



# SOCIAL NEWS

Rai

Con il patrocinio  
Segretariato Sociale

PREMIATO MIGLIOR PRODOTTO  
DI EDITORIA A LIVELLO EUROPEO  
EURO **MEDITERRANEO** 2008

[www.segretariatosociale.rai.it](http://www.segretariatosociale.rai.it)

[www.socialnews.it](http://www.socialnews.it)

Mensile di promozione sociale

Anno 6 - Numero 8  
OTTOBRE 2009

Un ritardo  
da recuperare  
di Paolo Romani

Libertà vigilata  
di Debora Serracchiani

Informazione diretta  
di Antonio Palmieri

Social Utility  
di Paolo Gentiloni

Eravamo "4 amici" ...  
on-line  
di Mario Tozzi

Inedite  
socializzazioni  
di Mario Morcellini

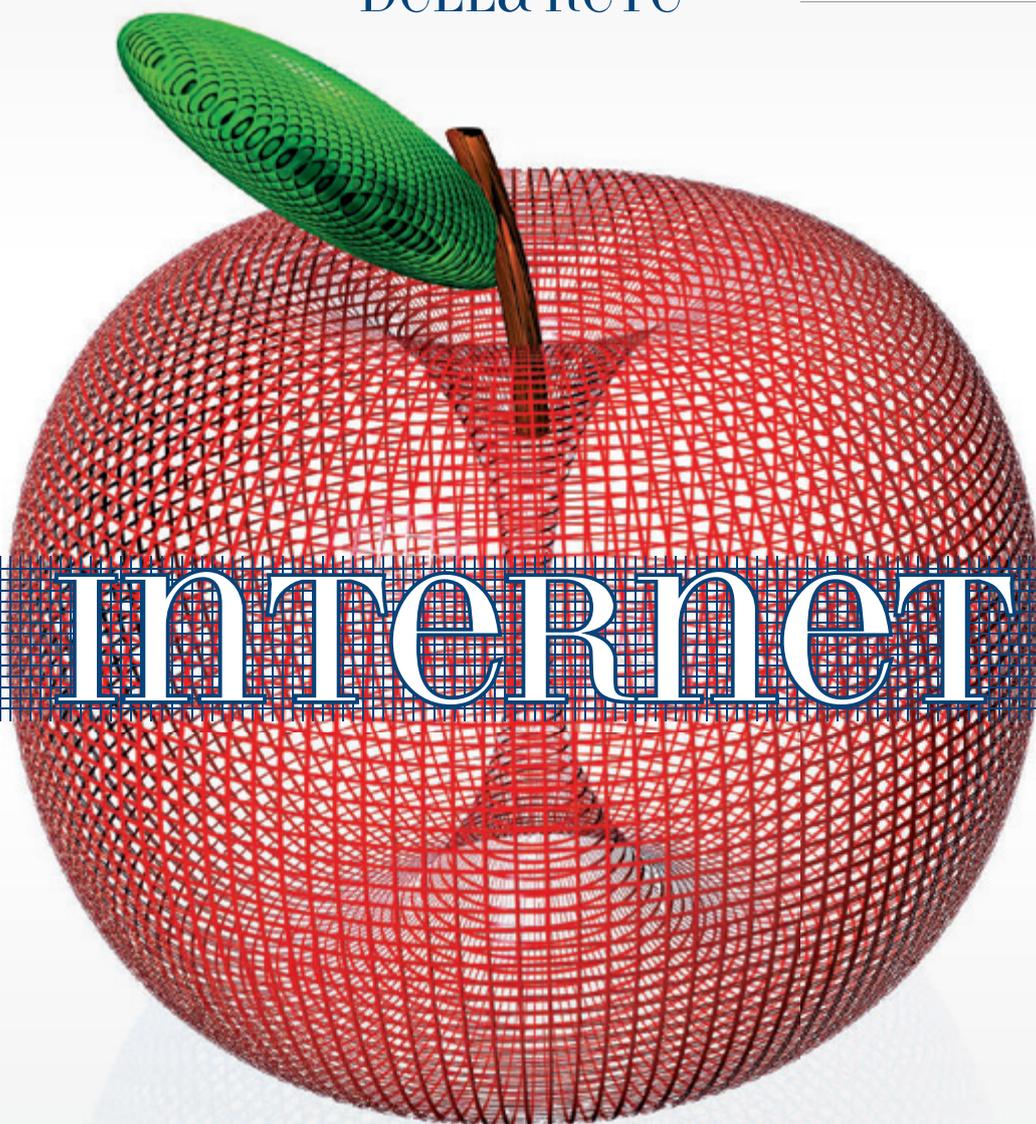
La comunicazione  
interattiva  
di Giuseppe Battelli

Fuga dalla realtà  
di Tiziano Agostini

Il futuro prossimo  
della rete  
di Enrico Menduni

Con il contributo satirico  
di Vauro Senesi

Le ALTRE FACCE  
DELLA RETE



NUOVO FRUTTO PROIBITO  
DELL'INFORMAZIONE GLOBALE  
O BIPOLARISMO SENZA REGOLE?

# Come un alveare

di Massimiliano Fanni Canelles

Era il 1958 quando venne dato inizio ad un progetto del Ministero della Difesa degli Stati Uniti denominato ARPA (Advanced Research Projects Agency) nel tentativo di contrastare lo sviluppo tecnologico dell'unione Sovietica. Nel 1966 ARPANET, la prima rete, emette il primo vagito e nel 1971 riesce a connettere tra loro 23 computer. Bisogna però aspettare il 1982 perché nasca la parola Internet: con la realizzazione del protocollo TCP/IP si impone lo standard che avrebbe permesso interconnessioni multiple. La svolta, però, si ha nel 1991 quando il CERN (Centro Europeo di Ricerca Nucleare) annuncia la nascita del World Wide Web (www). Cominciano a proliferare i service provider e già nel 1992 sono connessi alla rete un milione di computer, che diventano 600 milioni nel 2008 con più di 600 miliardi di siti attivi e 120.000 blog che nascono ogni giorno. Internet è oggi la principale forma di comunicazione, archiviazione, consultazione, pubblicizzazione ed informazione. Nessuno lo aveva previsto, nessuno è riuscita a contenerla, nessuno riesce a controllarla. La natura di Internet, fin dalla sua nascita, è infatti quella di aggirare ogni possibile ostacolo. ARPANET è stata studiata appositamente per mantenere sempre attiva la comunicazione fra i "nodi" in caso di guerra o olocausto nucleare. Il sistema hardware e software è stato impostato con questa funzione e tale rimane tuttora. La rete delle reti, come un'entità autonoma, cresce, si espande, trova sempre nuove vie per permettere connessioni e modalità di eludere filtri governativi o commerciali. Come un cervello sociale che ha già un numero di indirizzi venti volte superiore al numero di neuroni esistenti nel nostro cervello, è diventata lo strumento più potente e rivoluzionario creato dall'uomo. Dopo aver unito tra loro i Paesi occidentali, si è estesa ai Paesi in via di sviluppo, diventando il più grande fenomeno sociale, culturale e democratico della storia. In molti Paesi permette la libertà d'espressione e la democrazia, garantisce alla popolazione di tutto il mondo la possibilità di vedere e conoscere tutto, anche quello che si vorrebbe tenere nascosto. Oggi, grazie a Internet, si può avere accesso all'informazione da qualsiasi punto del pianeta ed ottenere risposte in pochi secondi. In poco più di dieci anni, l'umanità ha accumulato una tale quantità d'informazioni da trasformare l'intera rete nel sapere universale: dagli studi e ricerche messe on-line da molte università americane all'enciclopedia wikipedia che ha raggiunto un milione di voci, dai giornali d'informazione aggiornati minuto per minuto alle operazioni in borsa non stop, dai blog personali alle considerazioni di ognuno di noi. Un lavoro immenso, realizzato gratuitamente da milioni di persone. Senza alcuna coordinazione, è stato raggiunto un obiettivo che nessun piano di produzione aziendale avrebbe mai potuto realizzare e, soprattutto, che nessun finanziamento avrebbe potuto sostenere. Internet assume quindi un significato ben superiore alle possibilità che concede con il suo utilizzo. Ha posto in discussione tutto: il controllo dell'informazione, la propaganda politica, la libertà di pensiero e di parola, le regole dell'economia e del mercato basate su un antiquato ed anacronistico PIL e, certo, anche i sistemi di sorveglianza della legalità, che debbono necessariamente cambiare ed evolversi per prevenire l'utilizzo criminale della rete. Ma, soprattutto, è stata l'unico esempio nella storia dell'umanità in cui ognuno di noi, come api in un alveare, ha utilizzato tempo ed energie per cooperare invece che concorrere, in un territorio in cui non si potrà mai capire chi è al centro e chi alla periferia e soprattutto chi è al vertice o alla base del sistema.

