

Indice-Sommario

<i>Prefazione</i>	ix
Saggio introduttivo La vecchia talpa nella rete – di Carlo Freccero	1
Capitolo I Mulini e mugnai al tempo del digitale	9
Capitolo II Per una sussidiarietà della comunicazione	51
Capitolo III Good night, good luck, per il mestiere	67
Capitolo IV La Tv del futuro: o Rich o Light	75
Capitolo V Crash of media	95
Capitolo VI Media alla ricerca di nuovi mediatori	131
Capitolo VII La scimmia e l'elefante – di Rocco Pellegrini	161
Capitolo VIII Senza chiedere permesso	171
Capitolo IX Il giornalista cross-mediale: il progetto RaiNews24	211
Capitolo X Una professione in cima alla torre	273

Capitolo XI	
Internet la madre di tutte le Tv	313
Capitolo XII	
Il digitale come punto del non ritorno	325
<i>Bibliografia-sitografia</i>	335

Prefazione

(Melquiades, lo Zingaro): «Con un cannocchiale fra poco l'uomo potrà vedere che succede in un qualsiasi luogo della terra senza muoversi da casa sua».

(Arcadio Buendia): «Nel mondo stanno accadendo cose incredibili. A portata di mano, sull'altra riva del fiume, c'è ogni sorta di apparecchiatura magica, e noi continuiamo a vivere come asini».

Gabriel Garcia Marquez, *Cent'anni di solitudine*

Il volume che l'Editore Morlacchi ha avuto la pazienza e la volontà di comporre è, di per sé, una piccola dimostrazione di quel radicale mutamento della cosiddetta economia del sapere, sulla quale esso invita a riflettere.

Il titolo stesso – *mediasenzamediatori.org* – non è il risultato di una furbesca operazione di marketing, tesa a imporre il libro come commercialmente inedito rispetto all'edizione precedente. Ne riflette, invece, una reale discontinuità di contenuto. A cominciare dalla stessa metodologia seguita nella composizione dei testi.

mediasenzamediatori.org è, chiaramente, l'URL di un sito web. Direi meglio, ci trasporta in un spazio specifico: la blogosfera. Ossia quella costellazione infinita di milioni – nel settembre del 2005, siamo a oltre 18 milioni – di flussi di ragionamenti relazionali che concentra il nostro sapere. Un *blog*, infatti, altro non è che un canale di pensieri individuali che genera, quasi telepaticamente, una pluralità di relazioni interpersonali, fra l'autore e il lettore, che si scambiano continuamente di ruolo. Un groviglio dialettico dove, rapidamente, si confondono le due identità originarie, per lasciare al centro della percezione comune il flusso di pensieri, che sgorga, in forma di testo, video o audio che sia.

Tale è stata l'esperienza che abbiamo vissuto nell'anno accademico 2004/2005, attorno alla cattedra di «Teoria e Tecnica di Nuovi Media», nel corso di laurea di Scienze della Comunicazione dell'Università degli Studi di Perugia.

Insieme al professor Rocco Pellegrini, alla collaborazione del quale devo la totalità delle realizzazioni multimediali che hanno attivato la nostra esistenza nella blogosfera, abbiamo concepito e allestito il sito come una piattaforma di interscambio, diciamo più precisamente: una stazione di servizi formativi per gli studenti.

Man mano che spingevamo i ragazzi in quella palestra virtuale che avevamo ideato, e via via che essi si impossessavano degli strumenti multimediali, intervenendo sui contenuti, mutava di segno la materia che ci trovavamo a maneggiare. Rispetto alla precedente edizione, i concetti sui quali ci focalizzavamo – multimedialità, velocità, linguaggio digitale, smart mobs, prosumer di news – acquisivano una sorprendente vitalità, una nuova sfaccettatura, frutto delle considerazioni e delle elaborazioni dei giovani che intervenivano nel dibattito.

