

COME SONO REALI LE COMUNITÀ VIRTUALI

La sfida è vivere negli spazi sintetici e coltivare quanto di partecipazione e solidarietà vi può nascere. Per poi cambiare gli spazi fisici

di Paola Springhetti

Una fuga dal mondo. Un'affermazione di narcisismo individualista. Una perdita di tempo che falsa la percezione dei rapporti. Sono queste le accuse di chi vede i *social network* come strumenti di alienazione dalla vita reale, dalla propria identità, dalla comunità. Eppure, proprio da quando i *social network* hanno cominciato a diventare di massa, si è ricominciato a parlare di "comunità".

Chi accusa Facebook di mistificazione, in quanto illude di avere rapporti con le persone, facendo dimenticare che non sono rapporti "veri", mette in campo una contrapposizione, identificando il vero con ciò che è "reale", e il falso con ciò che è "virtuale". Ma questa contrapposizione non regge alla prova dell'esperienza: quello virtuale è uno spazio diverso, che non ha le caratteristiche dello spazio fisico, ma non per

questo è falso. Semplicemente, è diverso. Ugualmente, anche le forme di aggregazione nello spazio virtuale hanno caratteristiche che non sono quelle *face to face*, ma non per questo sono false. Semplicemente sono diverse.

Diceva Norbert Elias che il passaggio dalle società pre-moderne a quelle moderne si può definire come un passaggio dalla dimensione del coinvolgimento a quella del distacco: dalla comunità, dalla famiglia, dalla natura. Ciò che Internet sembra fare, oggi, è proprio di ridare spazio, in forme nuove, al coinvolgimento.

Senza voler sminuire il valore dei legami comunitari e dei territori, bisogna riconoscere che le nuove tecnologie permettono di costruire reti elettive: ognuno può individuare ed entrare in contatto con persone che vivono in altri contesti territoriali, ma condividono interessi, passioni, battaglie, analisi. Ci si può quindi confrontare, ci si possono scam-

biare informazioni e suggerimenti. Possiamo chiamare “comunità” queste reti?

Secondo Luciano Gallino, «una collettività può essere definita comunità quando i suoi membri agiscono reciprocamente e nei confronti di altri, non appartenenti alla collettività stessa, anteponendo più o meno consapevolmente i valori, le norme, i consumi, gli interessi della collettività. (“Dizionario di sociologia”, Tea 2000). Secondo lui, questa forma di solidarietà si verificava soprattutto in gruppi del territorio piuttosto piccoli, cioè nelle comunità locali. Ma anche in Rete si agisce: già il fatto di far girare informazioni altrimenti oscurate è una forma di azione. E poi si elaborano dichiarazioni e documenti, si raccolgono firme, ci si mobilita. E tutto questo in base ai valori, alle norme, ai consumi e gli interessi della collettività, cioè di coloro che hanno deciso di entrare nella rete.

Dunque, possiamo dire che quelle virtuali

sono vere e proprie comunità. Non è un caso che alcune di queste reti siano caratterizzate da un forte senso di appartenenza.

Proprio per evitare l'equivoco virtuale = falso, alcuni ricercatori, come Selene Caldieri, preferiscono parlare di “spazi sintetici”, nel senso di creati dall'uomo, per indicare «una nuova frontiera...che non ha più un corrispettivo nel mondo tradizionale, ma con cui intrattiene un fitto rapporto di scambio e di reciproche influenze, dimostrando quanto da una parte la virtualità sia ben lontana dall'essere irreal e dall'altra come gli schermi non siano delle barriere, che segnano una divisione tra piani diversi di realtà, ma dei filtri che lasciano passare elementi dall'uno all'altro» (“Spazi sintetici”, Liguori 2011).