A cura di: David Roici

## L'Abc on-line

**Leggendo le riviste, ascoltando la radio, guardando la televisione, incappiamo a volte in parole ed espressioni di cui non conosciamo il significato. Vediamo di capirlo...**

### 2600

Frequenza che permette di piratare le linee telefoniche internazionali negli Stati Uniti. È divenuto ugualmente il titolo di una rivista dedicata ai pirati informatici.

### Authentication

Misura di sicurezza che consiste nel verificare l'identità di un utilizzatore in un network.

### Brute Force Attack

Azione volta a testare tutte le possibili passwords per bypassare un servizio di autenticazione o di sicurezza.

### Buffer Overflow

Attacco che consiste nell'oltrepassare la capacità di un campo a lunghezza fissa, al fine di modificare l'esecuzione del programma alterato.

### Cavallo di Troia (Trojan)

Funzione di certi software che permette di penetrare nei sistemi informatici.

### Cookie

(Testimone). È un pacchetto di dati inviato da un server web e che viene reinviato ad ogni nuova visita. Permette di stoccare dei dati dell'utilizzatore, ma anche di seguire il cammino dei visitatori nel sito, la provenienza ed il destinatario.

### Cracker

A differenza di un hacker, forza i codici di accesso o le chiavi di sicurezza dei software. Questo termine è stato creato dagli hackers per difendersi contro l'uso abusivo della loro denominazione da parte della stampa, al fine di prendere le distanze dagli atti di vandalismo puro commessi dai crackers.

### Crasher

Pirata informatico che cerca di distruggere i dati dei siti nei quali si introduce.

### Cyberpunk

Pirata del cyberspazio, specie di cow-boy informatico che naviga nell'etere numerico.

### DNS

Domain Name Service, server di nomi Internet che permette di associare un indirizzo IP ad un server.

### Firewall

Misura di sicurezza che mira a proteggere i files di un network interno, identificando ogni accesso non autorizzato. Il "parafuoco" si trova nel server e filtra tutto ciò che vi entra od esce.

### Flooding

Azione consistente nell'inviare a qualcuno una marea di informazioni con lo scopo di saturarlo.

### Gateway

Sistema che permette lo scambio di informazioni entro networks incompatibili, utilizzando protocolli differenti. Può essere utilizzato anche per segmentare fisicamente un network.

### Hacker

Esperto in informatica e genio della programmazione, il cui passatempo favorito è quello di esplorare i limiti dei sistemi e dei networks. Spesso assimilato a pirata informatico.

### Intrusion's Detector

Meccanismo capace di rilevare in anticipo un'intrusione e replicare in caso di attacco reale.

### Logging

Accesso da un terminale di un utente dotato di password che si collega ad un network.

### Owned

Firma di un pirata su un sito piratato. Significa: "I got you!" ("Ti ho preso!").

### Password

Combinazione segreta di lettere e simboli che l'utilizzatore deve digitare per connettersi ad un network informatico.

### Phreaking

Pirataggio dei networks telefonici al fine di fruire del servizio con addebito su un conto altrui.

### Protocol

Definizione degli elementi che precisano le modalità di dialogo fra computer diversi in un network (ad esempio, TCP/IP o SPX). Il Protocollo POP è quello utilizzato per recuperare la posta elettronica stoccata su un server da parte di un utente.

### Proxy

Programma che analizza le richieste fra differenti networks collegati fra loro e le ritrasmette dopo averle autenticate, secondo regole predefinite.

### SLIPP/PPP

Protocollo utilizzato per creare delle connessioni su Internet. Quando si è collegati in questa modalità, è possibile utilizzare direttamente il software delle unità collegate.

### SMTP

Simple Mail Transfer Protocol - protocollo utilizzato su Internet per il trasferimento della corrispondenza elettronica.

### Sniffer elettronico

Piccolo programma inserito in un sistema che "sniffa" e copia tutti i dati. È sufficiente recuperarli per disporre delle informazioni piratate.

### Social-Engeneering

Arte di farsi passare per qualcun altro, al fine di ottenere delle informazioni segrete (passwords, ecc). Concerne unicamente la sfera relazionale e non tecnica.

### Spaghetti code

Codice con una struttura di controllo complessa ed intricata. Viene chiamato anche code Kangourou.

### Spam

Invio di corrispondenza elettronica indesiderata, usurpando l'identità di un altro utente.

### Spoofing

Confondersi con un'altra macchina per piratare un network; ad esempio, farsi passare per un altro indirizzo IP.

### Swapping

Duplicazione illegale di software. Furto di risorse e non pirateria.

### System Administrator

Persona incaricata del mantenimento e del miglioramento del network e dei suoi componenti.

### TCP/IP

Il protocollo di controllo della trasmissione (TCP) e il protocollo Internet (IP) permettono a tipi di computer diversi di comunicare fra loro. Il network Internet è basato su questa relazione di protocolli.

### Traceroute

Strumento che permette di evidenziare il percorso attraverso il quale transitano i pacchetti TCP/IP sul network Internet. Permette di conoscere il seguito di un percorso che un pacchetto TCP/IP deve effettuare prima di accedere ad una macchina.

### Username

Nominativo dell'utente a cui è concessa l'abilitazione ad accedere ad un network. L'inerimento del nome dell'utente sullo schermo fa parte della procedura di entrata nel sistema e permette di declinare la propria identità ai fini della sicurezza informatica.

### Virus

Piccolo programma capace di riprodursi da solo, spesso ideato per avere degli effetti nocivi o distruttori (distruzione di files, di Bios, rallentamento della macchina, ecc.).

### Warez

Sito che detiene informazioni destinate ai pirati (es. codici), oppure programmi piratati.

### Worm

Virus che si propaga per posta elettronica, sfruttando una nota falla di Active X, chiamata Scriplet Type Lib.

## INDICE

**I SocialNews precedenti. Anno 2005:** Tsunami, Darfur, I genitori, Fecondazione artificiale, Pedopornografia, Bambini abbandonati, Devianza minorile, Sviluppo psicologico, Aborto. **Anno 2006:** Mediazione, Malattie croniche, Infanzia femminile, La famiglia, Lavoro minorile, Droga, Immigrazione, Adozioni internazionali, Giustizia minorile, Tratta e schiavitù. **Anno 2007:** Bullismo, Disturbi alimentari, Videogiochi, Farmaci e infanzia, Acqua, Bambini scomparsi, Doping, Disagio scolastico, Sicurezza stradale, Affidi. **Anno 2008:** Sicurezza e criminalità, Sicurezza sul lavoro, Rifiuti, I nuovi media, Sport e disabili, Energia, Salute mentale, Meritocrazia, Riforma Scolastica, Crisi finanziaria. **Anno 2009:** Eutanasia, Bambini in guerra, Violenza sulle donne, Terremoti, Malattie rare, Omosessualità, Turismo solidale.

**Direttore responsabile:**  
Massimiliano Fanni Canelles

### Redazione:

**Capo redattore**  
Claudio Cettolo  
**Redattore**  
Lisa Vit  
**Grafica**  
Paolo Buonsante  
**Ufficio stampa**  
Elena Volponi  
**Ufficio legale**  
Silvio Albanese  
**Giornale on-line e segreteria**  
Paola Pauletig  
**Relazioni esterne**  
Martina Seleni  
**Correzione ortografica**  
Tullio Ciancarella, Elena Volponi  
**Newsletter**  
David Roici  
**Spedizioni**  
Alessandra Skerk  
**Responsabili Ministeriali**  
Serenella Pesarin (Direttrice Generale Ministero Giustizia), Donatella Toresi (Vice Prefetto Aggiunto Ministero dell'Interno), Paola Viero (UTC Ministero Affari Esteri)  
**Responsabili Universitari**  
Cristina Castelli (Professore ordinario Psicologia dello Sviluppo Università Cattolica), Pina Lalli (Professore ordinario Scienze della Comunicazione Università Bologna), Maurizio Fanni (Professore ordinario di Finanza Aziendale all'Università di Trieste), Francesco Pira (Professore aggregato di Comunicazione Pubblica e Sociale Università di Udine), Tiziano Agostini (Professore ordinario di Psicologia all'Università di Trieste), Fabio Lucidi (Professore associato Psicologia Università La Sapienza Roma)