In sostanza, ci siamo trovati a misurare concretamente la potenza di quella straordinaria, nuova, geometria del lavoro intellettuale che è la rete. Lavorare in rete, ossia ragionare individualmente, ma con il continuo impulso dato da decine e decine di interlocutori, che mettono mano alle idee e ai contenuti inizialmente proposti, muta radicalmente il senso e il valore dell'elaborazione originaria: ne aumenta, in maniera sostanziale, quantità e qualità. Si realizza così il magico scambio della rete: si perde la titolarità esclusiva del proprio pensiero, che assume però una potenza ed efficacia straordinariamente più estesa.

È questa la spettacolare realtà del *net working*, che si è dispiegata sotto i nostri occhi. L'ebbrezza provata non è stata dissimile da quella di chi vede sperimentalmente confermata la propria proiezione teorica. *Eureka!* È proprio il caso di dirlo.

Sotto la pressione di un bisogno materiale, più che di una sofisticata ma astratta ambizione a sapere cosa c'era di nuovo, siamo entrati in relazione con migliaia di nostri omologhi. Dalle comunità di *Python*, fino all'ultima soluzione di *Grease-monkey*, al momento forse la più proficua e praticabile forma di organizzazione automatica di contenuti on line, come si spiega nel volume lo stesso Pellegrini, si è disvelato un mondo, che rende ormai il sapere sempre più veloce e composito, e, in quanto tale, più instabile e relativo, nella sua frenetica ed estrema riorganizzazione.

È la conferma che nel contesto dei nuovi saperi di rete, il contenuto è sempre più connesso e dipendente dalle forme e dagli apparati che lo generano e lo distribuiscono. Perdere il controllo di questi ultimi, rassegnandosi a dipendere per l'infrastruttura e i linguaggi da soggetti esterni, aziende o aree geografiche predestinate, come accade ormai abitudinarimente nel nuovo mercato cognitivo della rete, significa, come comunità, perdere ogni ambizione di sovranità sul proprio futuro.

Si radicalizza così la lezione dell'epoca fordista, quando il movimento del lavoro comprese la necessità di condizionare l'organizzazione della produzione, concorrendo a determinarne modelli e filosofie, per poterla civilizzare.

In questo contesto, con questo metodo, dove la risorsa tecnologica adottata veniva continuamente *customizzata*, abbiamo voluto riassetare alcuni paradigmi concettuali che già nell'edizione precedente avevamo provato a imbastire.

A cominciare dal tentativo di leggere il big bang microelettronico che dagli anni '70 si è propagato fino a noi, in termini macro politici, incardinandolo nell'ambito delle categorie di base dell'economia politica. Una scelta che mira a rendere più limpida e riconoscibile la gamma delle soluzioni tecnologiche che si prospettano per la competizione multimediale. Senza una bussola geopolitica la rete diventa un coacervo di subalternità.

Il riferimento a Karl Marx con cui si apre il primo capitolo del libro, con la sua nota constatazione secondo la quale «il mulino a braccia vi darà la società del signore feudale e il mulino a vapore la società del capitalista industriale», non vuole che essere un dimesso richiamo a chi, con ben altri mezzi e profondità di chi scrive, esercita la potestà di interpretare megatrends sociali per aggiornare la teoria politica, a considerare quanto sta accadendo nel mondo del sapere con non meno cura e intraprendenza intellettuale di quella che Marx applicò alla decifrazione di quanto accadeva a Manchester. Conservando dell'irascibile filosofo tedesco almeno la curiosità che lui mostrò nell'addentrarsi in quel fenomeno tecnologico del suo tempo, che ai contemporanei appariva non meno astruso e incerto dell'attuale, che rese una tecnicalità produttiva, *il macchinismo*, un sistema di vita per l'intero pianeta.

Il richiamo alla storia del capitalismo industriale è continuo nel libro, e mira a iscrivere la storia dell'innovazione microelettronica nel grande capitolo del conflitto sociale che ha orientato le vicende degli ultimi secoli della comunità umana. Un accostamento che ci permette di percepire con più evidenza come nell'attuale dinamica economica le discontinuità, politiche, culturali e anche antropologiche prevalgano rispetto alla storia tradizionale del movimento del lavoro.

