

## La parte abitata della Rete: *otto idee con cui potrebbe essere utile familiarizzare*

versione 0.5 - 17 dicembre 2005

### **1. Creare**

Gli strumenti d'espressione tipici della parte abitata della Rete (weblog, wiki, podcast, social network e vicendevoli contaminazioni) sono una palestra eccezionale per la creatività: favoriscono il racconto di sé, stimolano la mediazione della propria visione del mondo con il testo e l'immagine, danno alle idee l'opportunità di confrontarsi con se stesse nel tempo. La scrittura è il fondamento della civiltà da cui proveniamo e il tramite che unisce il nostro passato al nostro futuro, abbia questo a che fare o meno con Internet. La capacità di utilizzare la propria voce è un requisito irrinunciabile per affrontare le sfide complesse del mondo in cui viviamo, e la consuetudine di demandare ad altri il compito di informare o di rappresentare le istanze pubbliche tende a renderci cittadini passivi, dunque pessimi cittadini. Gli strumenti più evoluti della Rete, riattivando un'abitudine alla creatività che spesso termina con il ciclo di studi obbligatori, espandono la nostra umanità.

### **2. Personalità**

Se il costo per esprimersi pubblicamente è nullo, come accade oggi dentro la parte più evoluta di Internet, il presupposto della selezione che certifica a priori la qualità viene meno. La quantità dei contenuti non è più indice della loro natura: ciascuno è libero di creare percorsi di selezione personali. Il discrimine che si pone, dunque, è la capacità di dire cose interessanti, la dote di affascinare chi legge o guarda, la predisposizione ad avviare scambi proficui con i propri visitatori. Per dirla con Giuseppe Granieri, *«il vero asset del blogger è la sua personalità»*.

### **3. Reputazione**

L'espressione della propria personalità in Rete pone giorno per giorno le fondamenta della reputazione, il credito di cui ciascun cittadino della società digitale gode in funzione delle sue qualità personali e della media ponderata tra gli alti e i bassi del proprio racconto di sé. La reputazione è il biglietto da visita che la Rete allega ai contenuti di ciascuno, facendone uno strumento di mediazione dei messaggi a disposizione di chi legge. Le reincarnazioni dell'identità, che Internet di per sé non scoraggia, permettono di ripartire ogni volta che lo si desidera con una

reputazione immacolata, ma l'accREDITamento presso i propri pari e il capitale sociale guadagnato sono destinate a ripartire ogni volta da zero.

#### **4. Responsabilità**

L'accesso a strumenti di pubblicazione non mediata dei propri contenuti è spesso percepito come un'eccezione transitoria ai ruoli consolidati: *loro* pubblicano, *io* ricevo. Al massimo *io propongo* e *loro vagliano*, ma comunque *loro* pubblicano. *Io pubblico*, di primo acchito, dà l'emozione che prova un bambino quando si vede capitare in mano un microfono per la prima volta: difficilmente resisterà all'impulso di fare lo sciocco e dire parolacce per affermare quell'eccezione alle gerarchie dell'amplificazione. Di fronte alle giovani dinamiche della Rete siamo tutti poco più che ragazzini, e tuttavia ci è richiesta fin d'ora una maturità da adulti. La cittadinanza della società digitale implica che tutti possano dire tutto quello che vogliono, ma la facilità di espressione non toglie in alcun modo il fatto che di ogni parola siamo chiamati, presto o tardi, a rispondere. Nulla vieta di esprimersi in modo franco e perfino violento, benché dentro Internet ciascuno finisca per raccogliere ciò che semina, tuttavia nulla autorizza a esporre fatti non verificati od offensivi. Virtuale o reale che sia l'ambiente, un reato resta un reato – e la diffamazione, tanto per fare un esempio, resta un reato.

La responsabilità ha a che fare anche con l'anonimato. Che è abbondantemente tollerato dentro Internet, anche perché il più delle volte è solo un'illusione (tutto lascia traccia, basta avere la pazienza di seguirla). La mancata corrispondenza tra un soprannome e un nome e cognome sono un falso problema, perché è molto più rilevante ciò che a questi è associato, ovvero la reputazione. Solo in casi estremi, come una denuncia, è necessario risalire all'identità legale. Detto ciò, vale quanto si può verificare tutti i giorni in Rete: chi ci mette un nome, un cognome e una faccia tende – non sempre, non allo stesso modo – a essere più responsabile di chi pensa di essere al riparo di una rappresentazione fittizia di sé. Internet possiede ottimi meccanismi di autoregolazione: la libertà è totale e nessuno è penalizzato in partenza, ma solo chi opera nell'interesse collettivo ha accesso ai benefici più rilevanti della cittadinanza digitale.

