

L'onda sul web 2.0

La scena mediatica ha dato poco risalto a tutto ciò che, nella protesta, non è convenzionalmente rappresentabile. Nel giro di poco più di due mesi – un tempo lungo per i ritmi della rete – si sono moltiplicate in maniera esponenziale le iniziative che hanno utilizzato internet e le sue applicazioni per far pressione sulle istituzioni, organizzare eventi e sensibilizzare un vasto pubblico. La diffusione del web e le sue “rivoluzioni”, come quella dei *social network*, conferiscono nuova forza ai meccanismi di costruzione, e trasferimento, delle informazioni e di formazione dell'opinione.

Risorsa ampiamente sfruttata dai cittadini per affermare le proprie istanze, singolarmente o in maniera organizzata, la rete è ancora uno strumento verso cui politica e istituzioni mantengono molte diffidenze, pur con le dovute distinzioni. Il ruolo del *web* nel rendere efficaci e fruibili a pubblici di vaste dimensioni i messaggi elettorali è stato, ad esempio, molto discusso a seguito della recente vittoria di Barak Obama. Il caso dei *Social Forum*, inoltre, è un chiaro esempio di come certe forme di contestazione possano diventare una risorsa strategica per attori esclusi dai grandi circuiti decisionali, dando loro una leva importante per provare a scardinarli. Anche per comprendere il nuovo movimento studentesco che si è dato il nome di *Onda* è utile sedersi davanti al computer e monitorare la protesta nello spazio pubblico virtuale.

1. Web 2.0 e social networking: we are who we know

L'etichetta “web 2.0” è sufficientemente flessibile e generica per abbracciare la grande varietà di luoghi della rete e di pratiche comunicative online rese possibili dai cosiddetti *social software*: dai blog, a *Youtube*, dai siti di *social network*, al *file sharing* nelle reti *peer to peer*, dal *subvertising* al *culture jamming*. Sono tutti esempi di consumo mediale creativo, che permette lo scambio di contenuti (*mainstream* o autoprodotti), la condivisione di pratiche, discorsi, interessi, e la costruzione di comunità in rete (*networked communities*). Forme comunicative, insomma, che danno vita a uno spazio mediale ibrido, in cui trovano massima espressione la circolarità e la simultaneità di produzione e consumo, in un vero e proprio processo di *produsage* - come direbbe Bruns.

Il 2.0 apre opportunità inedite di pubblicazione di contenuti interattivi da parte di singoli, gruppi e movimenti sociali, nelle forme ibride che coniugano la verticalità della comunicazione uno-a-molti, tipica del *broadcasting*, con la comunicazione orizzontale multi-a-molti, tipica di internet e delle reti *peer-to-peer*. Per dirla con Castells, la nuova forma comunicativa è di massa nel senso che raggiunge potenzialmente un'*audience* globale, ma è autonoma a livello di generazione di contenuti, gestione dell'emissione e selezione della ricezione.

In questa breve ricognizione citiamo alcuni siti e prodotti on line tra quelli da noi visitati senza pretese di esaustività

siti tematici:

www.ricercatoriprecari.org
www.dottorato.it
www.nogelmini.org

siti spoof (o siti parodia):

www.pubblica.distruzione.org
www.ministeroistruzione.net/site

blogs:

rete-dottorandi-ricercatori.noblogs.org
annaadamolo.noblogs.org
ondanomalamilano.blogspot.com
diversamentestrutturati.noblogs.org/summary.php
precaridellaricerca.wordpress.com
no133pisa.blogspot.com
contro133.blogspot.com
www.stopgelmini.org
cervellinfuga.wordpress.com
133.anche.no
assembleanogelmini.blogspot.com

Youtube:

1.380 video alla voce “no gelmini”,
1.200 video alla voce “legge 133”;

Firmiamo.it:

11 petizioni contro e 1 a favore alla voce “gelmini”,
7 petizioni alla voce “università”;

Petitiononline.com:

61 petizioni alla voce “università”;
115 alla voce “gelmini”

