

Sergio Maistrello

giornalista freelance

Web www.sergiomaistrello.it • Posta elettronica posta@sergiomaistrello.it

nuovo e utile 

Firenze, 18 maggio 2005

I Weblog: entrare nella parte abitata della Rete in due semplici mosse *traccia della relazione*

A differenza di come si usa fare in genere in una conferenza, vorrei attenermi parola per parola al tema che si è inventato Giuseppe Granieri per questo incontro: *I Weblog come entrare nella parte abitata della Rete in due semplici mosse*. Per vostra fortuna lui si è limitato a due mosse, perché se lo avesse chiesto a me probabilmente le mosse sarebbero state almeno dodici. Accetto la sfida con piacere.

I Weblog: entrare nella parte abitata della Rete in due semplici mosse

I Weblog sono comuni siti Web: ci si accede come comuni siti Web e, in un certo senso, sono fatti come comuni siti Web. La particolarità sta nel fatto che un blog è gestito da un software per la gestione dei contenuti. Un software per la gestione dei contenuti è un sistema che separa nettamente i contenuti dall'interfaccia del sito, ovvero dal modo in cui i contenuti sono presentati nella pagina Web. Tramite un programma di questo tipo, chi scrive si deve preoccupare solo di comporre il suo testo in un'apposita finestra e premere un bottone. Il programma pensa poi ad archiviare quel brano e a inserirlo al momento opportuno nella griglia predefinita di impaginazione che dà vita alla pagina Web finale. Non è richiesta nessuna competenza specifica per pubblicare contenuti, basta saper usare Internet. Chi vuole modificare l'aspetto della pagina dovrebbe saperne qualcosa in più, ma anche in questo caso talvolta sono previsti automatismi specifici.

I Weblog sono siti Web come tutti gli altri, dicevamo. Hanno però alcune caratteristiche che li rendono riconoscibili. I contenuti sono suddivisi in porzioni chiamate *post*. I post sono disposti in modo sequenziale e in ordine cronologico (inverso: il più recente in cima). Questa caratteristica è dovuta più che altro agli automatismi di pubblicazione di cui abbiamo appena parlato, ma in casi estremi è possibile prescindere da

tale impostazione. A questo i blog aggiungono l'interattività con chi legge: se il titolare lo desidera, ogni post può essere commentato dai visitatori. Chiunque può dire la sua opinione sull'argomento trattato, portare nuovi elementi a supporto o a contraddizione della tesi esposta. Inoltre i blog tendono a proporre numerosi elenchi di collegamenti ipertestuali, sotto forma di suggerimenti per la navigazione o di elenchi di blog amici. Vedremo in seguito perché questa caratteristica è particolarmente importante.

I blog possono pubblicare testi (ed è il caso più comune), ma anche immagini e brani audio o video. In modo promiscuo oppure dando vita a siti specifici noti come fotoblog, audioblog o videoblog. In alcuni casi si possono inviare testi e immagini direttamente dal telefonino, e in questo caso si parla di moblog, *mobile blog*.

I Weblog: **entrare** nella parte abitata della Rete in due semplici mosse

Abbiamo parlato di un software per la gestione dei contenuti. Ma quel software non è affatto necessario installarlo. Lo si può caricare sul proprio server o sul proprio spazio Web, tuttavia chi non ha queste risorse o queste competenze a disposizione può ricorrere alle decine di servizi che mettono a disposizione soluzioni pronte per l'uso. Certo, sono operatori commerciali, quindi offrono determinate condizioni, che vanno da limitazioni sul quantitativo di spazio Web alla presenza obbligatoria di pubblicità, fino ai servizi avanzati a pagamento. Ma per cominciare sono più che sufficienti e affidabili.