Su questo aspetto ci siamo avvalsi di spezzoni di elaborazione che si sono riversati nel flusso del nostro blog, come la tesi di Valentina Bartoloni sulla *Riproducibilità del sapere al tempo del copia e incolla*, che qui ringraziamo soprattutto per la disponibilità a seguire percorsi e intuizioni non sempre agevoli per chi era pressato dalla necessità di concludere il proprio ciclo universitario.

Centrale risulta, infatti, nel nostro ragionamento la comparazione rilevata fra la costruzione di quell'affascinante sistema concettuale moderno, che si misurava sugli effetti della prima grande produzione immateriale, quale è stata la Scuola di Fran-

coforte, con il disorientamento che oggi porta il ceto politico contemporaneo a non metabolizzare gli squarci che le nuove filiere dell'informazionalismo introducono nei tessuti economici e sociali moderni.

È questo il gorgo dove, ci pare, la politica, soprattutto nelle sue ambizioni riformatrici e solidali, sta perdendo la capacità di interpretare e mappare i processi che ne sono scaturiti.

Il saggio di Carlo Freccero, sfacciatamente politico nella sua brutale e sincera denuncia dell'inadeguatezza della sinistra italiana, acquista un pregio particolare proprio perché viene da uno dei pochi creatori di comunicazione di massa – specificatamente di televisione – che riflette sui limiti di ogni specialismo comunicativo che non trovi oggi un orizzonte politico per orientare la propria capacità di declinare il moderno.

Sul versante più di contenuto, il secondo passaggio che il libro propone, riguarda la possibilità di condizionare il grande gioco che guida il processo innovativo. E lo fa addentrandosi nella disamina di una possibile "contraddizione", direbbe il nostro filosofo tedesco prima citato, che incombe sul vertice più alto del sistema: il ceto di comando degli Stati Uniti. Nell'impianto del nostro ragionamento gli Usa sono innanzitutto la culla dell'innovazione. Non senza un'evidente e compiaciuta ammirazione, diciamo, più francamente, un'invidia geopolitica esplicita, ricostruiamo le tappe che hanno portato quel paese ad intendere, fin dai suoi primi vagiti, il sapere come motore di potenza.

Basta entrare nella Biblioteca Nazionale di New York per incontrare questa visione, esclusivamente americana, che definisce nel paese la conoscenza. La cupola dell'edificio è affrescata da tavole che ripercorrono il cammino del sapere, dai 12 Comandamenti consegnati a Mosè, fino all'affermarsi dei grandi giornali e delle grandi università. È straordinario come la stampa, la scienza, la ricerca siano, in ogni dettaglio allegorico, identificati con la forza e il primato.

Non a caso ben prima del dispiegarsi spettacolare dell'attuale net-economy, il sistema economico americano già era competitivo grazie al motore dell'innovazione. I dati macro economici parlano da soli, come ha dimostrato fin dagli anni '50 l'acutissima ricerca di Robert Solow. Ancora oggi additata ad esempio, l'indagine di Solow dimostra come nella prima metà del XX secolo, dal 1909 al 1949, l'87,5% dello straordinario incremento del PIL prodotto fosse imputabile esclusivamente al progresso tecnologico, mentre solo 12,5% era determinato dall'aumento dell'utilizzo di capitali. Eppure, proprio da quella instancabile fornace della conoscenza planetaria che è il sistema americano, sta emergendo uno spettro che potrebbe incrinare il matrimonio fra Smith e Schumpeter, ossia fra il capitalismo di mercato e le magnifiche sorti e progressive della scienza e della tecnica. Si tratta di quello che nel libro definiamo il *decentramento della potenza di calcolo al singolo individuo*. Ossia quel pulviscolare processo di espansione delle forme di accesso a grandi masse di sapere da parte di chiunque sia sulla rete, a prescindere dal luogo, dalla nazionalità e dallo stesso censo. La rete, in particolare proprio gli esponenziali modelli di *file sharing*, moltiplicati dalla pratica dell'*Open Source*, rompe la tradizionale gerarchia verticale che presiedeva ad ogni processo innovativo introdotto dal modello capitalista classico. Dove la quantità di capitale disponibile, insieme alla proprietà degli apparati e dei saperi che determinavano il processo produttivo, assicurava un vantaggio insuperabile nel definire le posizioni di comando ai "proprietari". Un fenomeno che può ricordare, lo richiama lucidamente Carlo Formenti nel suo *Mercanti di Futuro*, pubblicato presso Einaudi, quanto venne già descritto da Carl Smith (Carl Smith, *Il Nomos della terra*, tr. it. Adelphi) nella sua analisi geopolitica sulla marginalizzazione della vecchia Europa continentale alla fine dell'800 da parte delle potenze "corsare" del mare (Inghilterra) e dell'aria (USA). Anche allora l'incursione di nuovi protagonisti cor-