### Responsabili e redazioni regionali:

Grazia Russo (Regione Campania), Luca Casadei (Regione Emilia Romagna), Martina Seleni (Regione Friuli Venezia Giulia), Angela Deni (Regione Lazio), Roberto Bonin (Regione Lombardia), Elena Volponi (Regione Piemonte), Rossana Carta (Regione Sardegna)

### Collaboratori di Redazione:

Alessandro Bonfanti  
Davide Bordon  
Monica Coronica  
Maria Rosa Dominici  
Anna Giuffrida  
Alma Grandin  
Bianca La Rocca  
Alessandro Maria Fucili  
Elisa Mattaloni  
Cristian Mattaloni  
Cinzia Migani  
Manuela Ponti  
Lidia Radovanovic  
Enrico Sbriglia  
Martina Seleni  
Cristina Sirch  
Claudio Tommasini

### Vignette a cura di:

Paolo Maria Buonsante  
Fausto Canale  
Vauro Senesi

### Con il contributo di:

Tiziano Agostini  
Eugenio Ambrosi  
Giuseppe Battelli  
Michela Bettinelli  
Maurizio Bucci  
Roberto Casella  
Carlo Carruba  
Sara Crisnaro  
Alessandro Corazza  
Giovanna Corsetti  
Daniele Damele  
Paola de Rosa  
Antonella di Luzio  
Paolo Di Marzio  
Eva Donelli  
Giovanni Battista Gallus  
Nicola Fabiano  
Fernanda Flamigni  
Daniele Fusi  
Paolo Gentiloni  
Bianca La Rocca

Questo periodico è aperto a quanti desiderino collaborarvi ai sensi dell'art. 21 della Costituzione della Repubblica Italiana che così dispone: "Tutti hanno diritto di manifestare il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni mezzo di diffusione". Tutti i testi, se non diversamente specificato, sono stati scritti per la presente testata. La pubblicazione degli scritti è subordinata all'insindacabile giudizio della Redazione: in ogni caso, non costituisce alcun rapporto di collaborazione con la testata e, quindi, deve intendersi prestata a titolo gratuito.

Tutte le informazioni, gli articoli, i numeri arretrati in formato PDF li trovate sul nostro sito: [www.socialnews.it](http://www.socialnews.it) Per qualsiasi suggerimento, informazioni, richiesta di copie cartacee o abbonamenti, potete contattarci a: [redazione@socialnews.it](mailto:redazione@socialnews.it)

Ufficio stampa: [ufficio.stampa@socialnews.it](mailto:ufficio.stampa@socialnews.it)  
Regist. presso il Trib. di Trieste n. 1089 del 27 luglio 2004 - ROC Aut. Ministero Garanzie Comunicazioni n° 13449. Proprietario della testata: Associazione di volontariato @uxilia onlus [www.auxilia.fvg.it](http://www.auxilia.fvg.it) - e-mail: [info@auxilia.fvg.it](mailto:info@auxilia.fvg.it)

Stampa: **AREAGRAFICA - Meduno PN - [www.areagrafica.eu](http://www.areagrafica.eu)**

Qualsiasi impegno per la realizzazione della presente testata è a titolo completamente gratuito. Social News non è responsabile di eventuali inesattezze e non si assume la responsabilità per il rinvenimento del giornale in luoghi non autorizzati. È consentita la riproduzione di testi ed immagini previa autorizzazione citandone la fonte. Informativa sulla legge che tutela la privacy: i dati sensibili vengono trattati in conformità al D.L.G. 196 del 2003. Ai sensi del D.L.G. 196 del 2003 i dati potranno essere cancellati dietro semplice richiesta da inviare alla redazione.



Periodico  
Associato



**3. Come un alveare**  
di Massimiliano Fanni Canelles

**4. Un ritardo da recuperare**  
di Paolo Romani

**5. Libertà vigilata**  
di Debora Serracchiani

**6. Informazione diretta**  
di Antonio Palmieri

**6. Comizi virtuali**  
di Alessandro Corazza

**7. Più YouTube, meno Facebook**  
di Maurizio Bucci

**8. Social Utility**  
di Paolo Gentiloni

**8. In Italia c'è molto da inventare**  
di Francesco Pira

**9. Marketing politico**  
di Lorenzo Marini

**10. Funzionari pubblici e cultura d'impresa**  
di Eugenio Ambrosi

**11. La comunicazione interattiva**  
di Giuseppe Battelli

**12. Inedite socializzazioni**  
di Mario Morcellini

**13. Nuove opportunità della rete**  
di Cristian Vaccari

**14. Eravamo "4 amici"... on-line**  
di Mario Tozzi

**15. Alla ricerca di un antivirus**  
di Mauro Paissan

**16. Libertà di stampa... libertà di stampa**  
di Giovanna Corsetti

**17. Una rete anarchica**  
di Daniele Damele

**18. Al servizio della pace**  
di Michela Bettinelli

**19. C'era una volta**  
di Guido Scorza

**21. La tutela dei diritti**  
di Paolo Di Marzio

**23. La tutela delle idee**  
di Alberto Patron

**24. Scuola e nuote tecnologie**  
di Cinzia Migani, Giorgio Sordelli

**25. Il cybercrime**  
di Roberto Casella

**26. Bullismo e Cyberbullismo**  
di Antonella Di Luzio

**27. L'origine del male**  
di Carlo Carruba

**28. Pirate Bay: cronaca del processo italiano**  
di Giovanni Battista Gallus, Francesco Paolo Micozzi

**30. Giochi pericolosi**  
di Bianca La Rocca

**31. Fuga dalla realtà**  
di Tiziano Agostini, Elisa Mattaloni

**32. Nuovo Mito del XXI secolo**  
di Gianmarco Navarini

**33. Il futuro del settore non profit**  
di Daniele Fusi

**34. Il futuro prossimo della rete**  
di Enrico Menduni

**35. Una società senza esclusi**  
di Paola de Rosa

Paolo Romani  
Viceministro per lo Sviluppo Economico

## Un ritardo da recuperare

**Il rilancio economico del Paese passa anche attraverso la modernizzazione della propria tecnologia. Questo vuol dire aumentare le opportunità, creare posti di lavoro, incentivare le possibilità di business, avvicinare cittadini e Pubblica Amministrazione, permettere all'Italia di rimanere al centro del mondo, attrarre investimenti.**



Per la sua crescita economica, in tutti i settori, l'Italia ha bisogno di un'infrastruttura di rete elettronica a banda larga. Le misure di policy adottate ed il loro coordinamento nazionale sono fondamentali in questi anni così decisivi per la definizione degli assetti futuri dei mercati di riferimento. Nel primo anno di Governo, abbiamo costruito le basi per stilare un progetto capace di rispondere alle articolate esigenze del Paese, sviluppando una strategia di intervento che definisca la sintesi tra ciò che il processo di digitalizzazione può offrire in termini di alternative al sistema Paese e ciò che, grazie al nostro progetto, può essere realizzato e messo a disposizione della società civile. Cosa abbiamo fatto, quindi? Abbiamo analizzato lo stato dell'infrastruttura di rete di comunicazione elettronica del Paese, approfondendone i vantaggi ed i limiti; abbiamo definito lo scenario che si delineerebbe se avessimo una rete migliore. Ci siamo quindi posti degli obiettivi a breve e a medio termine; abbiamo stimolato l'interesse degli operatori pubblici e privati per coinvolgerli direttamente nel progetto; abbiamo calcolato e cercato di reperire le risorse necessarie alla realizzazione del nostro progetto. Partendo dallo studio sullo stato dell'arte della rete italiana, balza agli occhi un dato allarmante: il 13 per cento della popolazione, pari a 7,8 milioni di Italiani, non ha una connessione a internet o ha una banda insufficiente (con velocità massima di 640 kilobit al secondo). Ciò significa che quasi 8 milioni di persone poco