Chiunque può aprire un blog in pochi minuti. Si collega a uno di questi siti (indipendenti come Splinder, Bloggers, ilCannocchiale o Iobloggo; portali come Excite, Tiscali o Virgilio; internazionali come Blogger o Typepad), si registra fornendo alcune informazioni personali, sceglie un nome per il proprio blog e l'indirizzo a cui vuole essere raggiungibile e in un attimo è in condizioni di pubblicare. Nei servizi meglio organizzati, si può passare dal nulla a un sito personale dignitoso nel giro di cinque minuti. Al netto della scrittura dei testi.

Dopo essersi iscritto, ciascun utente ha a disposizione strumenti di controllo più o meno sofisticati che gli permetteranno di variare l'aspetto di alcuni particolari del sito, inserire alcuni collegamenti ipertestuali nel cosiddetto *blogroll* (l'elenco dei siti amici), scegliere il livello di interazione con i visitatori, gestire nel tempo i contenuti pubblicati. La finestra in cui si scrivono i contenuti è simile a quella di un programma per l'elaborazione di testi, con i bottoni per le enfattizzazioni, le dimensioni e gli eventuali colori da attribuire – eventualmente – al testo.

Sotto questa finestra (di *editing*) si trova un bottone fondamentale: *Pubblica*. Pochi istanti dopo averlo premuto, i contenuti presenti nella finestra sono trasferiti sulla pagina Web e, attraverso questa, accessibili da chiunque sia presente online.

I Weblog: entrare **nella parte abitata della Rete** in due semplici mosse

La «*parte abitata della Rete*» è una intuizione di Giuseppe Granieri:¹ la rete dei blog come zona residenziale e viva opposta ai quartieri nobili e commerciali, dove trovi ogni ben di Dio, ma faticosi a trovare una presenza umana.²

Quando il Web “industriale” muoveva appena i primi passi e si cercavano nuove ed efficaci rappresentazioni dei contenuti della Rete, ricordo una sorta di Manhattan vista dall’alto in cui a ogni grattacielo corrispondeva un grande network online: il Rockefeller Center era la Cnn, l’Empire State Building era Lycos, il Crystal Palace Yahoo! e così via. Ecco, in tutto questo, i blog me li immagino come le casette residenziali, raccolte in comunità, nei paesini interni della provincia americana. Quattro strade in croce, dove però tutti gli abitanti hanno relazioni tra loro e nello stesso tempo si rapportano con lo stato, con la nazione e con l’intero mondo per contatti commerciali, comunicazioni e reperimento di informazioni.

I blog sono la parte abitata della rete perché in genere a un sito corrisponde una persona e di quella persona il sito è la rappresentazione pubblica in Rete: l’aspetto delle pagine Web racconta qualcosa del senso estetico del suo titolare, lo stile di scrittura parla del suo modo di porsi, i contenuti sono frutto del suo punto di vista e della sua sensibilità.

I Weblog: entrare nella parte abitata della Rete **in due semplici mosse**

Le due semplici mosse sono, in realtà, due verbi. *Creare* e *condividere*. Finora abbiamo parlato dello strumento. Dimenticatelo. È, appunto, solo uno strumento – così come il telefono cellulare o la stessa Internet, a cui è strettamente collegato. Domani potrebbe essere diverso, potrebbe chiamarsi in un altro modo e svolgere altre funzioni. Non fatevi ingannare dal gran parlare di blog, perché si corre il rischio di perdere di vista l’insieme: il blog è il dito con cui indichiamo la luna, non fermiamoci al dito.

¹ «Avendo a disposizione la storia intellettuale dell’individuo, il blog appunto, si stabilisce in rete un point of presence stabile della persona. Per dirla con Peter Kaminski, “un blog è un’applicazione del network sociale che rappresenta l’elemento singolo del sistema: l’individuo”. I weblog, tutti insieme, sono la parte abitata della Rete.» in G. Granieri, *Blog generation*, (Laterza, 2005).

² Una metafora della comunità dei blog come quartiere residenziale fuori città si trova, benché usata per descriverne il declino modaiolo, anche in *Mondo blog*, di Eloisa Di Rocco (Tecniche Nuove/Hops, 2003).