rispose a un rovesciamento del paradigma tecno-sociale, dove il movimento prevalse sulla immobilità terrestre. E i tradizionali equilibri di potere sfuggirono al controllo delle *élites* statuali centro europee. Se è già successo perché non può riproporsi? Ed è questo pericolo che è paventato, come documentiamo nel libro, dalla componente più combattiva e intraprendente del potere americano – diciamo in particolare la scuola *necons* – che comincia a diffidare della continua espansione della rete di sapere che minaccia i primati statunitensi.

L'impero senza centro, contrariamente a quanto sosteneva nel suo *Empire* Tony Negri, non è più la ragione della forza della super potenza statunitense, proprio perché la *moltitudine*, per usare un'altra categoria di Negri, che popola i sentieri del sapere comincia ad insidiare le rendite di posizione del gigantismo americano.

Il *networking* diventa così qualcosa di più di un comportamento, di una dimensione del lavoro, diventa la forma di una nuova geopolitica, dove individui, comunità, territori, si sostituiscono agli antichi protagonismi di nazioni, classi sociali, interessi multinazionali. Un *networking* che si alimenta di culture sempre più allenate a pratiche di uso, e non più di possesso, dei beni immateriali, come profetizzato dal Jeremy Rifkin richiamato da Freccero. In questo contesto di polverizzazione dei protagonismi *on line*, in Europa s'avanza uno strano soggetto che si candida ad interloquire con i nuovi poteri del sapere: il territorio tipico. Ci riferiamo a quegli aggregati geografici che vantano grandi tradizioni, forti radicamenti sociali, poderose identità: le grandi città del vecchio continente – da Barcellona a Marsiglia, da Parigi a Londra, da Dublino a Liverpool, da Vienna a Praga, da Berlino a Monaco a S. Pietroburgo, fino alle nostre Roma, Napoli, Milano, Torino – o le regioni più omogenee – dalle nuove Asturie alla regione della Biscaglia, ancora i distretti di Birmingham o le aree industriali di Timisoara e della piana di Budapest, fino ai nostri nuovi terri-

tori industrialmente tipici come le dorsali tirreniche ed adriatiche. Sono questi i nuovi marchi, i nuovi *brand*, che si sostituiscono al *made* nazionale, innescando dinamiche competitive del tutto inedite. Il territorio coerente, più che omogeneo, diventa il nuovo *system integrator*, il nuovo incubatore, in grado di popolare il mondo dell'innovazione. Un territorio che ambisce ormai a rappresentarsi, istituzionalmente ed economicamente, in maniera del tutto separata dal contesto nazionale. A cominciare dal mercato della comunicazione, in cui stanno irrompendo i poteri locali.

