mezza vocale breve quanto per la nascita di un figlio.

L'ultimo tema che vorrei toccare in questa breve storia dell'informatica, è quasi un paradosso. Oggi viviamo un'epoca dove i computer, se non sono idolatrati, costituiscono perlomeno il modello, la metafora, il paradigma universale per descrivere qualsiasi fenomeno, ancorché ignoto. Si pensi a come si è passati dal descrivere la macchina calcolatrice come un cervello elettronico al discutere se il cervello sia una macchina calcolatrice. Ben pochi quindi crederanno che proprio quei computer, quegli oggetti che hanno un impatto così materiale oggi, che servono a calcolarci gli stipendi, siano stati concepiti per la prima volta per un'esigenza filosofica. Per risolvere l'*Entscheidungsproblem* di Hilbert, il problema se esiste o meno un procedimento meccanico per risolvere qualsiasi questione matematica ben posta. Alan Turing nel 1936 inventò le macchine che presero il suo nome, e che costituiscono gli antesignani, seppur ideali, delle moderne macchine calcolatrici, proprio per dimostrare che le macchine calcolatrici sono impotenti. L'idea di computer fu concepita in astratto, e proprio per dimostrare che esistono dei limiti insormontabili ai computer stessi. Limiti che destinano al fallimento qualsiasi progetto di *Ars Combinatoria*, alla Raimondo Lullo, di *Caractéristica Universalis*, alla Leibniz, che sperano di rendere meccanicamente afferrabile il pensiero.

Molte sono, comunque, le vie aperte dall'analisi della computazione in termini di Macchine di Turing, che gradualmente ci hanno permesso di comprendere meglio le caratteristiche della nozione di informazione e di come misurarla. Non basta descriverla e misurarla in bit, bisogna, infatti, anche porsi il problema di come elaborarla, come manipolarla, come misurare il suo valore e la sua profondità logica.

Quale futuro?

Prevedere il futuro è assai complesso. Si pensi al cult movie *Blade Runner*. All'inizio degli anni Ottanta venivano immaginati, in una Los Angeles da inverno nucleare, androidi a bordo di utilitarie volanti. Ma risultava difficile, anzi, impossibile fare una telefonata se non si disponeva degli spiccioli necessari. A posteriori, quanto ingenua sembra questa situazione, che non prevedeva la direzione principale lungo la quale si sarebbe sviluppata l'informatica nei decenni successivi, ovvero la telematica, la telecomunicazione digitale. Proprio quella che mi fa inviare questo articolo attraverso una connessione wireless all'editore. Si è scoperto, infatti, che è molto più conveniente trasferire nubi di informazioni, anche di informazioni che servono per manipolare altre informazioni, piuttosto che corpi fisici.

E tutti devono tenere bene a mente questa lezione, per non sottovalutare potenziali criticità del software, come quelle della sicurezza, dell'affidabilità, della correttezza nell'era della computazione globale, dei computer pervasivi. Fino a quando non si svilupperanno sistemi autonomi capaci di autoregolarsi, fino a quando non svilupperemo software capace di gestirsi da sé, rischieremo di rimanere sempre nella preistoria

dell'informatica disorientati da un sempre più grande sovraccarico cognitivo.

E non va nemmeno sovraenfaticizzato il carattere immateriale dell'informatica, della conoscenza. Essa ha anche un impatto ambientale non indifferente. Si calcola che per ogni 2 grammi di chip di computer, si consumino ben 36 volte tanto di materiale chimico, 800 volte tanto di combustibile, 1600 volte tanto di acqua. I costi nascosti sono davvero proibitivi!

Ma viviamo un'epoca di grandi opportunità, soprattutto per chi saprà capire che le tecnologie dell'informazione e della trasmissione *digitali*, ovvero le tecnologie *informatiche*, hanno aperto orizzonti assolutamente inediti in quasi tutti gli ambiti dell'attività umana organizzata. In special modo, stanno creando eccezionali opportunità per sviluppare nuove tipologie di servizi e strumenti, sempre più *interattivi* e *personalizzabili*, e per migliorare in modo radicale quelli esistenti. La possibilità di accumulare ed elaborare moli di dati, ordini di grandezza maggiori di quanto mai ipotizzato prima, e di organizzarli e mantenerli in banche dati *accessibili* tempestivamente, e la possibilità di creare e offrire nuove *esperienze virtuali*, anche in modo *remoto*, costituiscono una combinazione di potenzialità straordinarie, per molti versi ancora inesplorate.

Dobbiamo porci con maggiore fiducia di fronte alle tecnologie dell'informazione, mantenendo la nostra capacità critica.

Diventeremo allora più favorevoli *all'open source*, promuoveremo *digital platforms* e *portali* in rete di supporto ad ancora altre attività, cercando però di includere anche i *tools* più moderni di *filtraggio dell'informazione*, favoriremo la diffusione di *computer supported collaborative tools*, ma con attenzione alle problematiche del rapporto *uomo-computer*.

Affronteremo le nuove sfide della computazione globale, dell'imprevedibile combinazione di mobilità e concorrenza e le vecchie sfide sulla gestione del *legacy software*, con spirito empirico e coraggio, ma anche con maggiore consapevolezza.

Promuoveremo l'uso del computer come *neotesi*, come nuovo organo, cercando di avvantaggiarci delle sue possibilità di simulazione computazionale, e non come mera *protesi*, ma parallelamente ci interrogheremo sulla validità dei nostri modelli di simulazione.

Cercheremo di far sì che il numero di coloro che sanno *pubblicare su web* raggiunga quello di coloro che sanno scrivere, perché la cifra della scrittura in questo nuovo secolo è l'andare su web, e quella del leggere è navigare su web, ma cercheremo anche di renderli consapevoli delle regole dell'*e-content*, delle nuove opportunità di dare a tutti ruoli più attivi nelle interazioni, nella comunicazione.

Cercheremo insomma di costituire all'interno delle nostre comunità non meri utenti, ma cercheremo di dare loro anche un po' lo spirito degli sviluppatori. Solo così potremo renderli più padroni del loro futuro informatico e quindi più responsabili. L'alternativa altrimenti è quella che i vantaggi della rivoluzione digitale si colgano solo altrove, di certo non in Italia.

Concluderò questo percorso dopo esserci riappropriati dell'informatica nella quotidianità ed aver ritrovato le radici storiche del pensiero informatico, continuando a guardare ad alcuni esempi di applicazioni.

Non vi è dubbio che il *www* costituisca un serbatoio di conoscenza e quindi un laboratorio di innovazione, di potenzialità ancora poco esplorate. E deve far riflettere che il *web* è nato non tanto per un'innovazione tecnologica, ma per un'innovazione di carattere sociologico e comunicazionale. La tecnologia era già presente da oltre una decina d'anni quando, all'inizio degli anni Novanta, finalmente si riuscì a condividere uno standard che permise di accumulare in modo coerente tanta informazione. Ma non dobbiamo pensare che la competizione per i servizi e gli strumenti *web* sia già persa. Pensare che al massimo possiamo stringere qualche accordo conveniente con i padroni dei motori di ricerca e accontentarci delle briciole che ci arriveranno come rappresentanti per l'Italia di qualche multinazionale.