La novità introdotta dagli strumenti di pubblicazione personale, blog o quant'altro, è la possibilità data a ciascuno di noi, a costi pressoché nulli, di essere presente e di esprimersi. Non amo la parola rivoluzione, abusata soprattutto in campo informatico; ma questo è davvero un passo in avanti gigantesco per la promozione sociale e comunitaria dell'umanità, con ricadute di grande portata sulla politica, sull'economia, sull'informazione. Ciascuno di noi ha opinioni, ha competenze, ha qualcosa da dire, ha uno sguardo sul mondo che è personale e che, nello scambio con un'altra persona dà vita a un reciproco accrescimento. Succede con gli amici, succede al bar, succede al lavoro, succede a scuola. I blog sono lo strumento oggi disponibile per portare questo gioco a vantaggio reciproco in una dimensione molto più vasta. Se ho un'intuizione e la voglio condividere, la scrivo e premo un bottone. Se ho un'opinione su quello che fa il governo e voglio essere preso in considerazione, la scrivo e la metto a disposizione. Se ho ascoltato un Cd così bello che merita di essere conosciuto da tutti, io ne faccio una recensione personale e la metto online. Lo stesso per un buon libro o un bel film.

Immagino che adesso sarete perplessi. Prima obiezione: a chi interessa quello che penso e che mi piace, a parte forse quattro amici stretti? Seconda obiezione: se tutti fanno così, le mie idee non sono forse destinate a essere ingoiate da una gigantesca valanga di chiacchiericcio universale?

Qui entra in gioco Internet. Internet è uno strumento favoloso che finora è stato usato al 10% delle sue possibilità, un po' come il nostro cervello. Per anni abbiamo cercato di fare di Internet una televisione con un telecomando un po' più complicato da usare. E il bello è che ci siamo riusciti, perdendo un sacco di opportunità. Oggi stiamo per la prima volta tornando alle intuizioni originali da cui è nata la Rete. Internet è un insieme di punti decentrati, il suo valore non sta nel centro ma nelle periferie. Internet produce valore solo se si lascia spazio alle sue terminazioni, ovvero a ciascuno di noi.³ Se cerchiamo di imporre un centro d'attenzione a cui tutti gli utenti devono fare riferimento, facciamo appunto la televisione interattiva. È meglio della semplice tv, ma è un'altra cosa.

Ora: io non ho la presunzione che quello che penso e condivido nel mio blog sia di interesse planetario. Ma io – ciascuno di noi – ho da offrire delle specializzazioni che mi permettono di interpretare certi fatti o certe notizie rilanciate dai mezzi di comunicazione tradizionali in modo diverso dalla media. Ho una sensibilità che mi caratterizza nel modo di vedere il mondo, di raccontarlo, di fotografarlo. Ho delle esperienze – di uomo, di consumatore, di professionista – che posso mettere in circolo. Grazie ai network di relazioni prodotti dallo scambio di collegamenti ipertestuali, grazie ai motori di ricerca (che

³ Vedi *World of Ends. What the Internet Is and How to Stop Mistaking It for Something Else* di Doc Searls e David Weinberger nella versione originale [worldofends.com] o nella traduzione in italiano ospitata sul sito di Paolo Valdemarin [paolo.evectors.it/italian/worldOfEnds.html].

non a caso sono molto attenti al mondo dei blog), potete stare certi che se c'è qualcuno nel mondo che è interessato alle esperienze, alle competenze o ai semplici racconti che io ho pubblicato nel mio blog, questo qualcuno ci arriverà e troverà qualcosa di ciò che stava cercando (o per lo meno un nuovo indizio per proseguire la ricerca).