Del resto la flessibilità e la leggerezza dei processi produttivi multimediali, con l'abbassamento vertiginoso dei costi di produzione che inducono, non possono non determinare un nuovo codice dell'industria della comunicazione, dove il pluralismo appare affidato a nuovi soggetti. Come spiega Howard Rheingold nel suo preveggenza *Smart mobs* (Raffaello Cortina Editore), «ogni volta che un mezzo di comunicazione abbassa il costo della soluzione dei dilemmi dell'agire collettivo, allora diventa possibile che più persone mettano in comune le loro risorse. E quando lo fanno con modalità nuove allora diventa storia della civiltà». In questo scenario si collocano le sperimentazioni che anche in Italia si stanno proponendo nel campo dell'editoria multimediale, dove le comunità tendono sempre più ad autorappresentarsi, e dove la Tv diventa un linguaggio di governo dei territori.

Una tendenza che non ha trovato ancora una politica amica, ma ha di certo un nemico, come dimostra il «Testo Unico delle Leggi sulla Comunicazione», licenziato dal Governo Berlusconi nell'agosto del 2005, che vieta agli enti locali non solo di gestire canali Tv, ma anche di organizzare autonomamente i propri contenuti informativi. Nemmeno il *Gospian* staliniano era giunto ad un simile furore dirigista.

Il grande mammoth della televisione generalista non risponde all'incalzare di una domanda individuale di libertà e di pro-

tagonismo produttivo, che ne scompono la platea e ne rifiutano ormai i linguaggi. È l'idea del servizio universale televisivo che non regge di fronte ad un cambio radicale della temperie tecno-sociale di massa che ne aveva permesso il successo. Politicamente è la Tv dei grandi ascolti, la Tv che sequestra l'attenzione di milioni di persone di fronte ad un unico conduttore, ad essere la fabbrica di *plebiscitarismo* che oggi dà vento alle vele della destra autoritaria. Ancora una volta tocca alla politica comprendere le contorsioni tecnologiche e dare una risposta che non trasformi la carica libertaria in un epilogo liberista, come accadde alla fine degli anni '70, con il trionfo della Tv commerciale di Berlusconi al termine di un decennio dominato dalle radio libere.

Siamo nel pieno del tornante che ci porta dall'era della penuria di risorse e protagonismi televisivi a quella dell'abbondanza, dove il linguaggio multimediale è accessibile e gestibile a dimensioni sempre più piccole. Questo è uno dei cardini concettuali dell'analisi che proponiamo.

Nel capitolo sulla nuova televisione (*rich o lighth?*) descriviamo infatti, uno scenario dove il servizio pubblico tradizionale deve mutare di ruolo e missione, diventando una grande agenzia di saperi e linguaggi multimediali per l'intero sistema paese: un incubatore delle televisioni degli altri. A cominciare dalle comunità locali, dai molti campanili che diventano antenne. Ci sembra esemplare in questo ragionamento l'esempio della *Current Tv*, la nuova rete televisiva promossa negli Stati Uniti da Al Gore, basata sulla semplice riconfigurazione dei contenuti informativi prelevati da Internet. Un modello che abbiamo analizzato con il concorso di Antonia Giannoccaro, una giovane ricercatrice che da Berkley ha collaborato al nostro sito. I suoi suggerimenti sono stati preziosi per inquadrare i comportamenti produttivi delle nuove televisioni on line. Più in generale, cerchiamo di capire come le modalità *peer to peer* stiano contaminando il mercato dell'audiovisivo. Nonostante le mille

griglie repressive cerchino di frenare l'alluvione di download. Non possiamo, per questo, non concordare con l'ex-capo della Sony, Kunitake Ando, che fin dal 2003 fu costretto ad ammettere a *Newsweek* che «abbiamo imparato da un'esperienza dolorosa che è uno sforzo vano cercare di impedire ai consumatori di riprodursi file musicali». Una dichiarazione di resa, non meno amara e inevitabile, di quella dei generali dell'imperatore Hirohito di fronte alla pipa del generale McArthur nel 1945.

Il *file sharing*, ancora mediato da soluzioni quali I Pod dell'Apple, sta erodendo anche la cassaforte degli audiovisivi, riconfigurando forme di produzione, prima ancora che modelli di consumo, che diluiscono il mainstream televisivo.