I siti di *social networking* (SNSs) sono ormai integrati nella vita quotidiana di milioni di persone al mondo. Pur nella varietà di ogni singolo sito, i SNSs sono piattaforme web che “consentono di (1) costruire un profilo personale pubblico o semi-pubblico, (2) articolare una lista di altri utenti con cui si condivide un qualche tipo di connessione, e (3) vedere e incrociare la propria lista di contatti con le liste di altri utenti” (Boyd, Ellison, 2007: 211). La rete dei contatti, nei siti di *social networking*, è formata a partire dal singolo individuo. La comunità, quindi, non è fondata sulla condivisione di interessi, almeno non in primo luogo. L’individuo, con il suo profilo, è al centro di una serie di reti che si intersecano in vario modo. Se è vero che questi siti offrono la possibilità di entrare in relazione con altri sconosciuti sulla base della condivisione di interessi, orientamento politico o credo religioso, la loro peculiarità non sta principalmente nella possibilità di iniziare relazioni con sconosciuti, bensì nella capacità per gli utenti di articolare e rendere visibili le proprie reti di relazioni personali. Con ciò non si vuole affermare che i SNSs siano usati esclusivamente per mantenere i contatti con gli amici stretti: il legame fra due “amici”, pur debole, o con persone perse di vista da tempo, si può riattivare online.

2. Onda su Onda. Facebook il movimento e il contro-movimento.

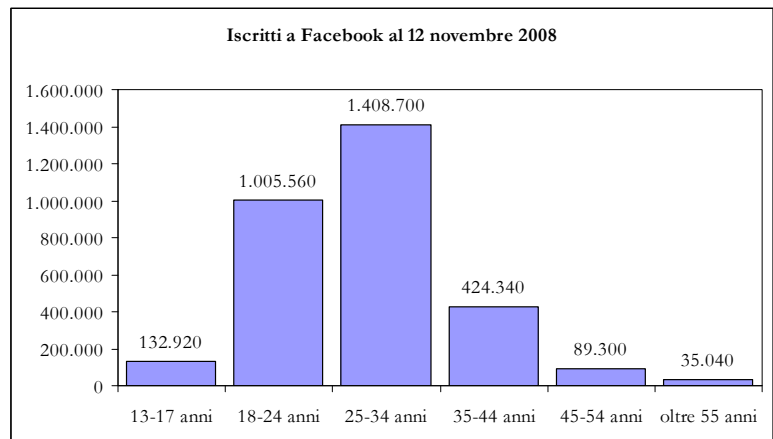
Il popolare *Facebook*, che conta ad oggi circa 132 milioni di iscritti, deve il suo successo planetario alla sua capacità di rinnovarsi: a partire da quest’anno l’accesso è disponibile anche nelle versioni in lingua spagnola, tedesca, francese e italiana. In Europa è cresciuto del 300%, in Asia e Africa del 400% e nell’America del Sud ha toccato una crescita record del 1.000%.

Anche la protesta vi ha trovato spazio: in poche settimane la mobilitazione studentesca dell’Onda è finita su *Facebook*. Il fenomeno non è da sopravvalutare: il tempo sociale in rete ha una scansione differente rispetto a quello *offline* e *social networks* molto in voga hanno visto crollare il loro numero di iscritti per poi

riprendersi molto rapidamente. La ciclicità di questi fenomeni, però, ben si adatta alla mobilitazione studentesca: il movimento cresce e si ingrossa in maniera esponenziale e poi rifluisce per poi ingrandirsi ancora. Come le onde marine, anche questo movimento, dal punto di vista della sua vita sul *web*, è difficile da governare e si ingrandisce grazie al *social networking*, ma non per questo crea un capitale di mobilitazione, poiché attiva interessi ed adesioni che in molti casi restano sul piano virtuale. E, sempre come le onde, il movimento potrebbe avere una portata dirompente, oppure scaricarsi a riva e aspettare il riflusso.

Dalla metà di ottobre alla fine di novembre del 2008 gli iscritti italiani sono pressoché raddoppiati, raggiungendo la cifra di 3.095.840, con un picco di adesioni tra le fasce d'età giovani, che utilizzano la rete più comunemente. Per registrare l'andamento dell'Onda su *Facebook* abbiamo osservato, in due momenti distinti, il comportamento di alcune sue applicazioni come le *cause*, i gruppi di discussione, le pagine di personaggi pubblici e celebrità e gli inviti ad eventi. A riprova della velocità con cui si modificano i processi online non ci ha stupito cogliere, a distanza di sole tre settimane, un mutamento nei soggetti attivi su *Facebook* relativamente alla protesta e, di conseguenza, nella geografia del *social network*.