Attraverso questo meccanismo, i contenuti interessanti emergono. Ogni blog ha la sua cerchia di lettori frequenti, una piccola comunità. Ogni blog è parte di diverse comunità (per esempio, io potrei avere contemporaneamente contatti con blog che parlano di informazione, di politica, di hockey su pista, di componenti hardware e di cinema). Se io scrivo una critica ragionata e approfondita sulle dichiarazioni del Presidente del Consiglio, magari riassumendo spunti che sono girati nel gruppo di blog che solitamente frequento per confrontare le mie idee politiche, può capitare che chi mi legge perché spera di trovare il commento a una partita di hockey su pista sia comunque interessato ai miei ragionamenti politici. E avendo imparato a conoscermi e a fidarsi del modo in cui nascono i miei ragionamenti, potrebbe riprendere a sua volta il mio intervento, citandolo e pubblicando un collegamento ipertestuale verso il mio blog.

Attraverso questo meccanismo i contenuti interessanti emergono dal basso fino a raggiungere via via comunità più ampie, blog più popolari, fino – nei casi più rilevanti – il cosiddetto dominio pubblico e l'attenzione dei media. Certo dovremmo metterci d'accordo su che cosa si intende per *interessante*. Se io pubblicassi tutti i giorni sul mio blog una foto pornografica originale e particolarmente disinibita, sono sicuro che diventerei popolarissimo nel giro di poche ore. Ma, per l'esperienza condivisa degli ultimi tre anni almeno, posso assicurarvi che il sistema funziona ed è virtuoso. I contenuti di reale valore quasi sempre emergono. Chi è interessato a ciò che scrivo quasi sempre arriva nel mio sito personale anche se non ha la minima idea di chi io possa essere. Chi frequenta abitualmente il mio blog, anche se non mi ha mai incontrato di persona, ha imparato a fidarsi di me, a conoscere i miei pregi e difetti più o meno quanto potrebbe farlo un qualunque conoscente nel mondo reale.

I limiti esistono, va da sé. Il sistema funziona ed è sostanzialmente democratico: chiunque può accedere, chiunque può ottenere attenzione, chiunque ha la sua occasione di giocarsi in bene o in male la sua reputazione digitale. Detto questo, esistono inevitabilmente gerarchie di visibilità che premiano personaggi già popolari o persone che cercano il consenso a qualunque costo. Inoltre, non tutti hanno gli stessi strumenti a disposizione, strumenti come la capacità di scrittura e sintesi, il bagaglio culturale, l'accesso a fonti. Tutto ciò non pregiudica, ma conferma la validità del sistema.

Se avete notato, abbiamo parlato di siti che raccontano del proprio autore, ma soprattutto rilanciano con frequenza l'attenzione altrove. Se ci pensate, è l'esatto contrario

dei mezzi di comunicazione tradizionali, che cercano a tutti i costi di tenere il lettore o lo spettatore nel proprio recinto. La stessa cosa la fanno i portali, evitando accuratamente di fornire vie d'uscita dalle proprie pagine. Una breve navigazione tra i blog vi dimostrerà in pochi minuti come, al contrario, queste presenze online vivano soprattutto di rimandi. È solo la negazione di una visione del mondo collaudata o qualcosa di nuovo, un'alternativa possibile? I blog, per usare un'altra felice definizione di Giuseppe Granieri, sono un *sistema ricco*. L'esperienza dimostra che spostare l'attenzione verso siti altrui non riduce, ma aumenta il proprio prestigio. Se io sono in grado di fornire destinazioni utili, rilevanti, chi mi visita apprezzerà la mia selezione e la mia capacità di trovare nuove risorse, e tornerà a trovarmi.

