

# I MEDIA CHE NON PARLANO

**L**e proteste nelle strade di Teheran e i messaggi di Twitter. Gli scontri in Cina filmati con YouTube. Fino ai cortei dei monaci con le tuniche color porpora in Birmania, fotografati da turisti e studenti. Sono avvenimenti resi noti attraverso il web. Che hanno fatto il giro del mondo attraverso blog, giornali, televisioni. Accendendo i riflettori in aree dimenticate, come l'Africa: le elezioni in Kenya del 2007 sono state seguite anche con una mappa online che ha raccolto le segnalazioni di brogli inviate dai cittadini. I casi sono molti. Ma le interpretazioni sul rapporto tra internet e democrazia non sono unanimi. Evgeny Morozov, membro dell'Open society institute e blogger per Foreign policy, ha indagato su alcuni aspetti controversi.



Evgeny Morozov, blogger

“

*Non sappiamo se internet o la telefonia giochino un ruolo nell'organizzare le persone*

«Non sappiamo ancora se internet e la telefonia mobile giocano un ruolo fondamentale nell'organizzazione delle persone oltre la comunicazione tradizionale» ha detto a Nòva Morozov. Per esempio, «in Iran abbiamo visto una straordinaria attività su Twitter e Facebook, ma la maggior parte del traffico era generata al di fuori della nazione. Le tecnologie sociali, comunque, possono certamente avere la capacità di richiamare l'attenzione internazionale». Secondo una ricerca di Cambridge sui messaggi (tweet) inviati durante la prima settimana di proteste a Teheran, il 10% degli utenti ha pubblicato il 65% dei messaggi. E un tweet su quattro è stato semplicemente copiato da altri e rilanciato online.

«Penso che le notizie siano state diffuse secondo logiche top-down, e poi trasmesse attraverso tutti i canali disponibili (sms, twitter e altri)» osserva Morozov. E aggiunge: «Molti iraniani, poi, non erano in grado di connettersi al web. Non possiamo sapere, quindi, cosa potevano apprendere da Twitter e Facebook. L'uso del web 2.0 può aver amplificato le proteste, ma sarebbe piuttosto naïf pensare che queste manifestazioni non sarebbero avvenute se le persone non avessero utilizzato Twitter».

In Iran il governo ha prima rallentato (e in alcuni casi bloccato) le comunicazioni su internet e con la telefonia mobile. Poi ha usato gli stessi mezzi dei protestanti per riconoscerli: come i video di YouTube che mostrano i volti delle persone durante i cortei. Ma Teheran si è dimostrata tutt'altro che impreparata nella gestione della blogosfera. Alcuni mesi prima aveva annunciato che sarebbero stati pubblicati diecimila blog delle milizie Basiji, un gruppo di volontari fedeli all'ayatollah (tra cui, per esempio, le squadre anti-sommossa a cavallo di motociclette rosse più volte riprese nelle fotografie). Una sorta di censura

per sovraccarico che annega le voci dei dissidenti in un mare di opinioni favorevoli alle autorità. Non l'unico caso. Prima delle Olimpiadi il governo di Pechino aveva assoldato 280mila persone per scrivere commenti positivi nei forum, nei blog, nei social network. Filtrare i risultati di Google non è più sufficiente. L'ultimo paese a portare i propri sostenitori online è stato il Kazakistan: una circolare ministeriale ha invitato scuole e università a pubblicare filmati educativi su KazTube, un clone di YouTube finanziato con fondi statali.