meno di 1 italiano su 8 - non può usufruire dei servizi della società dell'informazione. Questo dato renderebbe vani gli sforzi che gli altri Ministeri - quello della funzione pubblica in primis, ma anche quello della Sanità, dell'istruzione e altri - stanno facendo per portare la Pubblica Amministrazione on-line. Si tratta di un ritardo preoccupante perché siamo diciassettesimi nella più recente classifica europea, pubblicata a gennaio 2009, nel quattordicesimo rapporto della Commissione. La media comunitaria della penetrazione della banda larga fissa sulla popolazione, infatti, è al 22,9%. In Italia, tale percentuale è al 19%. Il nostro Paese registra risultati migliori - siamo infatti settimi tra tutti gli Stati membri - se consideriamo la connettività mobile, coloro che si connettono a internet mediante le chiavette USB o le card per servizi dati. In questo caso, la media nazionale è addirittura superiore a quella europea (13,6% contro il 13%). Il nostro obiettivo a breve termine è cancellare questo digital divide ed eliminare questa taxa che grava su cittadini e imprese, limitandone le opportunità. Il rilancio economico del Paese passa, infatti, attraverso la modernizzazione della propria infrastruttura di telecomunicazione, ovvero una vera banda larga a disposizione di cittadini ed imprese. Questo vuol dire, in sostanza, aumentare le opportunità, creare posti di lavoro, aumentare le possibilità di business, avvicinare cittadini e Pubblica Amministrazione, permettere all'Italia di rimanere al centro del mondo, attrarre investimenti. L'obiettivo a medio termine, invece, è implementare le reti di nuova generazione. Un investimento importante - stimato in circa 10 miliardi di euro - e complesso - perché interviene nel vivo della rete di accesso. Un traguardo a cui il Paese deve saper guardare e a cui deve dimostrare di essere pronto a fare, poiché rappresenta un'arma competitiva che fra qualche anno sarà decisiva, proprio come oggi lo è l'eliminazione del digital divide. È da sottolineare, inoltre, che quello che noi descriviamo come obiettivo a breve termine, di fatto, è un passo necessario e propedeutico allo sviluppo delle reti di nuova generazione, ovvero a portare la fibra nelle case degli italiani, offrendo così una connessione a internet a

oltre 50 megabit al secondo. Voi sapete che i modelli giapponese e coreano hanno 50 megabit al secondo come parametro di riferimento per il sistema a banda larga. Il progetto dovrebbe quindi stimolare l'interesse di operatori pubblici e privati. Implementare e bonificare l'infrastruttura di rete italiana interessa tutta la collettività e quindi è, prima di tutto, un obiettivo politico. Per questa ragione, il nostro progetto si basa prioritariamente su fondi pubblici, che rappresenteranno però un forte incentivo per investimenti privati. Nel dettaglio: abbiamo richiesto ed ottenuto uno stanziamento di 800 milioni di euro, approvati lo scorso 26 maggio al Senato, con una norma contenuta nell'articolo 1 dell'atto Senato n. 1082-bis, attualmente all'esame del Comitato interministeriale per la programmazione economica (CIPE). Si tratta di risorse FAS, ad integrazione dei finanziamenti pubblici già stanziati. Tali finanziamenti ammontano a circa 264 milioni di euro, già adibiti alla realizzazione del progetto banda larga, con lo scopo di intervenire nella rete di backhaul per collegare le aree ora non raggiunte da alcun servizio di connettività. Si tratta di un intervento coordinato dal nostro Dipartimento e attuato - mediante accordi di programma con le regioni - dalla società Infratel Italia. Il coordinamento statale permette di superare le problematiche che hanno impedito lo sviluppo della rete nel Paese, nonostante i fondi investiti dagli enti locali allo scopo fossero sufficienti per azzerare il digital divide. Adottare un progetto unico per tutta l'Italia è stata quindi un'esigenza condivisa da tutte le Regioni che vogliono superare il problema. Uno sviluppo riuscito della società dell'informazione è al centro del dibattito anche in ambito comunitario. Il Governo italiano si è battuto molto per veder riconosciuta quest'esigenza come prioritaria, ricordando la «strategia di Lisbona» e, in particolare, la comunicazione i2010, con la quale la Commissione europea pone al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni di fare dell'Europa «l'economia basata sulla conoscenza più competitiva e dinamica del mondo» entro il prossimo anno.

Debora Serracchiani  
Eletta Euro Deputato nella circoscrizione del Nord Est

## Libertà vigilata

**La rete è vissuta con un atteggiamento ambivalente: da un lato, con la golosità di chi intuisce indefinite possibilità per le proprie esigenze e ambizioni di comunicazione, dall'altro, col timore di scendere in un'arena in cui non si controllano le regole del gioco e, anzi, si è esposti ad un fluttuare delle opinioni che non si ferma neanche all'insulto.**



Vorrei svolgere le mie considerazioni partendo da un fatto quotidiano e da un fenomeno mediatico. Il primo è una vicenda accaduta in un centro della provincia di Barletta Andria Trani, dove un 18enne è stato accoltellato da un coetaneo perché aveva contattato la sua ex su Facebook. Il secondo, un po' più complesso da riassumere, ma penso lo meriti. Si tratta di quello che è stato definito il "primo gioco italiano di collaborazione urbana". Lanciato nel 2008 da un giovane di 29 anni, Criticalcity.org consiste in una rete virtuale di giocatori che si sfidano in missioni da compiere nella vita reale. Lo scopo di queste missioni è dare un volto nuovo alle città, attraverso azioni programmate e decise dagli stessi partecipanti, come, ad esempio, fare qualcosa per rendere più pulita la propria città, esplorare un edificio abbandonato o altre missioni dal contenuto più ludico. Criticalcity è interessante, non solo perché esemplifica bene come sfruttare le potenzialità collaborative del web 2.0, ma anche perché ha trovato imprenditori disponibili a investire dei capitali. Credo che l'accostamento dei due casi, l'accoltellamento e Criticalcity, possa aiutarci a capire cosa intendiamo quando parliamo di uno strumento di cui ci sfuggono ancora molti risvolti, in primo luogo le modalità dell'interazione e la qualità del coinvolgimento personale. Il fatto, probabilmente, è che stiamo ancora sperimentando. Non siamo ancora completamente immersi nell'era digitale. O, meglio, non lo siamo noi che tentiamo di darci delle risposte, laddove la fruizione completa si avrà con l'ingresso nella vita professionale dei "fi-

gli dell'era digitale", come ipotizza la recentissima relazione della Commissione europea sulla competitività digitale. Da quella relazione, apprendiamo anche che un terzo dei cittadini dell'UE non ha mai utilizzato Internet e che, in Italia, la diffusione di Internet a banda larga nelle famiglie è del 31%, contro il 74% di Danimarca e Olanda, che sono al primo posto. Preoccupanti sono i dati nazionali sull'eGovernment, con solo l'8% della popolazione che ne usa i servizi. Qualunque riflessione voglia porre a tema "politica e web", sono convinta, dovrebbe passare preliminarmente al vaglio di un dubbio metodico sulla natura del mezzo, i rapporti di causa-effetto che è in grado di innescare, la sua distribuzione correlata all'incidenza. Forse dipende da ciò, da un'oggettiva difficoltà a collocarla nel reale, quella certa diffidenza che la politica italiana nutre nei confronti di internet. Perché non c'è dubbio che la rete sia vissuta con un atteggiamento ambivalente: da un lato, con la golosità di chi intuisce indefinite possibilità per le proprie esigenze e ambizioni di comunicazione, dall'altro, col timore di scendere in un'arena in cui non si controllano le regole del gioco e, anzi, si è esposti ad un fluttuare delle opinioni che non si ferma neanche all'insulto. Penso sia d'obbligo rimanere fermi al monito che ci ricorda di non continuare a confondere mezzo e messaggio e smettere di voler giudicare gli strumenti prima di provare ad usarli. È un argomento che si è presentato anche nel corso del dibattito congressuale del Partito democratico, quello della contrapposizione tra la politica che si fa sul web e nei blog rispetto a quella che si fa, come è stato detto, "guardandosi negli occhi". A questo proposito, da un lato mi sento senz'altro di sottoscrivere quanto ha detto Giuseppe Civatì, secondo il quale la contrapposizione tra politica sul web e politica tradizionale è un falso problema, dal momento che «bisogna portarci fuori dal web le cose politiche, fare in modo che una mobilitazione su Internet possa diventare una occasione di confronto nella società». Un invito che ci riporta in modo stimolante alle sperimentazioni di Criticalcity, ma anche, più drammaticamente, alle proteste convocate da twitter nelle piazze dell'Iran. Dall'altro lato, credo che la politica dovrebbe guardare al web ed interrogarsi seriamente sulle sue specificità e sulle sue modalità, evitando di