Alla fine di novembre, cercando liberamente nel motore di ricerca di *Facebook*, il primo profilo politico italiano trovato è stato quello di Mariastella Gelmini con ben 11.928 sostenitori e 2.103 messaggi di *supporter* (al 10 di novembre il primo politico italiano presente nell'elenco mondiale era Veltroni con circa 8.500



sostenitori). Il secondo è l'assessore di Roncofritto Palmiro Cangini, personaggio umoristico reso celebre dal comico Cevola; terzo Walter Veltroni con 9.882 sostenitori; quarto Umberto Bossi con 8.173 e quinto Renato Brunetta con 7.396 sostenitori; seguono Di Pietro con 6.396 e poi Berlusconi con 5.515. Una geografia web completamente cambiata nell'arco di soli venti giorni!

Possiamo inoltre notare una presenza massiccia di *cause* contro la legge 133 e il decreto Gelmini, con una crescita costante nel tempo, anche se rallentata rispetto agli inizi della mobilitazione: nel periodo da noi osservato, infatti, la prima causa per numero di sostenitori, "A favore dell'istruzione e della ricerca! No alla L.133/08" passa da 160.798 a 179.746 adesioni. Proprio all'inizio della nostra osservazione nascono anche *cause* a sostegno del ministro dell'istruzione: le adesioni restano nettamente inferiori rispetto alle *cause* contro le leggi 133 e 169 e crescono di poche unità dal 10 al 27 novembre: "L'Università è nostra, non di pochi occupanti, verso una nuova "marcia dei 40.000" passa ad esempio da 529 adesioni al 10 novembre a 594 *supporters* al 27 novembre. Si tratta pur sempre del segno di una competizione

per definire la semantica della protesta contro le leggi Gelmini interna a *Facebook*.

Cause nella sezione mondiale *Education* di *FaceBook* pro e contro le leggi 133 e 169

Nome della causa	10 novembre 2008		27 novembre 2008	
	adesioni	posizione	adesioni	posizione
A favore dell'istruzione e della ricerca! No alla L.133/08	160.798	2°	179.746	3°
No al Decreto Gelmini	105.109	5°	112.092	7°
Difendiamo l'Università italiana	29.427	14°	30.967	14°
Blocca la Gelmini	10.939		10.962	
Luciana Littizzetto ministro dell'istruzione	0		9.386	
Stop legge 133	3.344		3.634	
Stop ai feudi, baroni e vassalli all'Università	919		985	
L'Università è nostra, non di pochi occupanti, verso una nuova "marcia dei 40.000"	529		594	

La crescita di un contro-movimento a favore dell'operato del governo e del ministro è anche dimostrata scorrendo i contenuti dei gruppi di discussione; la loro una mappatura alla fine di novembre evidenzia, per l'appunto, al primo posto e con oltre 14.000 sostenitori un gruppo in supporto della Gelmini.

I gruppi di *Facebook* pro e contro il ministro Gelmini:

- ✓ Gelmini: un ministro con le palle! (14.774 aderenti)
- ✓ Tutti contro Maria Stella Gelmini (4.636 aderenti)
- ✓ Fans di Maria Stella Gelmini (660 aderenti)
- ✓ Maria Stella Gelmini: responsabile del nostro futuro fallimento (506 aderenti).
- ✓ Mara Carfagna e Maria Stella Gelmini sarte subito (582 aderenti)
- ✓ DL 137/2008 "Disposizioni urgenti in materia di istruzione e università" (pro Gelmini) (236 aderenti)
- ✓ Maria Stella Gelmini: beata ignoranza/contro i tagli all'istruzione (152 aderenti)
- ✓ Quelli che si vogliono fare Maria Stella Gelmini (100 aderenti)

3. Uno nessuno o centomila. *Facebook* e l'identità della protesta

Facebook, e i SNSs in generale, rappresentano potenzialmente un terreno fertile per la mobilitazione: offrono la possibilità di intrecciare e mantenere il contatto con più reticoli sociali e di far fluire le informazioni trasversalmente ai vari *network*.

Eppure abbiamo visto che la mobilitazione in *Facebook* è più debole che in altri luoghi sociali *online* (blog e siti), in altre forme comunicative (*mailing list*) e sicuramente rispetto ai repertori della mobilitazione dell'Onda *offline*. La maggior parte degli studi sul cyberattivismo e i movimenti sociali sul *web* si è infatti concentrata su altre pratiche d'uso (politico) della rete – *mailing lists*, ma anche forme di boicottaggio, petizioni, siti, siti *spoof*, blog.