Oggi la sfida è vivere negli spazi sintetici e coltivare quanto di comunità, partecipazione, solidarietà, cambiamento vi può nascere, per far sì che tutto questo passi lo schermo e vada a fecondare la realtà “reale”. ■



Quelle in Rete sono vere comunità, al cui interno si agisce, ci si scambia informazioni, ci si mobilita

MOVIMENTI E RIVOLUZIONI. VIRTUALI? NO, REALI

Dall'altra parte del Mediterraneo in fermento la Rete e i *social network* sono strumento di informazione e mobilitazione. E in Italia? Abbiamo capito la potenza dei *social network* per fare partecipazione reale?

di Chiara Castri

A Gennaio era stato bloccato il Servizio civile nazionale con ordinanza del Tribunale di Milano che aveva accolto il ricorso di un giovane Pakistano contro la norma della Legge 64/2001 che esclude gli stranieri dallo svolgimento del Servizio Civile. Una situazione che coinvolgeva tutti i circa 18mila giovani previsti dal bando 2011. Sulla rete è partita la mobilitazione. Su www.petizionepubblica.it era possibile firmare la petizione pubblica “Servizio civile 2012”, che in tre giorni aveva raccolto oltre 1.600 adesioni e su Facebook si stava organizzando una manifestazione a Roma per il primo di febbraio. Dal Servizio civile ai movimenti per l'acqua bene comune o il nucleare, dalle donne di “Se non ora quando” agli indignados spagnoli e poi a quelli italiani, fino alle rivolte di Tunisia, Marocco, Algeria, Libia, Siria, Egitto la Rete e i *social network* divengono sempre più strumenti di mobilitazione. Ma sono davvero ef-

ficaci? Cosa distingue, ad esempio, i movimenti italiani dalle rivoluzioni della Primavera araba? Facciamo fatica a trasformare la partecipazione virtuale in una attivazione concreta e di lungo periodo? Naturalmente

se non c'è una mobilitazione reale non si può avere un risultato concreto, Internet non crea la mobilitazione, ne è strumento, spiega **Raffaella Cosentino**, autrice di “*Facebook revolutions*” (Terrelibere.org Edizioni). Nel caso delle mobilitazioni in Tunisia o in Egitto la rete è stata un mezzo di diffusione e moltiplicazione delle informazioni sulla repressione della rivolta. Ma «bisogna considerare le differenze tra l'Europa, quello che sta accadendo nelle società occidentali o in America rispetto a ciò che è successo in Nord Africa: per

noi è più difficile passare dalla Rete a qualcosa di reale, di concreto, ma le nostre sono società libere – forse parzialmente libere, forse non abbastanza informate o non abbastanza partecipate - ma che non speri-



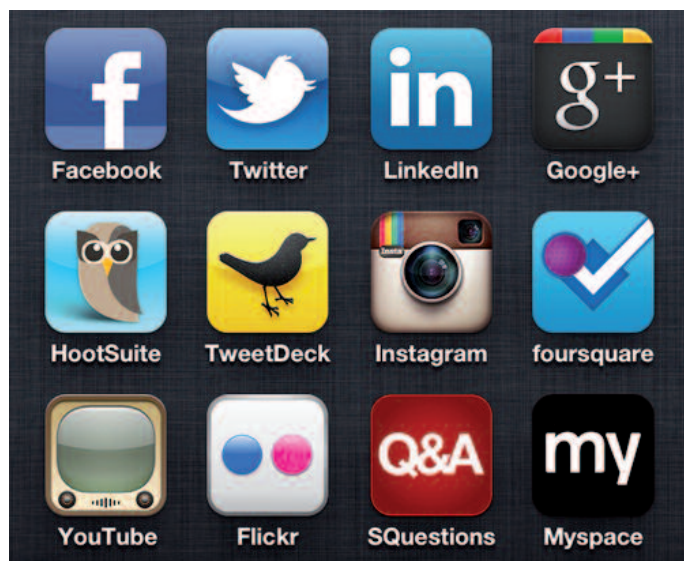
L'e-book di
Raffaella Cosentino
(Terrelibere.org, 2011)