applicarvi categorie estranee all'universo digitale. Se fosse lecito e opportuno trarre insegnamenti dalle esperienze passate, mi sentirei di ipotizzare come più probabile che la rete modifichi la politica, prima che la politica riesca a far proprie la cultura e l'apertura che le permetterebbero di usare al meglio la rete. Ciò, naturalmente, se lo spazio della rete sarà preservato da intromissioni e manipolazioni indebite, cui può essere tentato chi vede in internet una minaccia superiore alle attese di beneficio. E quanto di incontrollabile si muove nella rete, ovviamente con tutte le scorie che l'accompagnano, rappresenta un'entità potenzialmente inquietante e dall'aria vagamente sovversiva. L'argomento dei contenuti deleteri da bloccare diventa quindi ottimo per mettere le mani sul canale che li veicola, come ci potrebbero spiegare i navigatori cinesi del web, che nel 2005 hanno visto rifiutarsi sul portale "Msn" della Microsoft parole come «democrazia», «diritti umani» e «libertà», e a cui anche recentemente sono stati oscurati i siti d'informazione che riportavano notizie sulla rivolta in Tibet. In Italia, un progetto di legge dell'on. Vincenzo Vita, presentato a luglio di quest'anno, va proprio nella direzione di garantire la neutralità e la libertà della rete, fondandosi sul principio in base al quale i fornitori di connettività e gli altri operatori della rete devono provvedere a trasportare le comunicazioni degli utenti senza sottoporle a filtraggio. È del 26 marzo scorso l'approvazione a larghissima maggioranza, da parte del Parlamento europeo, della relazione che chiede di lottare con determinazione contro i crimini commessi su e tramite Internet, senza però compromettere la libertà di espressione e la privacy, anzi, sottolineando che il diritto che gli Stati membri si arrogano di intercettare e controllare il traffico su Internet «non può essere giustificato dalla lotta al crimine». Sono tuttavia gli Stati Uniti il Paese che continua a rappresentare, ora più che mai, un avamposto per la comunità digitale, così come per quella off-line. Il presidente Obama, appena insediato, ha illustrato la sua agenda sulla scienza e tecnologia partendo dal presupposto che occorre "garantire il pieno e libero scambio delle idee attraverso un'Internet libera e il ricorso diversificato ai vari mezzi di comunicazione". Lo stacco, anche stilistico, dell'asserzione non può che indurci a riflettere.

Antonio Palmieri

Deputato, membro della VII Commissione (Cultura, Scienza e Istruzione)

## Informazione diretta

**Il sito [www.governoberlusconi.it](http://www.governoberlusconi.it) spiega che cosa fa il governo e fornisce le motivazioni sociali e politiche per cui si compiono certe scelte: in questo modo divulghiamo le nostre iniziative sul territorio, i nostri eventi e le nostre foto, che diventano patrimonio comune e possono circolare in modo semplice e veloce.**

Quando parliamo di utilizzo di internet da parte della politica, bisogna fare subito una distinzione fondamentale: da una parte, infatti, c'è la gestione della presenza istituzionale del partito on-line, dall'altra c'è l'uso personale che ogni singolo parlamentare può fare di internet. Si tratta di due cose completamente diverse: pubblicare qualcosa sul sito del partito, infatti, comporta un'importante presa di responsabilità nei confronti dell'opinione pubblica e della stampa; postare qualcosa sul proprio blog, o sul proprio spazio su Facebook, evidentemente, ha normalmente un peso minore. È dal 1995 che curo il sito di Forza Italia ed oggi proseguo questa responsabilità gestendo il sito del Pdl. Tale spazio viene utilizzato per alcune funzioni specifiche: vogliamo, innanzitutto, fare informazione e fornire documentazione a chi viene da noi. Ma il sito ci serve anche per mobilitare militanti e simpatizzanti, ascoltarli e dividerne le idee. La rete, infine, ci aiuta anche ad organizzare il lavoro di partito ed a renderci sempre reperibili attraverso le più varie modalità. La prima funzione del sito, come ho detto, è quella di informare direttamente gli elettori senza la mediazione dei media. Da questo punto di vista, il sito è il luogo nel quale i nostri militanti

ed i nostri simpatizzanti trovano tutte le notizie, così come sono, dal nostro punto di vista. Forniamo inoltre tutta la documentazione integrale degli eventi che ci riguardano, come, ad esempio, i discorsi del presidente Berlusconi o la diretta on-line dei principali eventi del Pdl. C'è poi la seconda funzione, quella di mobilitazione. In periodo di campagna elettorale, utilizziamo il sito nazionale come un super gazebo on-line, nel quale mettiamo a disposizione dei cittadini moltissimi strumenti. Ad esempio, le liste dei nostri candidati ed i contenuti del nostro programma elettorale, oppure inseriamo i nostri volantini, dando a tutti la possibilità di stamparli e diffonderli anche in versione cartacea. Predisponiamo, inoltre, numerose iniziative che sfruttano il passaparola della rete, in modo tale che ogni simpatizzante possa fare campagna elettorale on-line. La funzione di mobilitazione, ovviamente, viene sfruttata anche in periodo non elettorale per far circolare i contenuti dell'azione di Governo. C'è poi la terza funzione, quella di ascolto ed interazione, che si avvale di molti canali. Sul sito [www.governoberlusconi.it](http://www.governoberlusconi.it), ad esempio, coinvolgiamo gli utenti con sondaggi e mettiamo a loro disposizione degli spazi dove possono lasciare suggerimenti, commenti,

critiche o osservazioni. C'è poi la newsletter del sito nazionale, che inviamo a cadenza settimanale, ed il forum "Spazio Azzurro", dove chiunque lo desidera può partecipare al dibattito in corso, intervenire sui temi del giorno, fornire suggerimenti. Il forum è moderato: vogliamo rendere conto anche delle opinioni discordanti dalle nostre, ma non vogliamo che passino messaggi contenenti insulti, che pubblichiamo in uno spazio apposito chiamato "Sinistra Tolleranza". Lì mettiamo il peggio delle offese che ci vengono rivolte, proprio per spiegare come non ci si deve comportare nei confronti degli avversari politici, poiché la si può pensare diversamente senza arrivare all'insulto. C'è poi una quarta funzione, quella organizzativa. Per questa utilizziamo la intranet del sito nazionale, dove i nostri coordinamenti locali possano trovare materiali utili per la loro attività o le comunicazioni che riguardano l'operatività su tutto il territorio. Mi interessa aggiungere che, già da cinque anni a questa parte, abbiamo intensificato la nostra presenza on-line, affiancando al sito del partito istituzionale un altro sito, di governo o di opposizione, a seconda della situazione politica del momento. Ora, ad esempio, abbiamo il sito [## Comizi virtuali](http://www.governo-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

**Quali sono le caratteristiche e i reali vantaggi della rete rispetto ai tradizionali sistemi di comunicazione di massa? Uno di questi elementi è senz'altro il feedback, cioè "il ritorno" dai fruitori del mezzo al comunicatore iniziale: su internet l'utente è attivo, tutto ciò che fa all'interno del web è un'azione positiva e costruttiva che molto spesso va a completare e integrare l'informazione iniziale**

Dall'Agorà - la piazza politica per eccellenza di un tempo - all'uso di internet del nuovo millennio, la comunicazione politica ha sempre usato i mezzi più efficaci per raggiungere le persone. In modo imponente, il Presidente degli Stati Uniti, Barack Obama, ha fatto di internet lo strumento principale della propria campagna elettorale e tutt'ora, dopo le elezioni, continua a servirsene per comunicare ed interagire con il popolo della rete. Ma quali sono le caratteristiche e i reali vantaggi della rete rispetto ai tradizionali sistemi di comunicazione di massa? Uno di questi è senz'altro il feedback, "il ritorno"

dai fruitori del mezzo al comunicatore iniziale: su internet, l'utente è attivo. Tutto ciò che fa all'interno del web è un'azione costruttiva, non passiva, che, attraverso commenti, forum o sondaggi, molto spesso integra o completa l'informazione iniziale. In questo modo, l'ascoltatore si sente valorizzato e il suo grado di coinvolgimento raggiunge livelli estremamente superiori rispetto a quelli prodotti dagli altri media. Per un politico, la comunicazione attraverso internet rappresenta un'importantissima risorsa e, sull'onda di questa riflessione, si è fatto strada, negli ultimi anni, con velocità e dimensioni d'espansione immense, il fenomeno dei social network. Myspace, Facebook, Twitter, LinkedIn, non sono altro che strumenti che hanno preso gli aspetti vincenti del web e ne hanno fatto la loro caratteristica principale, creando così dei veri e propri fenomeni di massa. Non esiste personaggio pubblico, tanto meno politico, che non abbia la propria pagina. Chi ha saputo cogliere per tempo questo straordinario vantaggio, ne ha già raccolto i frutti. Grazie alla possibilità di condivisione offerta dalla rete, molte persone, soprattutto giovani, possono portare nuove idee e un rinnovamento del panorama politico, raggiungendo in poco tempo decine di migliaia di persone. Si promuove così un voto cosciente ed informato, si favorisce l'emerge-

re dei fenomeni legati al voto d'opinione e si scardinano quei clientelismi tipici della vecchia politica campanilistica, retta sullo scambio diretto di favori o sulla conoscenza personale. Le prospettive che si aprono partendo da queste considerazioni rappresentano, perciò, una vera e propria rivoluzione per la politica. Tutti questi benefici sono contrastati da due problemi: il digital divide, che non permette a tutti di accedere alla rete, ed il conflitto di interessi di alcuni illustri politici che, controllando i maggiori mezzi di comunicazione tradizionale come TV e giornali, vedono il loro potere d'influenza sempre più ridimensionato dalla prospettiva sopraesposta. Dopo il Decreto "Prodi-Levi", frettolosamente ritirato dopo le proteste sollevate da blogger e politici, sono arrivate, con l'attuale governo presieduto da un imprenditore del settore come Silvio Berlusconi, i provvedimenti restrittivi che prevedono sanzioni pesantissime per i blogger che non rettificano per tempo eventuali notizie errate apparse sui loro siti. Mai, quindi, come in questo momento storico, proprio internet può venire in aiuto di quei cittadini che vogliono affermare la loro volontà di mantenere libera la rete.