Non bisogna dimenticare come i siti di *social network* siano prima di tutto e fondamentalmente supporti materiali di relazioni sociali già esistenti (poco importa se *online* o *offline*). Se consideriamo poi che la tendenza a conoscere persone a noi simili, con cui condividiamo orientamento politico e interessi, è ancor più forte che nella vita quotidiana *offline*, la potenzialità di estendere la dimensione e la portata dei *networks* va nella direzione della *cyber-balcanizzazione*: il che spiegherebbe, tra

l'altro, l'emergere di una crescente polarizzazione politica rappresentata dal movimento e dal contro-movimento.

Non possiamo ignorare le forme di costruzione identitaria in *Facebook*: l'identità è incarnata dal profilo personale, ma anche dalle connessioni che scelgo di attivare e rendere visibili nel mio profilo, così come dall'adesione a gruppi, dal sostegno a cause, ecc.. Viene quindi da chiedersi se le forme di mobilitazione che abbiamo passato brevemente in rassegna costituiscano una attivazione della partecipazione, o non siano, piuttosto, funzionali alla costruzione e condivisione di un profilo identitario. Vale a dire, anziché costruire una vera e propria appartenenza a un'identità collettiva, queste pratiche sembrano piuttosto orientate nella direzione dell'individualismo e della privatizzazione delle relazioni sociali.

Gli studi sul cyberattivismo sono concordi nel sottolineare come l'uso della rete da parte dei movimenti sociali si riveli efficace soprattutto quando serve a connettere il locale in reti globali. In tal senso, quanto l'Onda rappresenta un movimento *glocal* di nuova generazione? Pur disponendo delle reti telematiche, e quindi della possibilità di connettere oltre il locale, l'Onda sembra fortemente ancorata alla dimensione locale e particolare.

L'identità del movimento attuale appare frammentata e priva di un *frame* identitario condiviso (Melucci 1996) a livello nazionale. Il divario su base localistica è confermato dalle caratteristiche del contro-movimento in *Facebook*, che si coagula nel sostegno alla Gelmini, ma anche a Bossi, Brunetta e Tremonti. Si può quindi ipotizzare che la base forte di questo contro-movimento sia radicata in una specifica area geografica – il Nord Italia per quanto riguarda il sostegno alla Lega soprattutto, e Roma, per quanto riguarda il sostegno al movimento studentesco di destra – secondo una geografia *web* che ricalca la geografia reale del consenso politico, ma anche la geografia delle diseguaglianze di accesso ed uso delle nuove tecnologie. Tale divario digitale si traduce, sotto il profilo della disponibilità delle nuove tecnologie ma anche delle risorse e delle competenze d'uso, in una sorta di *participation gap* (Jenkins, 2006).

Ancora: la scarsa visibilità dell'Onda in *Facebook* può avere una matrice di tipo ideologico. Come nota Boyd (2008), gli "obiettori di coscienza" dei SNSs, vale a dire coloro che si auto-escludono dai servizi, sono generalmente soggetti orientati politicamente contro la concentrazione del potere simbolico e la chiusura del sapere (contro l'acquisto di *Myspace* da parte di *News Corp.*) da un lato, e contro la società della sorveglianza (incarnata nell'immagine di *Facebook* come grande database di sorveglianza, moderno Panopticon) dall'altro. I movimenti in Italia hanno anche una forte tradizione di mediattivismo orientata alla rivendicazione, produzione e difesa di luoghi della rete "liberati" (Si pensi appunto a Isole nella rete, *Indymedia*, *Autistici* e la piattaforma di blog *Noblogs.org*). E, infatti, il grosso della presenza online dell'Onda si concentra proprio in questi luoghi. I movimenti sociali pionieri nell'uso della rete, del resto, hanno usato altri luoghi e altre modalità, quelli del mediattivismo, e non luoghi *mainstream* come *Facebook*.

Riferimenti citati:

Boyd, D. M. (2008), "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life", in David Buckingham (ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* pp. 119-142. Cambridge: MIT Press

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007), *Social network sites: Definition, history, and scholarship*, Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 13 n. 1, article 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Jenkins, H. (2006), *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press

Melucci, A. (1996), *The Playing Self: Person and Meaning in the Planetary Society*, Cambridge, Cambridge University Press

[a cura di Marinella Belluati e Giovanna Mascheroni]