“ **In Italia la crisi ci tocca,
ma la famiglia ci supporta,
abbiamo una situazione
che ci rende meno vivaci
come società civile**

mentano quella mancanza di libertà da regime dittatoriale che, in Tunisia o in Egitto, ha portato la Rete ad essere strumento fondamentale per creare una mobilitazione di lungo periodo, per dire ciò che non poteva essere detto pubblicamente». Si tratta di una dimensione, secondo la Cosentino, che noi faticiamo ad afferrare realmente: «ciò che è successo nel mondo arabo ci ha aiutato a capire l'importanza rivoluzionaria di tutta quella parte di Internet che produce contenuti generati direttamente dagli utenti, che abbiamo sempre esaltato, ma non compresa

e analizzata. La prova concreta ce l'hanno data i giovani del Maghreb, che hanno sperimentato la dittatura e con essa le potenzialità della Rete per mobilitarsi. Questa generazione di giovani ventenni e trentenni che stanno dall'altra parte del Mediterraneo e sognano di arrivare in Europa sono più avanti di noi». Sono diversi gli elementi, secondo Cosentino, che contribuiscono a creare questa distanza. «Negli anni il regime, soprattutto in Tunisia, ha trovato molti modi per creare una censura ferrea contro Internet, contro la quale si sono allenati blogger e dissidenti, in una sfida continua. All'inizio il controllo era più su blog e indirizzi e-mail, tanto che Facebook è stato un canale molto importante per diffondere le informazioni sulla rivolta in corso, in un contesto in cui la Tv di stato nega o non informa sulla rivolta in corso». Senza contare

il fattore economico e quello demografico: «Queste rivolte, così vicine, hanno portato un'ondata rivitalizzante per tutta l'Europa. In Italia la crisi ci tocca», spiega, «ma la famiglia ci supporta, è il nostro *welfare state*, abbiamo una situazione che ci rende meno vivaci come società civile. E poi, ad esempio, la Spagna ha un movimento giovanile più vivo, ma anche più numeroso. Ricordiamoci che l'Italia, a livello generazionale, non è un paese per giovani». ■



Internet non crea la mobilitazione, ne è strumento
Foto di Gavin Llewellyn (Flickr)

YES, WE GOV. E TU?

I social network possono dare un grande contributo per una maggiore partecipazione di cittadini alle scelte politiche, allargando la democrazia. Purché i cittadini lo vogliano

di Paola Springhetti

Nei prossimi giorni ploverà. Abbiamo 62mila tombini. Molti sono ripuliti ma basta la plastica o qualche foglia per intasarli. Vi chiediamo una mano. Segnalateci subito i tombini bloccati vicino a casa (email o anche qui su FB). Invieremo Publiacqua. Se poi siete nelle condizioni di provvedere direttamente voi, grazie in anticipo. Sembra banale. Lo so. Ma la vita della città passa anche da piccole attenzioni...» Questo messaggio pubblicato su Facebook dal sindaco di Firenze, Matteo Renzi, nel giro di un'ora aveva raccolto 421 “mi piace”, era stato condiviso da 45 utenti, aveva suscitato 105 commenti.

Sono ormai moltissimi gli amministratori e i politici che hanno aperto uno spazio su Facebook. C'è chi la usa come una vetrina puramente propagandistica, chi per informare sulla propria attività, chi ne ha fatto uno spazio di ascolto dei cittadini e di interlocuzione su problemi concreti.

A proposito di *Open Government*

Questo è solo uno dei modi in cui i *social network* stanno influenzando il modo di fare politica e di amministrare, proprio grazie al contatto diretto che creano, amplificando ulteriormente la capacità di Internet di cambiare il rapporto tra cittadini e pubblica amministrazione. Tanto che è ormai entrato nell'uso comune il termine “*Open Gover-*

nment”, che sta a significare qualcosa come “democrazia aumentata”, “ampliata”. E già c'è chi usa il più modaiolo “Wikicrazia”, per indicare, appunto, una democrazia potenziata dagli strumenti collaborativi della rete (i *wiki*). Recentemente, è stato anche introdotto il termine “We-gov”, per indicare il fatto che le politiche pubbliche sono create con l'apporto dei cittadini.