Alessandro Corazza, consigliere regionale Friuli Venezia Giulia

berlusconi.it che spiega cosa fa il governo e fornisce le motivazioni sociali e politiche per cui si compiono certe scelte. Siamo poi presenti su Facebook, Twitter e YouTube, sempre con il "marchio" di "governoberlusconi.it". In questo modo, divulghiamo sul territorio le nostre iniziative, i nostri eventi, le nostre foto, che diventano patrimonio comune e possono circolare in modo semplice e veloce. In tutti questi anni, abbiamo organizzato molte iniziative on-line che hanno trovato una buona risonanza anche fuori da internet. Un esempio è quello del concorso dei "Manifesti taroccati" durante la campagna elettorale delle politiche 2001. Siccome in internet circolavano diversi "tarocamenti" e prese in giro dei nostri manifesti, indicammo il concorso per premiare i più belli. Il regolamento accettava solo i "tarocamenti" dei nostri manifesti e non quelli degli altri, purché, naturalmente, privi di parolacce o insulti. Una giuria di "tartassati dalla satira", formata dall'avvocato Prisco, il compianto vicepresidente dell'Inter, Adriano Galliani ed Emilio Fede, ha poi scelto i tre manifesti vincitori del concorso. I tre vincitori sono stati invitati, il 28 aprile del 2001, ad una cena ad Arcore assieme al presidente Berlusconi, a me che ero l'ideatore del concorso ed ai tre giurati. Nel corso della serata, sono stati premiati con il "Berluskaiser d'oro": nel '94, Bossi aveva appellato il cavaliere con il nome di "Berluskaiser", per dargli del dittatore. In quell'occasione, pensammo di fare satira su questo vecchio ed ormai superato episodio. Fu un grande successo: di questa iniziativa parlarono tutti i quotidiani! Quando, invece, eravamo all'opposizione, in occasione della manifestazione che si svolse il 2 dicembre del 2006, in piazza San Giovanni, a Roma, organizzammo il sito [www.scendoinpiazza.it](http://www.scendoinpiazza.it), dove presentammo i gadget che vennero distribuiti per strada. C'era l'ombrello con la scritta "Piove, governo ladro delle libertà", le mutande con la scritta "Ho pagato le tasse di Prodi", l'orologio a muro "Governo Prodi è ora di andare a casa"... Tutti questi gadget ironici attirarono l'attenzione dei mezzi di informazione italiani ed iniziarono a circolare anche fuori da internet. La gestione del mio spazio personale in internet richiede una responsabilità del tutto diversa rispetto a quella relativa alla gestione dei siti istituzionali. Nel proprio blog, nel proprio sito personale e nella propria pagina su Facebook, tutti sono molto più liberi di esprimersi. È nel 2001, anno in cui divenni deputato, che ho attivato il sito [www.antonioalmieri.it](http://www.antonioalmieri.it). Da un anno ho anche un blog, nel quale cerco di rendere conto della mia attività e di far capire giorno per giorno quello che faccio come parlamentare: spesso, molti hanno l'impressione che i parlamentari non facciano niente, mentre, in realtà, si tratta di un lavoro totalmente impegnati-

vo. Nel blog cerco di farlo capire. Ho, inoltre, la mia newsletter, alla quale sono iscritte poco meno di 30.000 persone, frutto di otto anni di impegno on-line. Spesso, mi è capitato di creare dei siti ad hoc per iniziative specifiche. Un esempio è quello relativo ad AISLA, l'Associazione Italiana Sclerosi Laterale Amiotrofica. Nel novembre 2007, abbiamo lanciato un appello a Napolitano affinché il Quirinale esercitasse la moral suasion presidenziale, invitando le Regioni ad attivare i fondi già stanziati per i malati di Sla, le loro famiglie e, in generale, tutti coloro che diventano disabili a causa di malattie invalidanti: malattia e sofferenza non possono diventare motivo di emarginazione e discriminazione. Abbiamo collocato questo appello in un sito che si chiamava "Liberi-divivere" e li abbiamo raccolti adesioni on-line e via fax tramite un modulo stam-

pabile. Nell'arco di un anno, abbiamo mobilitato quasi 25.000 persone che hanno sottoscritto questa iniziativa, la quale non aveva avuto nessun tipo di copertura pubblicitaria o mediatica. C'è, infine, tutto il lavoro che non si vede, quello della risposta alla posta elettronica, sia su Facebook, sia su quella pubblica della Camera. Anche queste sono cose impegnative: le persone che scrivono sono moltissime e cerco sempre di rispondere a tutti. Ma le e-mail sono talmente tante che a volte risulta difficile. E, se consideriamo che "verba volant" e "scripta manent", si può ben capire come la risposta per posta elettronica richieda molta attenzione, per il grande valore di cui può caricarsi. In definitiva, la presenza in internet richiede tempo, impegno e dedizione. Ma ne vale la pena, perché anche in questo modo si mantiene vivo il contatto con i cittadini.

## Più YouTube, meno Facebook

**Per attrarre l'attenzione è consigliabile trattare argomenti d'interesse pubblico, specializzandosi in determinati settori che, con la loro terminologia specifica, forniscano delle parole-chiave, digitando le quali l'utente viene indirizzato a determinate pagine.**

Dopo il successo di Obama, che ha condotto la campagna elettorale sfruttando i più moderni canali di comunicazione, anche in Italia si dovranno fare i conti con il nuovo modo di fare politica. Analizzando gli strumenti con cui fare comunicazione politica su internet, Facebook sembra essere il meno adatto: vive di gossip, informazioni e curiosità di carattere prettamente personale, e la politica viene spesso vista come un fastidio. In campagna elettorale, i cosiddetti "politici sciacalli" tendono a sfruttare i contatti di gruppi di discussione per guadagnare consensi, rischiando di indisporre gli utenti, ottenendo l'effetto contrario. Inoltre, su Facebook, i "disturbatori" hanno libero accesso: è difficile isolarli e, pur eliminandoli dalla "lista delle amicizie", rimangono "ancorati" al gruppo, seguitando la loro azione di disturbo. Chi si inventerà un sistema di comunicazione trasparente in politica farà bingo. Oggi, per un politico, avere una pagina personale su internet è d'obbligo, perché permette di rendere i propri dati e le proprie informazioni accessibili a tutti con un semplice click. Per attrarre l'attenzione è consigliabile trattare argomenti d'interesse pubblico, specializzandosi in determinati settori che, con la loro terminologia specifica, forniscano delle parole-chiave, digitando le quali l'utente viene indirizzato a determinate pagine. L'importante è essere credibili, professionali, a volte anche scherzosi, sapendo affrontare argomenti più leggeri, come la musica o lo sport. È doveroso anche selezionare accuratamente il target a cui rivolgersi, perché molte persone utiliz-

zano la rete solo per svagarsi. Il blog è uno strumento che può essere molto utile in politica, è un "luogo d'incontro" dove discutere, prendere posizione, esprimersi pubblicamente e ha il vantaggio, contrariamente a Facebook, di poter eliminare l'eventuale "disturbatore" facendolo uscire dal circuito. Inoltre, non è incentrato sulla vita privata e i rapporti personali delle persone, come lo è Facebook. Tra i difetti del blog come mezzo di propaganda politica, si riscontrano la bassa partecipazione dell'elettorato e il rischio di scadere in discussioni su interessi di carattere più personale che comune. Quanto alle chat come messenger o Skype, sono più che altro utilizzate da persone che cercano nuove amicizie e che, fondamentalmente, hanno tempo libero, ma non sfruttabili per fini politici. Uno strumento, invece, interessante da sviluppare in politica è il video. Ad esempio, un programma come YouTube, dove si inseriscono filmati che rimangono poi, per un tempo illimitato, a disposizione di tutti. Può capitare così di conoscere ed apprezzare un candidato politico imbattendosi casualmente in un suo video. Perciò è importante curare bene i video: attrarre la curiosità, ma non risultare artefatti. Videoconferenze e discussioni via webcam non hanno ancora preso piede, probabilmente perché molti preferiscono non esporsi e rimanere "al sicuro" nascosti dietro una tastiera. Il futuro sarà la videoconferenza: dall'assemblea di condominio alla politica, il monitor sostituirà le sale pubbliche per interventi e dibattiti. I target a cui ci rivolgiamo sono sempre più legati alla rete. È quindi necessario che i politici imparino il linguaggio appropriato alla comunicazione in internet, nuovo, completamente diverso, fatto di frasi brevi e dirette, parole chiare, messaggi "giusti", diretti ad un'audience scelta e mirata. Finora, noi politici non abbiamo sfruttato a pieno internet come risorsa. Serve l'aiuto di professionisti del mestiere, un pizzico di fantasia ed una dedizione costante, giornaliera, direi, per costruire una campagna politica su internet: in fondo, la comunicazione è una scienza.