#### **5. Condivisione**

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 e più si beneficia della ricchezza altrui. Più attenzione si concede agli altri, piuttosto che accentrarla su di sé, e 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.

## **6. Piccoli numeri**

L'obiettivo di un sito Web non è necessariamente il raggiungimento di un alto numero di visitatori. La misurazione del successo secondo quantità è un'eredità del sistema di comunicazione tradizionale, che per parte sua necessita di numeri rilevanti da barattare con gli investitori pubblicitari per il finanziamento degli alti costi d'accesso alla pubblicazione o alla trasmissione. L'investimento prossimo allo zero richiesto per avere voce nella società digitale confuta la necessità di ricercare i grandi numeri, così come la stessa necessità stessa di ricorrere a compromessi con strumenti di marketing pesantemente datati.

I piccoli numeri non sono solo un valore che la parte abitata della Rete riabilita, anche in funzione del decentramento richiesto dalla natura di Internet, ma in molti casi sono la dimensione preferibile in cui trarre il meglio dalle interazioni tra persone, idee e contenuti. Il limite, che è legato anche alle modalità d'uso degli strumenti oggi disponibili in quest'angolo di Web, è strutturale: un blog di successo è spesso un blog che rinnega buona parte delle virtù da cui ha avuto origine, e le valanghe di commenti che rendono ingestibile la conversazione con le persone più popolari ne sono solo un esempio.

## **7. Relazioni**

Dentro la parte abitata della Rete tutto è interazione: i nodi della rete sono punti di presenza delle persone, i collegamenti tra un nodo e l'altro sono relazioni, i contenuti diventano conversazioni. La salutare entropia del sistema è costantemente sollecitata dai collegamenti ipertestuali, che costituiscono la moneta dell'economia fondata sulla conoscenza. La percezione dei diversi livelli logici a cui si stabiliscono queste relazioni (tra persone, tra comunità di interesse, tra contenuti, tra contesti) è fondamentale per interpretare correttamente tanto la propria presenza quanto il destino di ciò che decidiamo di condividere.

Ogni elemento immesso in circolo perde i legami che lo legano a un certo spazio e a un dato tempo, entrando a far parte di un universo più ampio di contenuti che sono liberi di ricombinarsi in tempi e in spazi non prevedibili. Il blog, tanto per scendere nel concreto di quanto già oggi succede dentro Internet, è il trampolino di lancio per le unità di contenuto, che attraverso i *link* (collegamenti ipertestuali che mettono in relazione diretta due risorse), i *tag* (classificazioni spontanee articolate in parole chiave con cui si stabiliscono legami aperti in funzione del contesto), i motori di ricerca specializzati (che indicizzano i post in database sterminati) e gli aggregatori

(centri di raccolta temporanea per le proprie fonti privilegiate) trovano la propria via verso chi può esserne interessato.

## **8. Disordine**

Internet non sarà mai una biblioteca, ovvero un luogo di organizzazione della conoscenza dentro cui ciascun contenuto ha – *deve avere*, per garantire l'efficacia del sistema – una collocazione univoca. Internet non è ordine: il disordine della Rete non è solo una conseguenza della mancanza di classificazioni rigorose, ma l'espressione stessa della sua natura. Quello che si può fare è cercare di ottenere il miglior disordine possibile e all'interno di questo favorire la creazione di percorsi di senso personali. I meccanismi di filtro che permettono di far arrivare a un contenuto interessante le persone potrebbero esserne interessate sono in buona parte collaborativi e sono perfezionabili nella misura in cui ciascun autore favorisce nel suo piccolo la costruzione di relazioni tra tutto ciò che rilancia dal proprio punto di presenza e altri contenuti della Rete. Tutti gli strumenti oggi disponibili – collegamenti ipertestuali, parole chiave, sistemi di aggregazione, motori di ricerca specializzati – sono l'inizio di un percorso che prevede ampi margini di miglioramento.