Comunque, il *clou* dell'attenzione su questo tema si è avuto nel settembre scorso, quando il presidente degli Stati Uniti, Barak Obama, e la presidente del Brasile, Dilma Roussef, hanno lanciato la *Open Government Partnership*, cui hanno aderito nel giro di poco tempo 46 Paesi, Italia compresa. Tre i temi sul tappeto: trasparenza delle amministrazioni pubbliche, disponibilità dei dati, partecipazione dei cittadini. In Italia, sul piano legislativo, siamo fermi al Codice dell'Amministrazione digitale (Cad): è un decreto legislativo del 7 marzo 2005, poi più volte modificato. A dire il vero, il codice non è amato da tutti: c'è chi teme che, invece di incentivare, burocratizzi e irrigidisca le prassi innovative, ma è pur sempre un segno di attenzione al problema.

Qualcuno ha iniziato

Internet permettere di condividere cultura, ma anche memoria, ed è quindi uno strumento prezioso per la costruzione del-

DECORO URBANO

Partecipa al decoro della tua città.

Decoro Urbano è il social network per il dialogo con le Pubbliche Amministrazioni. Trasparente: open data e gratuito.

472.332 cittadini

possono segnalare il degrado nei **Comuni 3.800**. Invita il tuo comune ad aderire gratuitamente! WE DUH

Decorourbano.org
raccoglie esempi di
degrado nelle città

l'identità della comunità. Dà la possibilità di rendere accessibili a tutti, gratuitamente e in tempi veloci, dati che possono essere utili ai cittadini per le loro scelte, personali e non. Permette di sbrigare *on line* pratiche burocratiche, con liberatorio beneficio, oltre che dei cittadini, delle aziende. Apre a forme di partecipazione concrete, che vanno dal segnalare problemi specifici al discutere pubblicamente su temi inerenti il bene comune.

Certo, per attuare queste possibilità e far sì che diano frutto c'è ancora molta strada da fare, soprattutto perché all'interno delle istituzioni si crei la necessaria mentalità innovativa. Ma ci sono esperienze e segnali interessanti.

A livello "centrale" possiamo ricordare il sito www.dati.gov.it (sottotitolo: "i dati aperti della Pubblica amministrazione"), voluto dal Ministro Brunetta. A livello locale potremmo ricordare la provincia di Carbonia, che ha dato vita ad un portale semantico, che consente di mappare tutti gli atti amministrativi emanati dall'ente, permettendo l'accesso in formato aperto alle delibere.

Si www.epart.it/udine, dove i cittadini possono segnalare buche stradali che li infastidiscono, mentre www.decorourbano.org è un *social network* che permette agli iscritti di segnalare gli esempi di degrado nella propria

città. Fino ad ora i Comuni che hanno aderito sono 20, ma si spera che il numero aumenti. I segnalatori, invece, sono oltre 450mila.

Tra le iniziative dei cittadini, è da citare l'associazione Openpolis, che dal 2008 aggiorna l'omonimo sito, che monitora le attività del Parlamento. Ora sta creando Openmunicipio, per svolgere lo stesso servizio con i Comuni.

I cittadini peraltro hanno voglia non solo di denunciare, ma anche di proporre. Lo dimostra l'esperienza che ha visto come protagonista Marcello Verona, un giovane informatico che ha deciso di dare una mano a Massimo Zedda, altrettanto giovane sindaco appena eletto a Cagliari. Verona ha inventato un Ideario per Cagliari, dove ognuno può pubblicare le proprie idee, che vengono lette non solo dagli amministratori, ma anche dagli altri cittadini, che le discutono e si esprimono su di esse e, tramite Facebook, le votano.