La competizione per costruire i motori di ricerca migliori è ancora tutta aperta. Quelli attuali sono rozzi. Si stima che l'utente medio faccia *query* lunghe meno di tre parole, per le quali riceve delle risposte che sono pertinenti solo per il 15%. Bisogna inventare motori di nuova generazione, che riducano il sovraccarico cognitivo, che siano personalizzati, che lavorino per noi ininterrottamente nottetempo, sguinzagliando sul *web* miriadi di *webcrawlers* alla ricerca di ciò che hanno capito che può esserci utile dal nostro profilo, e porgercelo quando ci svegliamo la mattina. Non dobbiamo pensare che la partita per costruire portali e piattaforme intelligenti, personalizzati, sia già chiusa.

Con lo stesso atteggiamento ci si deve porre relativamente all'informatica per i beni culturali. L'Italia è una superpotenza nel campo dei beni culturali. Altrettanto dovrebbe diventarlo per quanto concerne gli strumenti digitali. Impiegando il 3D, i palmari, inventando nuovi standard di digitalizzazione e nuove soluzioni per l'*e-content*, sviluppando ambienti virtuali di realtà aumentata per offrire esperienze innovative di interazione e fruizione di tutti i beni culturali, compresi fenomeni quali la gastronomia, il rito e la danza.

Ma anche problemi apparentemente più semplici non hanno ancora una risposta. È questo il caso della *reductio ad unum*, di come rappresentare in modo digitale più edizioni a confronto della stessa opera. Chi farà l'informatica per i filologi?

E poi c'è la computazione quantistica e la computazione reversibile^a

Blog, l'informazione nell'era di Internet

Intro*

Il campo giornalistico si sta allargando. Da molti anni, e secondo tendenze ben precise. Un allargamento in parte prodotto dalle innovazioni tecnologiche. Innovazioni che generano innanzitutto una forte diversificazione dei contenuti, sia in termini di specializzazioni tematiche che di generi e formati, e che quindi aprono a nuove competenze e nuovi linguaggi, nonché a nuove professionalità giornalistiche. I nuovi media, e in special modo l'avvento dirompente di Internet, hanno dato a questo processo di allargamento uno straordinario impulso di cambiamento, generando altresì nuovi problemi e nuovi conflitti.

Quello che appare innegabile è che stiamo entrando in un periodo in cui i media classici perdono il monopolio del controllo sull'informazione. Un ampliamento dei soggetti giornalistici, e delle fonti, innanzitutto, nonché una accentuata velocità di pubblicazione e di aggiornamento. La Rete diventa un luogo in cui non è più possibile operare in beata solitudine. Altri, sempre più numerosi, possono scrivere e pubblicare. Sempre più rispetto al passato. Il giornalismo on-line tradizionale ha, fin dagli inizi, sperimentato l'uso sistematico di risorse multimediali (foto, audio e video digitali); nonché vari elementi di interattività. Ma non è solo né multimedialità, né possibilità di ricevere feedback. Dal momento in cui diventa per chiunque agevole pubblicare, non esiste più *una esclusività di pubblicazione*, né una segretezza dei processi giornalistici. Questa perdita di esclusività si riflette non solo nel riportare una notizia, ma anche nella creazione dell'agenda delle priorità informative, o nel definire il *frame* cognitivo nel quale la notizia può essere interpretata. Con una facile metafora ~ e con le parole di David Gillmor, attento studioso americano del *new journalism* ~ l'ecosistema informativo non è più una piccola piscina privata, ma un oceano nel quale i media classici devono adattarsi ad onde e maree che non possono più controllare²².

Il fenomeno dei weblog (o più comunemente blog) può essere considerato uno degli *epifenomeni* più significativi di questo allargamento e di questi cambiamenti. I blog sono, in pratica, la possibilità di creare facilmente un sito editabile e personalizzabile in tutte le sue parti ~ in altre parole, popolarizzano la pubblicazione sulla Rete. I blog, in questo senso, non sono una anomalia tecnologica della Rete, ma la realizzazione dell'originale promessa di scrittura allargata e condivisa ~ una specie di ritorno alle origini, quando tutti coloro che la usavano contribuivano concretamente a costruirla. Chiunque, oggi, può *scrivere Internet*, anche senza particolari competenze tecniche, pubblicando velocemente e a basso costo un sito visibile (potenzialmente) a tutti.

* La presente monografia è a cura di Antonio Sofi, dottore di ricerca in Sociologia della comunicazione e insegnante presso il corso di laurea in Media e Giornalismo dell'Università di Firenze. Si occupa in particolare di politica, giornalismo e nuove tecnologie. Da tre anni cura un blog monografico su questi temi: www.webgol.it

²² D. Gillmor, *Moving Toward Participatory Journalism*, in *Nieman Reports*, vol. 57, n. 3, Harvard University.

Citizen journalism e approfondimento

Facendo più preciso riferimento alla storia (recente) del giornalismo, i blog possono essere letti come una sorta di continuazione tecnologicamente evoluta del *public journalism*, in cui il lettore partecipa attivamente e concretamente al processo di costruzione della notizia. Il *public journalism*, nato negli Usa negli anni novanta del secolo scorso, è una sorta di risposta all'esigenza di maggiore coinvolgimento del lettore ad una definizione collaborativa dei temi d'interesse collettivo, spesso declinati localmente. I blog invece, con significative differenze, propongono un modello basato sulla capacità delle singole persone di scrivere, pubblicare, discutere, per il quale i neologismi, e le sfumature, si sprecano. Facciamo riferimento al *citizen journalism*, perché il termine l'ha avuta vinta su altre definizioni concorrenti.

Una definizione si può dare a partire da un esempio recente. Hossein Derakhshan, noto blogger iraniano, agli inizi di febbraio del 2006, decide di andare a far visita ad una sua amica in Israele, blogger e giornalista, e racconta tutto il viaggio, certamente inusuale per un persiano, sul suo blog. Una piccola missione contro grandi pregiudizi. In una intervista rilasciata ad Anna Momigliano, Derakhshan dice di considerarsi un citizen journalist e spiega il suo punto di vista: Il *citizen journalist* è un privato cittadino che però svolge alcune ricerche da giornalista. Per esempio io cerco di raccogliere testimonianze, informazioni che poi riporto sul mio blog. Lo faccio a titolo personale, senza attenermi alle regole di imparzialità che un giornalista vero dovrebbe seguire [a] ²³.

In più è possibile aggiungere che il *citizen journalist* gode della possibilità di ricevere feedback migliorativi da parte dei lettori nonché di stimolare discussioni allargate e orizzontali.

Questo *giornalismo dei cittadini* prodotto dai blog è accostabile al *public journalism* per la volontà di ricercare una definizione collaborativa di ciò che è notiziabile attraverso un confronto con i lettori; ma se ne differenzia sia perché non si sviluppa unicamente all'interno di logiche redazionali e professionali, sia, e forse soprattutto, perché la negoziazione giornalistica si sviluppa tra nodi di un *network* nel quale tutti gli attori hanno piena facoltà di pubblicazione. A svilupparsi è insomma una vera e propria rete di persone che segnalano risorse informative esterne; che, in altre parole, conversano: tra di loro, su temi d'interesse condiviso. Un blogger segnala un articolo o il post di un altro, spesso perché non è d'accordo o perché ha un altro punto di vista sulla questione; quindi un altro blogger risponde e/o commenta, o altri si inseriscono nella discussione. In questo modo si diffonde una conversazione fertilizzata da opinioni spesso esperte e incrociate²⁴.