Maurizio Bucci, consigliere regionale Friuli Venezia Giulia

Paolo Gentiloni

Già Ministro delle Telecomunicazioni,

membro della IX Commissione (Trasporti, Poste e Telecomunicazioni)

## Social Utility

**L'esempio più potente dell'utilizzo della rete e in particolare dei social network è quanto accaduto in Iran, all'indomani delle elezioni. Senza di loro nulla avremmo visto e saputo e possiamo affermare con certezza che grazie alle nuove tecnologie il controllo delle informazioni da parte dei governi è cambiato per sempre.**

Nascita e sviluppo del web 2.0 e dei social network hanno cambiato il mondo e le regole dell'informazione, della politica, dell'economia, della nostra quotidianità. Con la rete bisogna ormai fare i conti quotidianamente ed essa, di certo, non ammette sconti in termini di trasparenza e di accesso. Desidero portare un paio di esempi molto recenti di come le nuove tecnologie ed i social network sfidano ogni campo, costringendolo ad una nuova definizione. In politica. La nascita di siti come Openparlamento.it, un sito che monitora le presenze e le attività dei parlamentari italiani e consente ai cittadini di intervenire con i propri commenti, assottiglia il confine fra chi governa e chi è governato. Ma, ancor più significativo, è che la stessa Camera dei Deputati decida di aprire il proprio canale su YouTube. Un caso forse più emblematico è la comparsa, su FB, Twitter e YouTube, persino del profilo dell'Fbi. Le aziende hanno capito che le relazioni e le conversazioni che animano i social network sono una chiave di lettura fondamentale per definire e correggere le proprie strategie di comunicazione. Utilizzano dunque software in grado di organizzare le informazioni procurate sui social network, elaborarle e trasformarle in politiche di marketing. Altrettanto importante è il rapporto fra pubblico e privato, totalmente ridefinito e spesso reso problematico dai social network. Pensiamo, come caso limite, alle informazioni pubblicate su FB dalla moglie di John Sawers, lo "007" inglese che ora rischia il posto. Ma anche ai casi non rari di persone che sono state licenziate o non assunte per dei commenti o delle foto più o meno sconvenienti pubblicate sulla propria pagina FB. L'esempio più potente dell'utilizzo della rete, e in particolare dei social network, è però quanto accaduto in Iran, all'indomani delle elezioni. Nonostante il governo di Ahmadinejad abbia utilizzato vere e proprie tecniche di spionaggio e di controllo della rete, grazie ai social network, Twitter su tutti, abbiamo seguito la rivolta minuto dopo minuto. Il video dell'uccisione della giovane Neda, la ragazza uccisa dalla polizia durante gli scontri a Teheran, rimbalsato su tutti i social network e ovunque in rete, è diventato il simbolo della protesta. Senza i social network, niente di tutto questo avremmo visto e saputo e possiamo affermare con certezza che, grazie alle nuove tecnologie, il controllo delle informazioni da parte dei governi è cambiato per sempre. È notizia di questi giorni che Mark Pfeifle, consigliere alla sicurezza nazionale durante la presidenza di George W. Bush, prendendo spunto dal ruolo dei social network nei giorni della rivoluzione in Iran, abbia proposto provocatoriamente (ma chissà che quest'idea non faccia strada) di candidare Twitter al Nobel per la pace. I numeri ci dicono che in Italia Twitter deve ancora esplodere, mentre My Space non è mai del tutto decollato. Gli studi di settore ci confermano, invece, che la popolarità di una piattaforma è fugace e che capita molto velocemente che un social network ne soppianti un altro. Del resto, quelli citati sono solo quelli più noti in Italia; un'interessante mappa, realizzata dal blogger Vincenzo Cosenza, ci mostra come Facebook, quello che al momento definiremmo il social network più diffuso, non raggiunga i numeri di QQ, che conta 300 milioni di utenti in Cina o di V Kontakte e Odnoklassniki in Russia. Inoltre, i social network hanno un successo diverso a seconda delle fasce d'età: Twitter, ad esempio, pare lasci quasi del tutto indifferenti i più giovani. Io ho un blog da ormai quattro anni. Soprattutto du-

rante la mia attività di Ministro, è stato anche luogo di confronti e discussioni vivaci. Quando l'ho aperto, il fenomeno dei blog era in forte espansione, ma mi piace continuare a scrivervi perché, rispetto ad altri social network, consente un maggior approfondimento. Ho un profilo Facebook che ha raggiunto il limite dei 5000 amici. Grazie a FB, il contatto con le realtà politiche locali è stato più diretto, mi hanno scritto persone iscritte o interessate al Pd forse scoraggiate dai filtri delle mail o del telefono, ho ricevuto suggerimenti e dissensi, il tutto in un contesto più amicale rispetto a quello del blog, spesso terreno di attacco. Di recente, ho aperto anche un canale su YouTube, sul quale mi diverto a realizzare dei video sul filone del Watchdog journalism. Sono iscritto anche ad Anobii, social network tematico, molto meno affollato e frenetico, che aggrega gli appassionati di libri. Per concludere, credo che la scommessa da parte delle istituzioni, ma anche delle industrie culturali, sia proprio nel comprendere il valore aggiunto che queste tecnologie ci offrono. Penso naturalmente ai tentativi di mettere in gabbia la rete, sulla scia della proposta di legge francese, ma anche al governo inglese che colleziona i dati di milioni di utenti dei social network. La strada giusta da percorrere è piuttosto quella di considerare il Web non come una minaccia, ma come una straordinaria opportunità. La democrazia viaggia sempre più sui binari della rete.

## In Italia c'è molto da inventare

Il modo in cui si affronta il futuro è sempre più legato ad una nuova prospettiva di relazioni che si manifesta attraverso i social network e i blog. E, in qualche modo, i giovani europei ne sono lo specchio. Come internet, sono tutto ed il contrario di tutto. Meno legati ai valori nazionali originari, sono forse più omologati dentro una pseudo cultura globalizzante, sono bamboccioni o impegnati, responsabili o irresponsabili, più in funzione della propria capacità di mettersi in gioco che del contesto socio economico di appartenenza. I giovani ci chiedono di essere all'altezza degli interrogativi che questo "mondo liquido", (come lo definisce giustamente il sociologo Bauman) ci pone. Forse non sono così felici di essere omologati come bamboccioni, anche se appassionati di politica e iscritti ad un partito. Quello che emerge anche da quest'ultima indagine dell'Unione Europea ci rende consapevoli che le culture giovanili possono diventare motore di sviluppo perché promuovono ricerca e attuano nuove forme e nuovi modi e non nuove mode. Ciò evidenzia quanto sia necessario costruire un percorso di conoscenza condivisa tra mondo degli adulti e universo giovanile per ristabilire un insieme di valori comuni. I giovani intervistati (6 su 10) sono convinti che "nell'Italia del futuro le persone non dedicheranno più tempo agli altri". Non è forse questo il messaggio politico più preoccupante, sia per i partiti, sia per noi cittadini comuni? È chiaro che una politica che usa solo il linguaggio degli slogan e non promuove azioni, comportamenti e, soprattutto, risposte concrete ai bisogni espressi e non, e non diventa modello di responsabilità sociale, continua a diffondere disorientamento, ad accentuare l'individualismo e l'irresponsabilità come "disvalore" diffuso. In questo senso, l'innovazione e le nuove tecnologie possono rappresentare la vera nuova sfida della politica, nella ricerca del dialogo vero e della trasparenza perché il web, per definizione, tende a mostrare senza filtri anche i limiti della società nella quale si vive. E, se è vero che l'ingresso del web nella vita e