Siamo ancora lontani da esperienze come quelle dell'Islanda, che discute on-line le modifiche costituzionali, o dell'Inghilterra che ha aperto una discussione su dove e come tagliare per far quadrare i conti, coinvolgendo centinaia di migliaia di cittadini. Ma c'è un movimento dal basso che spinge, e che può portare lontano. ■

COMUNICARE VIRALE

Da Darth Vader a Barbie, Greenpeace Italia punta sulla rete

di Chiara Castri

Le aziende il potenziale di Internet e dei *social network* l'hanno capito. E la comunicazione di prodotto da tempo è sbarcata sulla rete. Si creano blog, si lavora su Facebook e Twitter, si coinvolgono blogger selezionati, si usa l'*Internet PR*, una branca della comunicazione online che consente di seguire le discussioni sui prodotti, le aziende, le marche. E il terzo settore? Per il volontariato spesso il problema è quello di avere buoni progetti, ma di non saperli comunicare. E, certo, per le associazioni più piccole non è semplice. Ma le buone prassi non mancano, come nel caso di Greenpeace Italia.

Qualche tempo fa è stato lanciato uno spot di Volkswagen Passat ispirato a Star Wars con un piccolo Darth Vader che si esercitava nell'uso della Forza. Dal successo di quello spot è nata la campagna "Volkswagen

darkside", come ci racconta **Maria Carla Giugliano**, responsabile Nuovi media di Greenpeace Italia. «Abbiamo lanciato dei contro-spot su youtube e un sito web dedicato (www.vwdarkside.com) per svelare come il colosso automobilistico tedesco non sia l'azienda "produttrice d'auto più eco-friendly del mondo", come recitano le sue pubblicità». Sul sito gli utenti possono unirsi all'Alleanza Ribelle: «ad oggi si sono iscritti quasi 500mila Jedi che hanno chiesto a Volkswagen di dotare la sua produzione delle migliori tecnologie per l'efficienza di cui dispone e di smettere di remare contro le leggi a favore del clima. Per alcuni mesi ogni Jedi ha avuto a disposizione una pagina di addestramento, dove accumulare punti per diventare Maestro Jedi e vincere una t-shirt. I punti si totalizzavano portando i propri amici a cliccare sulla pagina e a diffondere la campagna in rete». Greenpeace è riuscita a portare avanti con successo una campagna che è ancora in corso: «Puntando sul gioco e su un premio, i nostri utenti hanno fatto pressione su una delle multinazionali più grosse al mondo.

Tradizione e nuovi media: un intreccio vincente

La nostra strategia di comunicazione punta a integrare media tradizionali e nuovi media. Sul web diamo agli utenti gli strumenti per partecipare alle nostre campagne. Allo stesso tempo attraverso le azioni clas-



Un'immagine dalla campagna "Barbie ti mollo" di Greenpeace

siche, i rapporti scientifici e le attività dei volontari continuiamo a tenere alta l'attenzione sui temi ambientali nei media tradizionali e nelle strade». Greenpeace punta molto sulla rete, se ne occupano due webmaster, un *digital fundraiser*, una responsabile Nuovi media: «La pagina Facebook di Greenpeace Italia ha più di 200mila “mi piace”, mentre su Twitter abbiamo superato i 130mila *followers*. Puntiamo molto sulla community che ci segue online per convincere governi e aziende a seguire la strada della sostenibilità. Chiediamo agli utenti di partecipare in prima persona, l'obiettivo non è solo informare, ma mobilitare».

Certo, per sperimentarne le potenzialità, bisogna conoscere l'universo dei social media standoci dentro, «è indispensabile essere appassionati, aggiornarsi quotidianamente per scoprire le novità e sfruttarle al massimo. Da casa, con un computer connesso, i cyberattivisti possono partecipare attivamente alle campagne e ci aiutano a vincerle. Vengono informati costantemente, partecipano a petizioni online, condividono le denunce sui *social network* e fanno passa parola in famiglia e tra gli amici. Fanno campagna con noi».

Un altro esempio? È la campagna “Barbie ti mollo!”. «Un *brand attack* efficace», spiega Giugliano, «deve puntare su strumenti che possono potenzialmente diventare virali, essere cliccati e commentati in rete. Solo quando riusciamo a insidiare la reputazione del loro *brand*, le grandi aziende prendono in considerazione le questioni ambientali. Per denunciare Mattel, che per il *packaging* dei suoi giocattoli utilizzava carta acquistata da uno dei peggiori deforestatori, abbiamo “attaccato” la bambola più famosa del mondo: Barbie. Nel nostro video virale Ken, suo compagno storico, scopre l'identità nascosta della sua “fidanzata serial killer” e decide di mollarla.