Ma sul tipo di giornalismo che la blogosfera nel suo complesso può produrre ci sono varie opinioni, spesso assai discordanti. La consapevolezza delle potenzialità intrinseche allo strumento blog ha, fin dall'inizio, prodotto giudizi di valore (spesso fin troppo entusiastici) circa la possibilità di raccontare direttamente, velocemente e senza filtri la realtà. Altri sono più scettici, il blog non può essere giornalismo perché non produce (nella maggior parte dei casi) cronaca.

²³ Hossein Derakhshan, intervista a Anna Momigliano, in *Io Donna*, 8.04.2006.

²⁴ D. Gillmor, *We the Media*, O'Reilly Press, 2004.

ÿ forse opportuno un distinguo. L equazione i blog non fanno giornalismo regge soprattutto finché pensiamo alla notiziabilità giornalistica come valore puntuale legato alla semplice novità dell evento. Le nuove tecnologie (ma non solo) hanno inoltre letteralmente creato una ulteriore domanda di informazione aggiornata ~ che era prima latente. Tutto si deve sapere subito, immediatamente, senza dilazioni di tempo o di riflessione. Accade che in una unità tempo determinata ora sono disponibili più notizie, e che queste notizie sono sempre più, per ovvie ragioni e con le ovvie eccezioni, poco approfondite, adatte ad essere ingoiate e metabolizzate in fretta. Una enorme mole di informazione aggiornata che deperisce in fretta. I blog, da questo punto di vista, non possono reggere il confronto con le organizzazioni editoriali, che hanno risorse umane e economiche per soddisfare la domanda di continuo aggiornamento informativo. Ma i processi giornalistici non si esauriscono nella semplice produzione di *news*, cioè di novità, di notizie che hanno la caratteristica dell appena-accaduto. L impressione è che se da una parte il giornalismo pare aver spostato il proprio raggio d azione sul presente, raggiungendo una capacità di copertura dell attualità a volte strabiliante, ha però lasciato scoperto dietro di sé uno spazio intermedio. In altre parole: uno spazio intermedio che sta tra il Televideo e il saggio d attualità; un tempo morbido e liquido che si espande tra il minuto e il mese. Perché una delle potenzialità, in parte inesplorate, dei blog è proprio quella di abitare lo spazio intermedio dell approfondimento giornalistico. Che non è, e non può essere, la competizione sulle news, ma la capacità di riconsegnare al presente una profondità diacronica e sincronica. Di contestualizzare e allargare lo sguardo. Nei blog la risorsa tempo non è così scarsa ed esigente come per altri soggetti dell informazione professionale, e Internet, da questo punto di vista, dà infinite possibilità comparative. Uno spazio-tempo che si inserisce coerentemente all interno della terra di nessuno intermedia generata dalla velocizzazione del giornalismo, e con alcune caratteristiche assai distintive. Tra cui: la capacità di stare comunque attaccato al presente, e all attualità, dato il suo aggiornamento continuo; la possibilità da una parte di approfondire la notizia, commentarla, e dall altra di inserirla in un contesto, di collegarla orizzontalmente ad altre notizie e altri commenti con link, sfruttando al meglio l ambiente Internet; la condivisione della conoscenza tramite un approccio divulgativo e personalizzato.

Reporting diffuso ed emergenza

Insomma è inutile negarlo. Anche per un occhio compiacente è arduo trovare, tra i blog, qualcosa che possa stare senza forzature nelle prime pagine di un quotidiano, o, a maggior ragione, tra i titoli di testa di un notiziario radiotelevisivo. Niente che risponda, cioè, a quei criteri di notiziabilità che fanno parte del processo giornalistico di selezione e costruzione della notizia. Non ci sono notizie di prima pagina, sui blog. Nella maggior parte dei casi, chi scrive un blog non va sul posto, non parla con le fonti, non cerca la notizia attivamente, limitandosi spesso a segnalare e commentare risorse informative prodotte dai big medial. Questo è vero, tranne in alcuni casi. Casi di emergenza, di eventi spesso inaspettati, che impattano violentemente e diffusamente su un territorio e su una comunità più o meno estesa e coesa. In casi di *emer-*

genza diffusa, i blog diventano fattivamente strumento di *reporting*, di testimonianza giornalistica: le singole persone, testimoni oculari di un evento notiziabile hanno oggi la possibilità, scrivendo su un blog, di entrare a far parte in prima persona del processo giornalistico. In situazioni di crisi, infatti, la domanda di informazione è molto alta e/o l'offerta corrispondente non sufficiente a soddisfarla.

Non è un caso infatti se uno dei primi momenti in cui i blog sono emersi sopra la linea di galleggiamento della visibilità pubblica sia stata la copertura di eventi quali l'11 settembre prima, e la guerra in Iraq, poi. A New York dopo l'11 settembre, per esempio, molti cittadini, sommersi da coltri di fumo reali e informative, hanno iniziato a (de)scrivere nei blog quello che accadeva intorno a loro, raccontando direttamente nei loro blog ciò che stavano vivendo in prima persona. Un *personal journalism*, come venne definito²⁵, che rispondeva a due esigenze diverse eppure complementari: a una necessità comunicativa di chi scriveva e, contemporaneamente, a una domanda informativa e interpretativa proveniente dall'esterno. Un altro caso eclatante è rappresentato dalla guerra in Iraq in cui i blog, grazie alle loro caratteristiche di semplicità e velocità di pubblicazione, hanno giocato un ruolo non marginale nella copertura dell'evento. Dai blog dei giornalisti *embedded* e non, ai diari scritti dai soldati nelle pause delle operazioni ~ e questi ultimi hanno fornito punti di vista del tutto inediti nella storia della cronaca militare (non una cronaca a posteriori ma il punto di vista del soldato *mentre* fa la guerra). Fino ad arrivare al famoso blog di un ragazzo iracheno che postava da Baghdad con il nome di Salam Pax²⁶. In Italia abbiamo avuto una tragica dimostrazione delle potenzialità del reporting giornalistico tramite blog con il caso di Enzo Baldoni, giornalista italiano rapito e ucciso in Iraq nell'estate del 2004. Baldoni, in Iraq come inviato del settimanale *Diariol*, scriveva giornalmente i suoi reportage pubblicandoli su un suo blog personale. Pezzi corredati da veri e propri reportage fotografici, che raccontavano un Iraq quotidiano e a misura d'uomo che difficilmente trovava posto nelle corrispondenze dei media tradizionali. Come ha scritto Paolo Colonnello sulle pagine de *La Stampa* pochi giorni dopo la notizia della sua morte: Il suo sito rimane una delle più belle testimonianze giornalistiche sulla vita quotidiana in Iraq in tempo di guerra mai riportate finora da alcun mass-media .

Ancora, più recentemente: il caso del terribile tsunami che ha colpito il sud-est asiatico gli ultimi giorni del 2004 ha fatto segnalare una esplosione del *citizen journalism*, con una copertura informativa proveniente dal basso. Molte persone hanno avuto la possibilità di condividere ciò che avevano vissuto con il resto del mondo: in modo spesso multimediale con parole, foto e video. In questi casi, molti commentatori hanno evidenziato la vividezza del reporting diffuso proveniente da Internet (non solo dai blog). In questi casi ~ casi limite, definiti da incertezza e confusione, nonché da una forte domanda di informazione e condivisione ~ i blog hanno svolto una efficace funzione di cronaca, di testimonianza di eventi ad alto grado di notiziabilità. Una vera e propria attività di *reporting*, anche se non utilizzando formati giornalistici classici. Con

²⁵ Television and online journalism seem to have had different roles: while television was able to transmit the most current information on the main incident, online media served as personal journalism conveying eyewitness accounts, personal photos, and in some cases videos of the disasters. B. Zelizer e S. Allen, 2002, *Journalism after September 11*, London-New York, Routledge.