Come fare a distinguere? Osserva Morozov: «Sono necessari più livelli editoriali per filtrare le informazioni. Per il momento, è importante ricordare alcune regole pratiche: con Twitter si dovrebbe guardare il grafo sociale di una persona (l'insieme dei contatti), da quanto ha aperto il suo profilo e che cosa ha pubblicato in precedenza. Ma il legame tra internet, propaganda e democrazia, per il blogger di Foreign policy, risente di altre influenze. Il web, infatti, offre uno spazio per la diffusione di idee e opinioni utilizzato da gruppi che una volta erano segregati in nicchie. I nazionalisti russi del Dpni (Movimento contro l'immigrazione illegale) hanno progettato una mappa delle zone abitate da minoranze etniche per mostrarla alla loro community di estremisti. E molte organizzazioni non governative, impegnate nel rispetto dei diritti civili, sono continuamente colpite da attacchi su internet (ddos, denial of service) che rendono inaccessibili i loro siti web per settimane o mesi. (lu.d.i.)

luca.dello@gmail.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



pagine di altri (per esempio, attraverso il wall-to-wall) è meno frequente. Inoltre, rispetto ad altri mezzi di comunicazione, Facebook e le reti sociali online si differenziano perché mostrano l'estensione del proprio network, rassicurando le persone per il fatto di avere gli amici vicini, raggruppati insieme a colpo d'occhio. E, inoltre, i social network sono ludici e molto visivi: un passo in avanti rispetto agli altri strumenti di comunicazione, anche nell'uso dei giochi inviati agli amici.

Negli ultimi anni una schiera crescente di antropologi ha indagato a fondo sul modo in cui le persone utilizzano la telefonia mobile e internet. Integrando le statistiche con le riflessioni, le emozioni e i comportamenti di chi ogni giorno parla, scrive, legge attraverso il web e i cellulari. Sono aspetti spesso invisibili a cifre e tabelle. Ma decisivi nelle scelte. Cos Danah Boyd, ex ricercatrice all'Università di Berkeley, esplora per Microsoft il mon-

do dei teenager nei social network. Jan Chipchase viaggia spesso nei paesi in via di sviluppo per scoprire impieghi innovativi dei cellulari, a caccia di ispirazioni per la Nokia. E l'anno scorso l'agenzia di stampa Associated press ha commissionato a un team di etnologi uno studio sul modo in cui i lettori fruiscono le notizie diffuse dai mass media.

Messaggini, email, telefonate, chat, aggiornamenti sui social network: sono spazi di comunicazione che non si escludono a vicenda. Anzi, si integrano. Ricorda Broadbent: Le persone hanno maturità e padronanza nell'uso di tutti i canali in differenti situazioni: per esempio, se in ufficio non possono utilizzare Facebook durante la giornata, si connettono la sera al ritorno a casa. Con la diffusione di internet prevalgono i canali scritti sulle conversazioni orali: in situazioni pubbliche, infatti, il testo permette di inviare messaggi privati e intimi. Inoltre, come avviene già da alcuni anni, gli usi

più innovativi sono sperimentati dagli immigrati, soprattutto quando manca la quotidianità del contatto, ma resta un forte desiderio di conservare l'intimità evidenzia Broadbent. E ricorda alcuni casi. Una donna filippina che lavora in Svizzera ha installato una webcam nella sua casa d'origine per poter vedere i figli ogni mattina, prima di iniziare il turno. Oppure, un immigrato siriano attraverso internet ha conservato il legame culturale con la nazione d'origine: ascolta musica e guarda filmati in arabo scaricandoli dal web. In particolare, negli ultimi mesi sono stati proprio i paesi emergenti a riversarsi nei social network: secondo uno studio di ComScore, i brasiliani trascorrono 6,2 ore al mese connessi con una rete sociale online (la più frequentata Orkut). Sono superati soltanto dai russi con 6,6 ore mensili nei social network nazionali come Vkontakte, la community di Mail.ru e Odnoklassniki. (lu.d.i.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

600 milioni \$

### SPOT & VIDEO

La pubblicità su video web porterà 600 mln di dollari nel 2009, negli Usa, secondo Screen Digest

### IL VALORE DELL'ONLINE

Nel 2013 la vendita di video online porterà 800 milioni di dollari. Il 43 per cento a iTunes



### YOUTUBE PER LA TV

Il sito di condivisione lancia un format video per la tv. Per In-Stat il business varrà nel 2013 2,9 miliardi