Dopo 5 mesi e centinaia di migliaia di mail inviate dai nostri cyberattivisti, Mattel ha annunciato di interrompere i propri rapporti commerciali con aziende che distruggono la foresta indonesiana».

Forse si potrebbe obiettare che le associazioni piccole non hanno risorse, che serve professionalità, ma a volte quello che fa la differenza sono le idee. Internet è il luogo della comunicazione aperta e della viralità per eccellenza. Siamo sicuri di utilizzarlo al meglio? ■



Il video contro Volkswagen, nella versione inglese, è stato tra i più condivisi al mondo, con quasi 2 milioni di visualizzazioni

VIRTUALE È CREDIBILE?

La carta stampata continua ad essere in crisi e i giornalisti sono considerati poco indipendenti. Per il nostro Paese è meglio fidarsi di Internet. Sarà vero?

di Chiara Castri

Per gli italiani Internet è il mezzo di informazione più credibile. È il dato registrato dal nono Rapporto Censis e Ucsi sulla comunicazione: in un range da 1 a 10 la rete supera la sufficienza in termini di credibilità delle informazioni, come non avviene per carta stampata (5,95) e televisione (5,74). Internet, quindi, è percepito come «un mezzo più libero e “disinteressato”».

Secondo il rapporto, gli utenti di Internet, nel 2011, aggirano la boa del 50% degli italiani. L'87,4% sono giovani dai 14 ai 29 anni, il 15,1% sono anziani tra i 65 e gli 80 anni. Il 72,2% dell'utenza è composta dai soggetti più istruiti, mentre i meno scolarizzati sono il 37,7%.

Sebbene nel 2011 la televisione resti il mezzo più diffuso e la radio mantenga una posizione stabile con un'utenza di otto italiani su dieci, Internet registra una crescita del 6,1% rispetto al 2009.

Quasi il 70% degli italiani - il 91,8% dei più giovani e il 31,8% degli ultrasessantaquennini - conosce almeno un *social network* tra quelli più noti. Parliamo di oltre 33 milioni di persone. Quanto a popolarità Facebook è il più conosciuto, con un 65,3%, accanto a YouTube (53%). Seguono Messenger, con un 41%, Skype, con il 37,4% e

Twitter, al 21,3%. Facebook è utilizzato dal 49% degli italiani che accedono a Internet, insieme a YouTube. In soldoni, tra tutti coloro che conoscono i *social network*, il 93% li utilizzano.



**Per l'83,3% del campione del Rapporto Censis/Ucsi,
nel web circola troppa “spazzatura”**
Foto di Daniel Iversen (Flickr)

[illegible][illegible]

letture diverse di un evento o di un fenomeno. Ma questo è vero finchè esistono criteri per valutare la credibilità di ciò che si legge e la consapevolezza che questa valutazione è necessaria.

Lo affermano i risultati dello stesso rapporto: per l'83,3% del campione Internet ha il merito di permettere a chiunque di esprimersi liberamente, ma la stessa percentuale lamenta il fatto che «nel web circola troppa “spazzatura”, riferendosi a blog e video fatti in casa. Quello che viene riconosciuto come il merito principale della rete si trasforma nel suo più grande limite: permettere a tutti

letture diverse di un evento o di un fenomeno. Ma questo è vero finchè esistono criteri per valutare la credibilità di ciò che si legge e la consapevolezza che questa valutazione è necessaria.

Lo affermano i risultati dello stesso rapporto: per l'83,3% del campione Internet ha il merito di permettere a chiunque di esprimersi liberamente, ma la stessa percentuale lamenta il fatto che «nel web circola troppa “spazzatura”, riferendosi a blog e video fatti in casa. Quello che viene riconosciuto come il merito principale della rete si trasforma nel suo più grande limite: permettere a tutti

letture diverse di un evento o di un fenomeno. Ma questo è vero finchè esistono criteri per valutare la credibilità di ciò che si legge e la consapevolezza che questa valutazione è necessaria.