²⁶ Salam Pax, *Baghdad Blog*, Milano, Sperling & Kupfer, 2003..

alcune note a margine. Per esempio Simon Waldman, giornalista del Guardian, afferma che il disastro dello tsunami ha svelato la grande forza del *citizen journalism* e insieme la sua grande debolezza²⁷. Una debolezza attribuibile all'incapacità di dar forma giornalistica compiuta a tutto il materiale disponibile. A fornire un contesto interpretativo al *pulviscolo informativo* prodotto dalle singole persone, in modo che acquisisca significato, e diventi conoscenza.

Il fenomeno dei blog (chissà quanto direttamente e consapevolmente) nasce dunque come risposta a bisogni profondamente sentiti nel mondo dell'informazione: come *espressione e/o reazione* ad un mondo giornalistico che si trovava da un po' di anni a rispondere alle sfide portate dall'avvento di Internet, vincendone alcune e perdendone altre.

Come espressione di una voglia di partecipazione simile al *public journalism*, una voglia (forse ancora inespresa) di abitare lo spazio intermedio dell'approfondimento giornalistico e l'impellenza di raccontare la realtà intorno a sé. Realtà che va dalla banale quotidianità ma che diventa assai notiziabile in casi di *emergenza diffusa*, in cui attraverso i blog (e le persone che vi scrivono) passano testimonianze e riflessioni di prima mano. In altre parole, una rete abitata in modo più o meno stanziale da blogger, porta con sé insieme una sfida e una opportunità per il giornalismo. Perché configura un contesto (tecnologico, editoriale, culturale) che mette in *genuina comunicazione ed effettiva compresenza* gli attori di quel processo negoziale che in passato, inevitabilmente, si trovavano fisicamente e/o cognitivamente separati: *le fonti, il pubblico e gli stessi giornalisti*. Ognuno, oggi e sul web, con rinnovata facoltà di parola, di discussione, di pubblicazione.

Media senza audience, guidato dalla passione e dall'approfondimento personalizzato

In realtà si sta definendo un nuovo ecosistema informativo in cui non soltanto blog e media classici convivono e si influenzano a vicenda, ma in cui mutano decisamente le *caratteristiche antropologiche* del consumatore dell'informazione. L'audience, intesa come massa più o meno indistinta, ricevente passiva di processi di comunicazione provenienti dall'alto, sta cambiando. Per la prima volta con questa forza, si ha la percezione che l'audience *siamo noi*: in quanto fruitori della televisione non abbiamo modo di rendercene conto, confrontandoci per esempio con altri membri dell'audience stessa, sulla Rete questo è possibile. Differentemente da quella dei media tradizionali, infatti, l'audience di Internet è un *audience attiva*, parlante, produttiva, che può scegliere. Che ha possibilità di replicare velocemente se ciò che vede o legge non è di suo gradimento, o intervenire nel dibattito pubblico manifestando la propria opinione: Internet riesce a dare voce all'audience²⁸.

²⁷ Citato in J. Rosen, *Blogger vs. Journalist is Over*, relazione presentata al convegno Blogging, Journalism & Credibility. Battleground and Commonground, Harvard University, 19-21 gennaio 2005.

²⁸ Jeff Jarvis, *cit. in* Gillmor (2005), *Web 2.0? Try 3.0*, in The Financial Times, 20 aprile.

è una rete di persone. Collegate tra loro. Una rete di persone spesso esperte e informate che collettivamente fanno sempre più del singolo esperto (giornalista o meno) su *issues* specifiche, e il cui *feedback* può migliorare la qualità del prodotto finale. Un'evoluzione inevitabile quanto più sono i soggetti che vogliono comunicare e pubblicare; o, meglio, quanto più i soggetti che comunicano arrivano a poter coincidere con il pubblico stesso.

In altre parole, il giornalismo si trova in un momento storico nel quale la sua egemonia informativa è messa in discussione non da una nuova tecnologia o da un nuovo concorrente, ma proprio *dalla sua stessa audience*²⁹. Più che membri dell'audience, allora, sarebbe opportuno parlare di *singoli nodi di un network*. La comunicazione su Internet ha una natura fortemente bidirezionale; come spiega Granieri: Non si può tentare una lettura [dell'impatto dei blog] costruita sullo schema del broadcasting dei media tradizionali, basato sulla diffusione uno a molti. [a] In Rete la comunicazione è del tipo molti a molti o spesso, del tipo pochi a pochi, quindi tecnicamente narrowcasting³⁰.

Nel contempo, il giornalismo tradizionale si scopre sempre più influenzato da finalità economiche che ne minano l'autonomia e l'indipendenza. Un *market-driven journalism* che è diffuso in tutto il mondo e anzi contribuisce ad omogeneizzare modelli giornalistici di differenti tradizioni, quali, per esempio, quello anglosassone e quelli europei, secondo un accurato studio di Hallin e Mancini³¹. Se si prendono in considerazione le inclinazioni commerciali del giornalismo moderno, per esempio, la gratuità dei blog è una risposta fin troppo eloquente: i blog hanno, nella maggior parte dei casi, carattere gratuito e passionale. Si potrebbe parlare di un *passion-driven journalism*, che la blogosfera nel suo complesso si sta letteralmente inventando, influenzando talvolta lo stile, il linguaggio, le priorità comunicative e le tematiche dei media tradizionali.

Ma qual è, più in specifico, questo linguaggio, questo stile prodotto dalla blogosfera?

Una delle caratteristiche distintive dei blog è la forte *personalizzazione* della sua produzione comunicativa. Caratteristica che si inserisce, in modo più o meno consapevole, all'interno della crescente personalizzazione del giornalismo moderno: il giornalista si muove in luoghi giornalistici diversificati, portando in dote ovunque vada il patrimonio fiduciario instaurato con i propri lettori³². La fiducia, comunque costitutiva del rapporto che intercorre tra produttori e consumatori di informazione, da fiducia nel sistema giornalistico in generale, diventa sempre più fiducia nel singolo giornalista. La personalizzazione della comunicazione dei blog ha insomma natura ambivalente: da una parte è il segno distintivo di una relazione con il lettore che si basa sulla capacità che ha lo stesso blogger di ispirare fiducia e mantenerla nel tempo, dall'altra produce spesso una reazione di diffidenza e fastidio nel mondo del giornalismo professionale. Ma questa amatorialità ha anche qualche vantaggio ~ di immediatezza di scrittura e di freschezza di analisi. I

²⁹ S. Bowman, C. Willis, J. D. Lasica, *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*, The American Press Institute, 2003.

³⁰ G. Granieri, *Blog Generation*, Roma-Bari, Laterza, 2005.

³¹ D. Hallin, P. Mancini, *Modelli di giornalismo. Mass media e politica nelle democrazie occidentali*, Roma-Bari, Laterza, 2004.