Dunque torniamo alle due semplici mosse del titolo, creare e condividere. Conta quello che creo: noi non siamo abituati a creare. In Italia non scriviamo più una riga dopo aver finito la scuola, e spesso nemmeno lì impariamo a esprimerci in modo *personale*. In questo momento storico, io tutto faccio tranne che eleggere a cuor leggero gli Stati Uniti a esempio positivo. Ma c'è da dire che lì imparano fin da piccoli a scrivere in modo efficace, assimilando le tecniche di composizione, la necessità di fare sintesi e la virtù di rifuggire i luoghi comuni – talvolta a costo di snaturare la creatività per eccesso di tecnica. Sta di fatto che la capacità di esprimersi in modo personale e funzionale è un requisito irrinunciabile per affrontare le sfide complesse del mondo di oggi.

E poi: conta quello che condivido. Noi non siamo abituati a condividere, siamo abituati a vendere. Ci abbiamo provato con i primi abbozzi di siti personali intorno al 1996, ma poi ci hanno insegnato che con Internet bisognava fare soldi, che delle nostre sciocchezze non importava nulla a nessuno, che al contrario bisognava confezionare bene e ammucciare tante cose inutili e replicate da altri siti, inventandosi una domanda, provocando artificialmente un'offerta. In cambio saremmo diventati tutti ricchi. E invece i blog insegnano che più condivido, più metto a disposizione di tutti le mie risorse, la mia "ricchezza", e più – paradossalmente – mi arricchisco. Se do attenzione ottengo più attenzione. Più mi distinguo per l'affidabilità delle mie scelte e dei miei ragionamenti, più ottengo prestigio.

Capite bene che questo mette in discussione un'intera visione del mondo (occidentale, soprattutto). Insegna alle persone, per la prima volta forse nella storia recente, che la loro opinione ha un valore. Un valore non direttamente monetizzabile, ma molto prezioso. Insegna alle persone che l'opinione pubblica non è la somma delle idee di un campione interpellato per un sondaggio, ma è l'insieme delle opinioni e delle peculiarità di tutti. Dove in quel tutti c'è posto per ciascuno di noi.

Se mettiamo in discussione l'idea passiva di opinione pubblica a cui ci siamo abituati in questi anni, mettiamo in discussione anche il modo in cui l'opinione pubblica può interagire con la politica, con i consumi e l'economia, con l'informazione. Tutti campi in cui ciascuno di noi è titolato a intervenire: la delega ai nostri rappresentanti in Parlamento è un atto attivo che – per demeriti reciproci nostri e dei nostri rappresentanti – abbiamo finito col recepire in modo passivo. L'economia è frutto di un'offerta, ma soprattutto di una domanda: oggi come oggi, nel mondo capitalistico, è frutto di una domanda forzata che ci viene attribuita in modo artificiale. L'informazione, le cose da sapere, non sono soltanto quelle che decidono i telegiornali: c'è molto altro, a cominciare da ciò che vediamo nel nostro cortile di casa, e noi possiamo aiutare questo processo. Affiancando, senza l'ambizione di sostituire, i mezzi di comunicazione di massa.

Ci troviamo a uno stadio ancora immaturo di questo processo. Le persone possono incidere davvero solo quando sono tante e hanno la forza per imporsi all'attenzione, ovvero quando diventano – per l'appunto – *opinione pubblica*. In Italia i blog sono poche decine di migliaia, nel migliore dei casi tra 100.000 e 200.000 unità: abbastanza per far parlare di sé, non per incidere là dove si prendono le decisioni che contano. Ma se la strada è quella che lasciano intravedere gli Stati Uniti, dove i blog sono alcuni milioni e hanno superato la soglia della massa critica (ritagliandosi uno spazio riconosciuto nel dibattito pubblico e qualche successo clamoroso, come le dimissioni del senatore repubblicano Trent Lott o la partecipazione alle convention elettorali), i prossimi anni daranno materiale di studio per sociologi, politologi e studiosi della comunicazione.

Questo testo è distribuito con licenza **Creative Commons**. Può essere utilizzato liberamente, diffuso e ripubblicato a patto che sia rispettata l'integrità e ne sia riconosciuto l'autore. Maggiori informazioni all'indirizzo <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/it/>.