Lo affermano i risultati dello stesso rapporto: per l'83,3% del campione Internet ha il merito di permettere a chiunque di esprimersi liberamente, ma la stessa percentuale lamenta il fatto che «nel web circola troppa “spazzatura”, riferendosi a blog e video fatti in casa. Quello che viene riconosciuto come il merito principale della rete si trasforma nel suo più grande limite: permettere a tutti

letture diverse di un evento o di un fenomeno. Ma questo è vero finchè esistono criteri per valutare la credibilità di ciò che si legge e la consapevolezza che questa valutazione è necessaria.

Lo affermano i risultati dello stesso rapporto: per l'83,3% del campione Internet ha il merito di permettere a chiunque di esprimersi liberamente, ma la stessa percentuale lamenta il fatto che «nel web circola troppa “spazzatura”, riferendosi a blog e video fatti in casa. Quello che viene riconosciuto come il merito principale della rete si trasforma nel suo più grande limite: permettere a tutti

LA LIBERTÀ E LE REGOLE NELLA GRANDE RETE

Chi difende la libertà assoluta di Internet rischia di lasciarla al controllo del mercato, chi vorrebbe regolamentarla rischia di aprire la strada alla censura e al controllo politico. E c'è chi vuole tutelare nella Costituzione il diritto all'accesso

di Paola Springhetti

L'esempio più recente riguarda VKontakte, il *social network* simile a Facebook diffuso in Russia. È diventato uno degli strumenti di comunicazione e coordinamento dell'opposizione a Putin, ma negli ultimi mesi è stato bersaglio preferito degli hacker, i cui danni hanno scoraggiato gli inserzionisti. Intanto i gestori sono sottoposti a continue richieste, da parte delle forze dell'ordine, di fornire i dati per identificare le identità segrete degli iscritti. E il fondatore (Pavel Durov, 27 anni) si è stancato delle «strane visite» che avvengono continuamente nei suoi uffici di S. Pietroburgo. Tanto che nei primi giorni di Gennaio ha annunciato che il *social network* il 15 marzo chiuderà, e ha invitato i partecipanti a scaricare i materiali pubblicati, per metterli in salvo.

Sono proprio i numerosi tentativi dei governi liberticidi di censurare o di riportare sotto il controllo governativo i *social network*, che confermano quanto essi, come Internet in generale, siano luoghi di libertà, come tali da difendere. Ma bisogna ammettere che i problemi non mancano. E non sono legati

solo ai regimi politici.

Come ha scritto **Hans Magnus Enzensberger**, «i pionieri del web avevano in mente, nel loro idealismo elettronico, un medium libero dal potere e senza costi», ma «il capitale, nella sua divina indifferenza, vide ben presto le possibilità di utilizzazione che la rete informatica gli offriva. Da una parte si trattava del controllo economico della circolazione dei dati, dall'altra della commercializzazione dei contenuti. Da allora l'inquinamento della rete è aumentato costantemente grazie alla pubblicità». Di conseguenza, «su migliaia di *homepage* trionfano individualismo eccessivo e dis-

sidenza. Non c'è nicchia, microambiente, minoranza che non trovi rifugio nella rete... Al tempo stesso Internet è un eldorado per criminali, intriganti, impostori, terroristi, maniaci sessuali, neonazi e folli...» («La Repubblica» 13 marzo 2002).

Un megafono della cultura mercantile

Insomma, un problema è culturale: anche la Rete rischia, né più né meno della televisione o degli altri grandi media, di essere un

“In Internet hanno trovato casa anche persone e idee che sconfinano nel reato”