³² C. Sorrentino, *Il giornalismo. Che cos'è e come funziona*, Roma, Carocci, 2002.

blog hanno la possibilità di attivare un *doppio patto fiduciario* che si configura, da una parte, come risposta all'esigenza del lettore di orientarsi all'interno di una sfera pubblica resa sempre più densa da una sovrabbondante produzione informativa e, dall'altra, come necessità di ottenere credito fiduciario rispetto a una produzione informativa che non può avere legittimazione terza che non sia lo stesso blogger, con la sua storia e la sua credibilità personale. Un doppio patto fiduciario difficile da instaurare, ma più stabile e duraturo una volta instaurato, perché diventa *ad personam*. Il blogger è infatti riconoscibile attraverso il suo blog, giudicabile grazie ai suoi post, nonché tracciabile in senso diacronico tramite gli archivi, e sincronico tramite le discussioni che ingenera all'esterno³³.

Dall'altra parte della barricata (quella dei lettori) sempre più persone si trovano di fronte alla necessità, per ottimizzare il proprio tempo, di orientarsi all'interno del complesso panorama informativo offerto dalla Rete. È in risposta a questa necessità che i blog si scoprono guide esperte di Internet, *Internet sherpas*, come da definizione di Sullivan³⁴. In altre parole, i blog si comportano come *filtri attivi*, con l'obiettivo di orientare la fruizione dell'informazione, riducendo l'*information overload* tipico dell'attuale sistema mediale. Molti blogger offrono un vero e proprio servizio di rassegna stampa, spesso tematica, attraverso la quale condividono con i lettori le proprie letture, segnalandole con un riferimento ipertestuale. Il blog, da questo punto di vista, svolge una funzione di *semplificazione* del panorama mediale, fornendo mappe orientative della produzione informativa globale.

La segnalazione di una risorsa informativa in rete attraverso un collegamento ipertestuale vuol dire anche *trasparenza* delle fonti. Ciò che fanno i blogger è spesso quello di riportare una notizia con un commento e con un link alla fonte. Questo permette al lettore interessato di controllare direttamente, leggendola online, la notizia o l'articolo, facendosi una idea personale su quanto scritto o accaduto. Un'attitudine alla trasparenza che erode parte delle tradizionali barriere tra produzione e fruizione informativa; chiunque può valutare, praticamente in tempo reale, se l'interpretazione di una data notizia corrisponde al vero, e rispondere pubblicamente, attraverso il proprio blog o i commenti. Questa abitudine comportamentale messa in atto dalla maggior parte dei blogger produce una sorta di *aspettativa di trasparenza* giornalistica nel lettore, stimolando una fruizione critica e partecipata dell'informazione. Glaser parla di *watchblogging*,³⁵ come attitudine dei blog a far le pulci ad una testata giornalistica, o spesso al singolo giornalista. Il risultato di solito è, come confessano i giornalisti fatti oggetto di queste attenzioni, che chi scrive farà più attenzione a interpretare, sapendo che ci sono blog che possono valutare direttamente e rendere pubbliche eventuali inesattezze.

³³ E. Bianda, A. Sofi, *Il giornalismo d'approfondimento. I blog rispondono alle esigenze d'informazione delle nuove comunità*, in *Problemi dell'informazione*, 2, Il Mulino, 2004, pp. 186-192.

³⁴ A. Sullivan, *A Blogger Manifesto. Why online weblogs are one future for journalism*, 24 febbraio 2002.

³⁵ M. Glaser, *Watchblogs, Put the Political Press Under The Microscope*, in *Online Journalism Review*, 11 febbraio 2004.

Vari formati di giornalismo residuale creato dai blog

L'ecosistema basato sui blog, adottando uno sguardo decentrato e comparativo, risponde spesso a bisogni comunicativi minimi o dimenticati, cui i media tradizionali, per poco interesse (di target o economico) non riescono a rispondere. Per esempio, il giornalismo tradizionale non riesce a coprire adeguatamente piccoli contesti informativi, di nicchia, che interessano pubblici ristretti; né a farli emergere per un pubblico più esteso. È in parte il fondamento del *nanopublishing*, orientato tematicamente su settori specifici, che sviluppa il formato dei blog (e il suo linguaggio informale e dialogico) in un progetto editoriale che cerca remunerazione attraverso forme di micropubblicità.

Più in generale quello prodotto dai blog è una sorta di *giornalismo residuale*, che tende a colmare i *gap* di attenzione sulle tematiche poste fuori dall'agenda pubblica mediale, intrappolate all'interno di quella spirale del silenzio che spesso i media producono. Il blog diventa allora il modo per dare rilevanza ad *issues* che non trovano visibilità da altre parti, svolgendo un'attività di recupero delle informazioni rese marginali dai criteri di notiziabilità classici.

Per esempio, il blog può essere usato come spazio *complementare* della normale produzione giornalistica. I temi scelti per i blog sono più o meno quelli di cui si scrive nei giornali o in altri contesti giornalistici, ovviamente utilizzando un altro stile e linguaggio: il post sui blog talvolta precede temporalmente la pubblicazione su altri luoghi più classici, permette quindi di avere *feedback* più o meno sensati, e in breve tempo. È la logica dell'*open-source reporting*³⁶: il blog è usato, in questo caso, come momento/possibilità di modifica, di taratura, di test del contenuto, come *editing pubblico e diffuso*. Scrive Rosen: The difference between the mainstream media and bloggers is that reporters are edited before they publish and bloggers are edited after they publish³⁷. Oppure può essere usato come luogo in cui sperimentare nuove forme espressive, occupare nuovi spazi tematici e scoprire nuove competenze, che sono altre rispetto a quelle che il giornalista applica tutti i giorni. Ancora, il blog si configura come uno spazio in cui sperimentare una sorta di *giornalismo laterale*: segnalazioni di notizie minime e curiose, che discendono concettualmente dal *topos* giornalistico classico delle brevi di cronaca. Questa attitudine alle notizie laterali si nutre dell'ambiente ipertestuale di Internet e della capacità dei blogger di dragare la Rete alla ricerca di notizie che, come i pesci piccoli, rimangono spesso fuori dalle maglie dell'informazione tradizionale. Infine, l'attività di *blogging* si presenta spesso come un recupero di *scarti di lavorazione* di altri prodotti giornalistici già editi.

³⁶ M. Deuze, *Online Journalism: Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web*, First Monday

³⁷ J. Rosen (2005), *Blogger vs. Journalist is Over*, relazione presentata al convegno *Bloggng, Journalism & Credibility*. Battleground and Commonground, Harvard University, 19-21 gennaio 2001.

Giornalismo o no?

Nella questione se i blog siano o meno da considerarsi giornalismo c'è, probabilmente, un discrimine di volontà: non tutti i blog sono giornalismo perché, semplicemente, non tutti i blog vogliono esserlo, o vogliono farne un uso giornalistico. D'altro canto, attori del campo giornalistico non lo si è per elezione divina, né tanto meno tecnologica; non è sufficiente possedere o utilizzare (anche al meglio) uno strumento di comunicazione.

Saranno dunque necessari due processi di rimediazione, e di bilanciamento.

Da una parte i blog dovranno, per operare legittimamente all'interno del campo, includere alcune delle logiche giornalistiche che ad oggi, in considerazione di un atteggiamento spesso di immotivata contrapposizione, sono mancate (accuratezza e completezza dei contenuti, attenzione ai problemi etici, capacità di mettere in contesto e produrre significato condiviso, di raccontare la realtà quotidiana, ecc.). Anche considerando che i blog si definiscono in modo complementare con i media tradizionali: da una parte se ne nutrono, sia come fonte, sia come controllo e confutazione; dall'altra li completano, o li possono completare, allargando lo sguardo giornalistico e lo spazio sociale rappresentato, rispondendo ad alcuni bisogni inevasi presenti nel campo giornalistico.