Ma se questo è il meccanismo di fabbricazione dei nuovi contenuti, chi fabbrica i fabbricanti, chiederebbe Gramsci?

In sostanza, se muta radicalmente la concatenazione dei modelli e dei valori su cui si articola il sistema di produzione e circolazione del sapere, quali sono le nuove figure sociali, i nuovi mediatori, di un universo che vediamo sempre più decentrato, velocizzato e automatizzato? Nella seconda parte del volume, dove recuperiamo parti dell'edizione precedente, proponiamo spezzoni per una risposta organica al tema.

Anche in questo caso lo facciamo intrecciando le nostre elaborazioni originarie – il giornalista cross-mediale o Internet la madre di tutte le Tv – con contributi che ci sono venuti da un dibattito *peer to peer* con gli studenti.

Dobbiamo a Giancarlo Catucci e a Jimmi Fascina più di uno spunto nella riflessione sui nuovi processi cognitivi che ridefiniscono una nuova idea di *infomediatore*. Un'idea che considera sempre meno preziosa la fase del disvelamento dell'informazione rispetto a quella della contestualizzazione e dell'analisi. Più in generale, notiamo come ormai il mestiere di giornalista – ma cose non dissimili si potrebbero dire per il medico e l'insegnante – sia investito da un processo di *disinter-*

mediazione del suo rapporto con le fonti primarie e gli utenti. Una tendenza che vede diminuire la curiosità di notizie, perché le news ci inseguono per tutto il giorno, a fronte di un incremento del bisogno di decifrazione del brusio informativo. I grandi eventi globali – dall'11 settembre alle bombe di Londra del 7 luglio del 2005 – ci hanno mostrato come la documentazione sia ormai saldamente presidiata da una forma di giornalismo spontaneo, di *reporter sociale*, costituito da una massa attrezzata dal punto di vista multimediale – le *Smart Mobs* di Rheingold appunto – che monitorizzano ogni accadimento.

Ancora di più l'espandersi dell'usabilità della rete, intesa ormai come desktop mobile di ogni singolo giornalista, comporta una nuova responsabilità professionale del mediatore nella certificazione dei sistemi di lavoro sulla rete. L'emergere del protagonismo di grandi motori di ricerca – da Google a Yahoo – con una pervasiva offerta, chiavi in mano, dell'intera gamma di servizi informativi, pone il problema della responsabilità nell'attestare l'attendibilità non solo delle fonti ma anche dei fornitori di news.

Così come nei decenni dell'informazione civile abbiamo imparato a diffidare di quanto veniva offerto da soggetti esterni al circuito giornalistico, così oggi dobbiamo elaborare una nuova cultura critica che porti il giornalista, la redazione, il sistema culturale di un paese, a non delegare a pochi fornitori la lettura di quanto avviene sulla grande rete. Si tratta di misurarci con un'altra dimensione del mestiere, una sorta di *ingegneria giornalistico*, dove il professionista deve potere anche interferire con i sistemi esperti, gli agenti intelligenti, adattandoli a bisogni e valori trasparenti.

È una trasformazione colossale, che mette in gioco abitudini, competenze, privilegi, ambizioni di un intero mondo della conoscenza. Ma è la nuova realtà che lo impone. Speriamo di aver potuto contribuire almeno a rendere più intelligibili le suggestioni che ci pare di aver colto nella nuova contingenza

«PREFAZIONE»

multimediale. Con la certezza che dopo aver predicato discontinuità, discontinuità e ancora discontinuità, ci piace essere rassicurati dal continuismo dell'intelligenza, come la profetica indicazione di un grande maestro della sociologia moderna, Charles Horton secondo il quale «non si può capire nulla dell'età moderna se non si giunge a percepire in che modo la rivoluzione della comunicazione ha creato per noi un nuovo mondo». La lezione per la nostra classe dirigente sta nella banalità della data: *Boston 1901*.

Michele Mezza e tutti i collaboratori di *mediasenzamediatori.org*
Roma, settembre 2005