Internet è un luogo di libertà, ma ha bisogno di una *governance*
Foto di Cristina Corti (Flickr)

megafono della cultura consumistica e mercantile, con l'aggravante che facilmente si appropria di dati privati degli utenti e li riutilizza. L'altro è un problema di legalità, dal momento che in essa hanno "trovato casa" anche persone, idee e possibilità di azione che sconfinano nel reato. Basti pensare alle centinaia di pagine Facebook o di blog di taglio razzista, intollerante, o grondanti violenza, sportiva e non. Tra i casi più recenti c'è quello di Renato Pallavidini, il professore che dalle pagine di Facebook diffondeva le sue teorie negazioniste e il suo credo neonazista, dispensando "consigli di lotta" e minacciando di fare una strage, pistola alla mano, nella Sinagoga di Torino. O c'è quello di Gianluca Iannone, che su Facebook ha espresso la propria soddisfazione per la morte improvvisa del procuratore Pietro Savioti, che aveva condotto indagini sul terrorismo, all'interno della quali si era

occupato anche di alcuni militanti di Casa-Pound, di cui Iannone era il leader.

A parte questo, è innegabile che oggi in Internet è possibile truffare la gente, giocare d'azzardo, comperare medicine e droghe, imparare a costruire una bomba, e così via. Per questi e altri problemi, come quello della pirateria, che sta mettendo in crisi molti settori dell'industria culturale, anche nei Paesi più *liberal* ci si è posti e ci si pone il problema della regolamentazione di Internet, ma ogni proposta risulta poi avere una componente di limitazione della libertà della Rete.

Dall'altra parte, si avverte necessità di potenziare lo sviluppo del Rete e il suo uso per facilitare il rapporto tra cittadini e istituzioni, la trasparenza dei soggetti pubblici, privati e di Terzo settore, lo scambio di informazioni, la partecipazione e così via. Insomma, si avverte la necessità di una *governance*, e cioè «lo sviluppo e l'applicazione da parte dei gov-

erni, del settore privato e della società civile, nei loro rispettivi ruoli, di principi, norme, regole, procedure decisionali e programmi condivisi che determinano l'evoluzione e l'uso di Internet" (secondo la definizione adottata dall'Internet Governance Forum).

Tutelare il diritto d'accesso

Probabilmente, i due problemi sono diversi ma complementari: da una parte quello di definire meglio che cosa è reato in Internet; dall'altra quello di riconoscere e tutelare la libertà della rete stessa e, con essa, il diritto di accesso ai cittadini.

Su questo fronte è interessante la proposta di Stefano Rodotà, che vorrebbe un emendamento costituzionale da aggiungere al primo comma dell'attuale articolo 21. Il testo, nella sua proposta, dovrebbe essere questo: «Tutti hanno diritto di accedere alla rete Internet in condizioni di parità, con

modalità tecnologicamente adeguate e che rimuovano ogni ostacolo di ordine economico sociale».

Secondo il giurista, l'accesso ad Internet va riconosciuto come un diritto fondamentale della persona. Un emendamento di questo genere «rafforza il principio di neutralità della rete, violando il quale verrebbe anche negata l'eguaglianza delle persone». Inoltre il principio costituzionale della rimozione degli ostacoli economici all'eguaglianza è fondamentale, dal momento in cui l'accesso a Internet può essere considerato una «precondizione della cittadinanza, dunque della stessa democrazia». Infine, «si presenta come una indicazione per impedire, ad esempio, che la banda larga venga messa a disposizione degli utenti con modalità selettive, introducendo un ben più drammatico *digital divide*» ("Repubblica", 7 novembre 2011). ■



Secondo Stefano Rodotà l'accesso a Internet dovrebbe essere un diritto fondamentale della persona. Foto di Piermario (Flickr)

lo spiraglio

Film Festival della salute mentale
Seconda edizione

Il Festival nasce per mostrare
il mondo della salute mentale raccontato per immagini

Può presentare domanda chi ha già compiuto 18 anni.

I lavori dovranno concorrere per le sezioni
cortometraggio o lungometraggio

La partecipazione è aperta a tutti i generi
purché l'opera tratti il tema della salute mentale

I film inviati dovranno pervenire entro e non oltre il 15 marzo 2012

Per informazioni

lospiraglio.altervista.org

www.volontariato.lazio.it

Promosso dal Comune di Roma,
il DSM Roma ASL RmA - Roma Centro
e l'Associazione Culturale Sentieri Selvaggi