Dall'altra parte il giornalismo professionale deve aprirsi ad alcune delle *logiche comunicative* che i blog, con le loro caratteristiche, dimostrano di saper interpretare. La capacità di attivare fiducia personalizzata, di dragare la Rete alla ricerca di notizie nascoste, di comunicare in modo caldo e informale. Soprattutto perché queste logiche sono *l'essenza della comunicazione in rete*, e quindi, in ultima analisi, anche una efficace chiave di lettura per capire e utilizzare Internet dal punto di vista giornalistico.

Solo così sarà possibile per i media tradizionali recuperare la centralità del ruolo di mediatori e interpreti dei fenomeni sociali. Tornando in strada, certo, ma anche andando per blog. Riconducendo la produzione spesso informe e partigiana della blogosfera ad un contesto interpretativo più ampio ed esaustivo. Non certo la fine del giornalismo tradizionale che in molti prevedono (o, peggio, auspicano): al contrario si tratta di un'evoluzione come *giornalismo d'interpretazione della complessità* ~ compresa quella pulviscolare e spesso informe prodotta dal *citizen journalism*.

Le interviste di DIGILogica

Il digitale terrestre: una nuova alfabetizzazione?

Intervista a Enrico Manca - Presidente dell'ISIMM (Istituto per lo studio dell'Innovazione nei Media e per la Multimedialità).

Com è cambiato il modo di fare informazione con la rivoluzione digitale?

La digitalizzazione ha causato una vera e propria ridefinizione del settore editoriale, dell'informazione e dell'intera industria culturale nel suo complesso. Ridefinizione rafforzata, come sostiene Manuel Castells nel saggio *La nascita della società in rete*, dall'avvento di Internet e dall'accelerazione che la rete ha impresso alle dinamiche di convergenza multimediali. Questi fattori hanno mutato ogni aspetto del fare informazione: dalle modalità di produzione e di distribuzione dei prodotti editoriali, ai modelli economici, alle opportunità e abitudini di consumo da parte degli utenti, alla professione dei giornalisti, sino a coinvolgere in modo radicale il significato stesso di informazione.

Il lavoro e la funzione del giornalista sono tra gli elementi che sono mutati più profondamente. Se nell'era analogica il giornalista aveva soprattutto il compito di rintracciare le notizie, nell'era delle reti ha l'onere di selezionarle, di garantire ai propri lettori/fruitori l'autenticità delle fonti e di offrire loro un'interpretazione critica; fattori questi ultimi che differenziano l'offerta giornalistica dall'esperienza diretta che ogni utente può attuare in Rete senza mediazione. A ciò si aggiunga che, grazie all'interazione consentita da alcuni strumenti di comunicazione (come blog, forum, chat, newsgroup) al giornalista è offerta l'opportunità di confrontarsi direttamente coi propri lettori, che, a loro volta, possono rispondere e interagire con le redazioni.

Si può sostenere che il digitale terrestre è il futuro dell'informazione?

Sì, ma non in modo esclusivo. Se è vero che il digitale terrestre è destinato a sostituire la televisione analogica che conosciamo oggi, non si tratta tuttavia della sola piattaforma che popolerà le nostre esistenze e da cui potremo fruire di contenuti informativi. La forte accelerazione delle dinamiche di convergenza a cui abbiamo assistito negli ultimi anni ha portato alla proliferazione di numerosi dispositivi elettronici e di differenti piattaforme: a partire dai personal computer e dalla Rete sino ai telefoni cellulari di terza generazione, ai palmari, alle varie tipologie di televisioni digitali. Quindi accanto al digitale terrestre utilizzeremo, in misura crescente per il futuro, Internet ma anche i media personali e di rete. E ognuno di noi affiancherà ad una fruizione di tipo generalista, propria del palinsesto televisivo tradizionale, una selezione personalizzata dei contenuti sia informativi, sia di intrattenimento.

Si può parlare di una nuova alfabetizzazione?

Sicuramente il digitale richiede l'acquisizione di nuove competenze sia per utilizzare i media digitali, sia per interpretarli e leggerli. Ormai le conoscenze di base necessarie alla comprensione del nuovo alfabeto multimediale si stanno diffondendo presso tutte le fasce sociali e demografiche. Non altrettanto si può affermare, almeno per il nostro Paese, in relazione alla capacità di utilizzo dei dispositivi elettronici. È infatti ancora marcato un digital divide generazionale e in base al reddito. Per superare questi divari e per restituire al Paese la necessaria spinta verso l'innovazione, occorre un forte impegno politico. In particolare un ruolo di grande rilievo spetta al servizio pubblico radiotelevisivo che, come fece negli anni del dopoguerra, deve assumersi, in modo intelligente, l'onere di rendere la rivoluzione informatica un evento realmente democratico.

La nascita di nuove professionalità legate al fenomeno della convergenza multimediale determina anche la richiesta di nuove competenze?

Indubbiamente occorrono nuove competenze. La traduzione del mondo analogico in bit, ha comportato l'ingresso della tecnologia in ogni ambito della vita sociale; quindi è necessario imparare a rapportarsi con i dispositivi elettronici acquisendo nuove conoscenze. Non solo: la velocità di evoluzione dei computer e delle reti comporta anche una obsolescenza molto più rapida rispetto al passato delle conoscenze acquisite. Se nell'era analogica quanto si apprendeva da giovani era sufficiente per tutta la vita o, comunque, per un periodo lungo, oggi non è più così. L'aggiornamento e l'apprendimento costante sono diventati processi indispensabili.

Quanto appena affermato è ovviamente riferibile anche al settore giornalistico. Il digitale, sin dal suo ingresso nelle redazioni, ha radicalmente rinnovato le routine produttive e ha imposto forti cambiamenti alla professione del giornalista in termini di competenze richieste e di modalità di lavoro. Alla base della necessaria evoluzione della figura del giornalista troviamo il processo di convergenza di tutti i media nella loro versione digitale; processo che ha ibridato linguaggi, conoscenze, ma anche modalità operative distinte prima dell'avvento del digitale.

Le nuove workstation editoriali sono ormai il territorio polivalente su cui si consuma l'aggregazione dei ruoli e delle funzioni. Il giornalista del presente e, ancora di più, del prossimo futuro si avvia a diventare un professionista della multimedialità, un giornalista che potremmo definire cross-mediale, non più competente soltanto di un singolo medium, ma in grado di parlare il linguaggio della convergenza.

Il giornalista dell'era delle reti deve conoscere le regole di scrittura o le sintassi audiovisive della multimedialità. Deve soprattutto adattarsi alla rivoluzione copernicana introdotta dal web: il passaggio, cioè, dalla scarsità di notizie alla loro straripante sovrabbondanza.

In che modo i media rappresentano le piattaforme espressive della nostra società?

I media, sin dalla loro origine, hanno assunto la funzione di trasmettere i codici culturali, porre in luce lo scorrere degli avvenimenti e il fluire della vita quotidiana. Veicolano, in sintesi, per dirla con il sociologo Edgar Morin, lo spirito del tempo. È dunque sempre più necessario imparare a leggere e analizzare i mezzi di comunicazione e a decodificare la mediazione che esercitano nella rappresentazione della realtà. In misura sempre maggiore, le pagine dei giornali, gli schermi cinematografici e televisivi poi, Internet e i media digitali senza fili ora, hanno costituito e costituiscono le piattaforme espressive ove si esprime e in parte si forgia l'intera società.

Proprio in virtù della grande importanza dei mezzi di comunicazione occorre sia estendere e garantire l'accesso alle fasce più ampie possibili della popolazione mondiale, sia rafforzare le misure a tutela della libertà e indipendenza dei media dai grandi gruppi di potere.

Quali sono e saranno, secondo lei, le figure professionali vincenti?

Non è semplice indicare tipologie di figure professionali vincenti: si rischierebbe da un lato di dover troppo generalizzare, dall'altro di dare risposte a rischio di un rapido invecchiamento. Quel che è certo invece è che qualunque professione per non essere perdente deve imparare a confrontarsi con le tecnologie digitali e con le reti. Non è più pensabile, per la gran parte delle professioni, ignorare le profonde innovazioni e modifiche che le tecnologie digitali hanno prodotto e continuano a produrre. Occorre poi essere disposti a imparare sempre; stare al passo con i tempi e sapersi rinnovare; requisiti, questi, che sono indispensabili per costruire una professionalità di successo.

Un'etica per Internet

Intervista a Francesco Saverio Trincia, Professore di Etica Sociale presso la Facoltà di Filosofia alla Sapienza

È cambiato il modo di concepire la realtà con la diffusione delle nuove tecnologie multimediali?

È un dato ormai acquisito da parte della sociologia, ma anche dal più elementare senso comune, che l'immagine della realtà che giunge a coloro che ricevono le informazioni è fortemente influenzata dal tipo di strumento che l'informazione stessa utilizza. Già il giovane Marx metteva in relazione la capacità del godimento di un contenuto artistico oggettivo o di un fenomeno della natura con la qualità della sensibilità a disposizione del fruitore. In linea del tutto generale, la convinzione dell'inesistenza di uno strato di pura oggettività quale punto di riferimento delle informazioni sulla realtà conferma che ciò che chiamiamo la realtà oggetto dell'informazione deve essere sempre oggetto di un'attenta interpretazione. Di quest'ultima fa parte sempre e comunque l'attenzione verso lo strumento informativo e la capacità critica di discernere quanto esso operi nella direzione della comunicazione di un'informazione onesta e quanto invece esso possa operare in senso manipolatorio: quanto, in sostanza, esso possa contribuire a nascondere la realtà oggetto dell'informazione piuttosto che a renderla il più possibile trasparente e interpretabile in modo libero e razionale. Da questo punto di vista, il riferimento al ruolo delle nuove tecnologie multimediali non fa che confermare il problema della necessità di vigilanza individuale e pubblica sulla correttezza dell'informazione. In linea generale dunque, nulla di sostanziale muta con le nuove tecnologie. È vero anche, tuttavia, che tali tecnologie hanno negli ultimi anni enormemente aumentato il flusso, la quantità e la disponibilità delle informazioni. Si richiede quindi una piena consapevolezza che tale fenomeno intensifica l'intrinseca ambiguità del ruolo dell'informazione. Da un lato, infatti, è evidente che una più ricca, intensa, costante informazione sulla realtà può aumentare le capacità critiche degli individui e contribuire a formare soggetti morali e politici più solidi. Ma è anche forte il pericolo che proprio la ricchezza, l'abbondanza di un'informazione che si scarica senza filtri critici sul pubblico finisca per ottundere le sue capacità di discernimento, le quali ricaverrebbero perciò il massimo di danno potenziale esattamente da quello che potrebbe contribuire al loro rafforzamento. Come sempre, il problema dell'arricchimento tecnologico delle nostre vite chiama in gioco la nostra capacità di vigilare sull'uso che ne facciamo.

Se sì, l'uomo come individuo, che posizione occupa?

La posizione di ogni individuo, se è vero quel che si è detto, è essa stessa ambivalente e aperta e a svolgimenti e a esiti diversi, se non opposti. Le nuove tecnologie dell'informazione possono rendere più debole e subalterno colui che, servendosene, sembra dover essere virtualmente più ricco di potenzialità di partecipazione al processo della decisione democratica. È molto forte il rischio che gli individui non si accorgano che l'ap-

parente crescita della loro libertà di scelta in quanto consumatori su ogni tipo di mercato, anche sul mercato politico, nasconde una crescente subalternità a false preferenze, ossia a preferenze imposte, tanto più subdolanamente dominanti le coscienze, quanto meno queste sono coscienti della loro situazione reale. A una maggiore informazione può corrispondere una minore conoscenza e una minore libertà dei singoli. Il rischio è tanto più incombente in quanto l'opinione pubblica ha visto progressivamente diminuire la simmetria dei poli che la compongono secondo il modello liberale classico ed è diventata sempre più il soggetto passivo di una pura e semplice ricezione del flusso informativo sulla cui fonte i singoli non hanno alcuna capacità di intervento.

La rapidità di informazione su Internet, la disponibilità di immagini e idee, la libertà di espressione, in che modo possono incidere sulla percezione e trasmissione dei valori?

È facile che accada che alla costante conferma del valore della libertà, dell'autonomia morale, dell'indipendenza critica, che dovrebbe costituire il presidio di garanzia e al tempo stesso l'orizzonte di ogni trasmissione di valori, si sostituisca la trasmissione di pseudovalori di puro consumo, la cui affermazione è facilitata dalla potenza dello strumento Internet e dalla falsa sensazione di assoluta indipendenza che esso offre ai singoli individui. Il valore dell'autonomia e della libertà critica può venire e viene spesso sostituito dalla manipolazione di coscienze pronte a cedere alla potenza di attrazione di modelli di comportamento spacciati come vincenti. La superficialità della unificazione delle coscienze grazie al processo imitativo collocato al grado più basso dei valori morali ed estetici, offre tuttavia elementi di cauto ottimismo quanto alla possibilità che l'incantamento delle coscienze facilitato da Internet si spezzi e che Internet stesso si stabilizzi velocemente come il mezzo di un'iniziativa individuale infinitamente ampia e letteralmente incontrollabile.

Quanto è eticamente corretto nell'incontro con l'altro nell'assoluto anonimato su Internet?

Non vedo motivi di preoccupazione etica nell'incontro anonimo con l'altro su Internet. La sola cosa che dell'altro non si conosce è il suo nome e la sua identità fisica, oltre che naturalmente la sua storia. Di lui, o di lei, si sa tuttavia l'essenziale, ossia che si tratta di un essere umano con cui si è liberamente deciso di entrare in contatto e il comando kantiano di trattarlo, lungo tutte le fasi del percorso del rapporto con lui o lei, come un fine e non come un mezzo, funge da stella polare di ogni decisione che voglia essere moralmente valida.

Quali sono i limiti etici di espressione su Internet?

L'etica e la morale indicano quello che non deve essere fatto in quanto moralmente inaccettabile. Tutto dunque può essere fatto, detto, espresso, purché lo sia nelle forme che non infrangono la legge morale.

del puro dovere oltre che le leggi positive che vietano un uso di Internet finalizzato alla perpetrazione di reati esplicitamente previsti. V'è dunque un divieto di legge all'uso criminoso di Internet (si pensi al reato di pedofilia), ma non è ammissibile alcun limite etico di espressione, se il principio della libertà di espressione con ogni mezzo deve essere salvaguardato.

Quanto e come incide l'informazione on-line sull'opinione pubblica? E sull'opinione di massa?

L'informazione on-line può agire nel senso della radicalizzazione e dell'aggravamento delle tendenze delle democrazie, già vista da Alexis de Tocqueville quasi due secoli or sono analizzando la giovane democrazia americana, alla formazione di maggioranze culturali che tendono a deprimere, senza l'intervento di costrizioni di alcun tipo, l'autonomia del giudizio e del comportamento degli individui. Anche in questo caso, il rischio che le nuove tecnologie dell'informazione fanno correre è presente già nel tessuto essenziale e storicamente ben noto delle formazioni statali democratiche, nella forma del fare tutti quel che fanno tutti gli altri, della stigmatizzazione di comportamenti non condivisi dalla maggioranza dei cittadini in quanto non comuni e della depressione della potenza creativa delle iniziative individuali sempre diverse, sempre varie, che John Stuart Mill considerava il pregio supremo delle società libere. Anche in questo caso, tuttavia, si deve osservare che al massimo di pericolo corrisponde il massimo di possibilità di salvezza, se e quando l'uso degli strumenti tecnologici informativi viene riconquistato quale appannaggio insostituibile di individui liberi che tutelano rigorosamente, con leggi dello Stato, quella libertà di informare e di essere informati al di fuori di vincoli e controlli monopolitistici, che rappresenta il valore dei valori delle società liberaldemocratiche..

Essendo Internet un luogo di verità ma allo stesso tempo di falsità, ciò ha generato usi distorti al limite del consentito. È necessaria secondo lei un'educazione all'utilizzo di Internet nelle scuole?

Nelle scuole gli allievi possono essere educati al corretto uso di Internet solo se questo insegnamento non si riduce alla trasmissione di nozioni tecniche e, tanto meno, se esso veicola insensate mitologie sul suo potere, ma si risolve invece esclusivamente nella capacità di far acquisire i valori su cui è fondata la nostra Costituzione repubblicana, oltre a far accedere alla conoscenza degli strumenti di intervento disponibili costituzionalmente per tutti i cittadini affinché la cornice della nostra vita democratica non venga mai intaccata o infranta. È assolutamente essenziale ricordare ai giovani che utilizzano Internet il principio della libertà di opinione, inteso nel duplice senso della libertà del trasmettere e del ricevere opinioni, cuore pulsante di tutti i principi che costituiscono il tessuto dei diritti fondamentali.

La controcultura e il fenomeno dei Blog

Intervista a Chiara Valentini giornalista e saggista. Responsabile dei servizi culturali di Panoramal e oggi inviato speciale de L'Espresso.

Lei è una giornalista e scrittrice e scrive sul suo Blog. Pensa che questo nuovo canale di comunicazione possa cambiare il modo di concepire il giornalismo?

In realtà, almeno in Italia, il modo di concepire il giornalismo, in particolare quello quotidiano, è in rapida trasformazione. A partire dai due maggiori quotidiani, il Corriere della Sera e La Repubblica, un fatto apparentemente tecnico come l'introduzione del colore sta rivoluzionando molte gerarchie. Le immagini, le foto sparate a grandi dimensioni, in molti casi sono importanti quanto gli articoli, forniscono al lettore l'illusione di esserci. Per esempio, di trovarsi proprio nel salotto di Prodi che brinda quando ancora crede alla grande vittoria, o fianco dell'israeliano che abbraccia incredulo un corpo di donna coperto di sangue dopo un attentato. La fissità di queste immagini in un certo senso è più intrigante delle scene in movimento della tv o del cinema, fissa quell'istante, inchioda la nostra attenzione a quell'attimo simbolico. D'altra parte la seduzione della fotografia, che però, occupando uno spazio inedito nei luoghi dell'informazione, ne sta scompaginando i parametri e quasi per paradosso riducendo i margini di riflessione e di interpretazione.

Perché secondo Lei sta riscuotendo tanto successo?

Credo che il successo dei blog dipenda in qualche modo dalla voglia delle persone di appropriarsi di spazi di espressione individuale, di trovare ritmi diversi rispetto a un'informazione frenetica, che non solo impone una realtà spesso solo virtuale, ma che poi ogni giorno divora se stessa, cancella ventiquattro ore dopo i fatti e i personaggi che ha appena raccontato. Nello spazio dei blog spesso la realtà assume dimensioni meno minacciose. In fondo i blog, in molti casi, propongono una comunicazione meno totalizzante e più umana.

Il Blog è uno spazio virtuale in cui tutti possono pubblicare, esprimere, confrontarsi in tempo reale. Questa libertà, questa mancanza di controllo in che modo si lega al fenomeno della controcultura?

Non è detto che i blog servano a veicolare culture alternative. Ma è certo che per le controculture, sempre più povere di spazio nel sistema informativo tradizionale, i blog rappresentano uno strumento impor-

tante, un luogo a disposizione per esprimersi. C'è poi ovviamente il rischio della nicchia. Ma in compenso c'è la vitalità del dialogo incrociato. Per me che come giornalista della carta stampata passo la vita a lanciare messaggi in bottiglia, che non sai mai come verranno letti e capiti, è affascinante lo scambio, spesso anche duro e sgradevole, con chi frequenta il tuo blog.

E come la controcultura può aiutare l'informazione? Questo rapporto determina una maggiore attendibilità delle notizie in generale, oppure no?

Vedo alcuni grandi blog come i cani da guardia nei confronti delle bugie e delle manipolazioni dell'informazione, specie quando si riferisce alle zone calde del mondo, ma non solo. Il primo esempio che mi viene in mente è quello della ragazza pacifista ammazzata da una ruspa israeliana mentre cercava di difendere un'abitazione palestinese. Senza web la sua storia sarebbe stata cancellata in pochi istanti, e invece continua a vivere. Ma gli esempi sono infiniti. Molti anni fa si parlava in questo senso di controinformazione, su cui era impegnata una parte del miglior giornalismo. Oggi la novità, grazie anche alla flessibilità e alla penetrazione capillare di Internet, è che si sono rotte le barriere della professione tradizionale. La produzione di notizie, di campagne, di visioni differenziate delle cose è potenzialmente aperta a tutti e a tutte.

Blog è un'abbreviazione di *web log*, che significa diario on-line per conservare quella dimensione di intimità della scrittura, ma che con un click è accessibile a tutti. Secondo lei questa rivoluzione della comunicazione nasconde dei pericoli per l'editoria tradizionale?

Più che pericoli vedo una moltiplicazione di spazi. Forse il rischio vero è quello di una specie di segregazione per età, con le fasce più giovani sempre più lontane da buona parte dell'editoria e dell'informazione tradizionale.

Come vede il Blog in un futuro prossimo?

Non ho la palla di vetro sul futuro. Ma ho delle speranze. Per esempio che la cultura e l'informazione dominante non trovino qualche modo per ingabbiarlo e magari sfruttarlo commercialmente. Ma per ora questo rischio sembra abbastanza lontano.

Logica

Valter Casini Editore

Periodico mensile Aut. del Tribunale di Roma n. 705 del 30/12/02

Direttore responsabile *Valter Casini*

Coordinamento redazionale *Laura Perini*

Redazione: *Rossella Messina*

Segreteria di redazione: *Marella Imparato*

Valter Casini & Partners srl

piazza Albania, 6 - 00153 Roma

tel. 06 57300712- fax 06 57300713

www.valtercasineditore.com

info@valtercasineditore.com



Questo periodico è associato
all'Unione Stampa Periodica
Italiana

progetto grafico

[touch]

finito di stampare a maggio 2006

Stampato per Valter Casini Editore da Grafiche Ponticelli - Castrocielo (Frosinone)