Lorenzo Marini

Art director,

ha curato la campagna di Pierferdinando Casini vincendo il premio come migliore comunicazione

## Marketing politico

**Il concetto di partito corrisponde ad una marca fatta di idee più valori, così come il leader corrisponde al prodotto fatto di benefit più il volto "dell'azienda". I livelli di sviluppo delle diverse marche/prodotti dei partiti italiani hanno portato ad un differente posizionamento sui mezzi di comunicazione disponibili.**

La comunicazione politica italiana si è spartita la piazza mediatica. Evoluta dal punto di vista della comunicazione, la nostra politica ha saputo modellare i propri messaggi attraverso un diverso ed appropriato uso dei mezzi in base al proprio portato strategico. Perché il mezzo è il messaggio; lo vediamo dalle strategie di comunicazione dei gruppi politici per le elezioni europee di questo giugno 2009. Il partito è diventato sempre più una marca, sfrutta gli stessi mezzi di comunicazione e le strategie precise prese in prestito da quelle d'impresa. La differenza che passa fra la comunicazione di un partito politico e di un prodotto di consumo è che il partito deve essere continuamente aggiornato sui mutamenti che si susseguono sul panorama sociale, mentre un normale prodotto, di lusso o di uso quotidiano, non ha questa esigenza. Ma anche l'atto del consumo appare più semplice dell'atto della scelta ideologica. La pubblicità incide solo superficialmente in questioni morali, etiche, strategiche. In fondo, una maionese non possiede il valore storico di una marca politica. Il concetto di partito corrisponde ad una marca fatta di idee più valori, così come il leader corrisponde al prodotto fatto di benefit più il volto dell'"azienda". I livelli di sviluppo delle diverse marche/prodotti dei partiti italiani hanno portato ad un differente posizionamento sui mezzi di comunicazione disponibili. In Italia, la televisione genera quote di

ascolti impressionanti, affermandosi negli anni sempre più come principale ed egemonico mezzo di informazione del Paese. Nonostante ciò, da qualche anno anche internet si è imposta come medium da tenere sotto controllo per qualsiasi brand che voglia affrontare una campagna di comunicazione completa e far arrivare i propri messaggi ad un target più selezionato. Gli equilibri si sono disgregati. Non a caso oggi si parla di comunicazione olistica e si investe nei più diversi mezzi integrando alla pubblicità classica forme di comunicazione relativamente recenti (ambient, sponsorizzazioni, digitale, eventi, guerrilla). Questa trasformazione non ha lasciato da parte la politica. In campagna politica, l'uso della televisione nazionale non è possibile, tranne per canali locali. Diventa quindi l'affissione il mezzo privilegiato per copertura ed impatto. Fatto interessante di queste campagne europee è che il leader del PDL, Silvio Berlusconi, abbia spostato l'asse della comunicazione non più sulla tabellare classica, ma su eventi (come il congresso) e modalità più da statista che da emergente, più da vincitore che da sfidante. Le strategie degli altri partiti/marche hanno preso altre strade. Diametralmente all'opposto del Pdl e di Berlusconi, troviamo l'Italia dei Valori, che ha concentrato i propri sforzi quasi esclusivamente sul web. Ha impiantato una rete forte e innovativa dal punto di vista dell'interazione con i suoi utenti, costruendo e rafforzando una presenza importante su tutti i social network, da Facebook a Twitter, alla propria web tv su YouTube. L'Italia dei Valori, per la propria netta contrapposizione al Pdl, sposa il mezzo preferenziale degli attivisti e dei dissidenti di oggi, il web, l'informazione che si diffonde dal basso e può fare suo quel target. La scelta del Pd risulta essere la più contrastante e contraddittoria rispetto al suo DNA. Il partito, per le proporzioni e la storia che possiede, scegliendo una comunicazione mista fra web e affissione, ha reso poco incisiva la propria presenza, nonostante l'imponente investimento. Sul web, il Pd non ha saputo creare un network forte ed integrato, nonostante diversi esperimenti interessanti come una web-tv molto quotata e il gruppo su Facebook. Nelle affissioni, la scelta dell'ironia (UÈ) e della leggerezza (le parole spostate) si sono allontanate dalla natura ideologica originaria. L'Udc di Pier Ferdinando Casini ha avviato una campagna di comunicazione integrata, che si muove fra i diversi mezzi classici fra affissione, radio, stampa. Nella prima fase, in cui si pone l'accento sulla capacità di "smettere di litigare", l'Udc ha trovato una formula per sintetizzare l'approccio politico e umano di Casini. Una campagna, dunque, vicina ai concept delle comunicazioni sociali, perché la pubblicità ha successo quando incarna la sociologia del momento. Nella fase successiva, il leader dell'Udc viene presentato non come un politico, ma come un papà, che incarna i veri valori della famiglia. A suggerire le immagini, il partito si firma con "L'estremo centro", perché fra destra e sinistra la scelta di centro rappresenta una decisione di forza e non di rinuncia, stimolando un orgoglio di appartenenza per il voto ideologico. La radio ha usato l'ironia e la TV la nostalgia. La pubblicità politica può contare su una scelta emotiva, impulsiva, tattica. Voti di opinione, dunque. I sostenitori usano ancora - e giustamente - il passa parola.

nelle abitudini della maggioranza dei cittadini ha cambiato, e molto, il modo di relazionarsi, informarsi, acquistare, viaggiare, ad oggi, almeno in Italia, ha cambiato poco il modo in cui rapportarsi nei confronti delle istituzioni e, in particolare, della politica. Gli studi periodicamente realizzati evidenziano uno sviluppo a macchia di leopardo nella Pubblica Amministrazione, che faticosamente si sta adeguando agli standard ed alle logiche operative di dialogo e trasparenza che il web impone. Sottolineano le carenze infrastrutturali che limitano l'accesso alle nuove tecnologie in molte parti d'Italia e la scarsa alfabetizzazione che crea una forte disegualianza tra i giovani e i meno giovani e tra i ceti più alti e quelli più bassi della popolazione. A fronte di questo quadro, il fatto ancora di luci ed ombre, la politica, i partiti ed i loro rappresentanti si caratterizzano per una posizione addirittura più arretrata. Dal basso, arriva una richiesta di dialogo e di apertura, blog, social network (YouTube, my space, Facebook e altri) stanno crescendo in maniera esponenziale, ma quasi niente di ciò è entrato a far parte della cultura politica italiana. I blog sono pochi e poco frequentati ed i siti dei partiti mostrano tutti i limiti di una scarsa interattività. I politici italiani, in generale, non dialogano, non ascoltano. Il web non è percepito come una risorsa, un luogo dove sperimentare idee e progetti. Del resto, il web impone trasparenza, responsabilità per ciò che si afferma, nella consapevolezza di dovere fornire quanti più elementi possibile per una valutazione oggettiva. Questo non sembra far parte del linguaggio della politica italiana, tutta concentrata tra i pastoni dei tg e la kermesse urlata dei talk show che abbondano su tutte le reti, pubbliche e private. In definitiva, si può affermare che la politica italiana non ha ancora colto la chance che Internet può offrire. E questo mentre utenti/cittadini/elettori dialogano, discutono dei temi più diversi, si informano e confrontano l'operato delle nostre istituzioni con quello degli altri Paesi, europei e non.

Francesco Pira, sociologo e giornalista, docente di Comunicazione e Relazioni Pubbliche - Università degli Studi di Udine

Eugenio Ambrosi

Direttore del Corecom (Comitato Regionale per le Comunicazioni) del Friuli Venezia Giulia, Docente di Comunicazione Pubblica, Università di Trieste

## Funzionari pubblici e cultura d'impresa

**La Pubblica Amministrazione (P.A.) non deve solo comunicare, deve anche fare marketing per promuovere le proprie attività per presentarle ai cittadini, per migliorare i servizi pubblici, per stimolare comportamenti positivi, per ottimizzare la gestione e i costi operativi dei servizi medesimi.**

Anche per la Pubblica Amministrazione, organizzare un evento presuppone, perché questo sia efficace e non soltanto spettacolare, pensarne per tempo le finalità, gli obiettivi, la strategia complessiva. Si deve pianificarne la dimensione organizzativa, finanziaria, gestionale, comunicativa, conoscerne in dettaglio tutti gli aspetti gestionali, anche quelli abitualmente meno considerati o dati per scontati, non ultimi l'ascolto dei segnali ex ante, in itinere, ex post e la verifica dei risultati perseguiti e di quelli percepiti. La PA non deve solo comunicare, deve anche fare marketing per promuovere le proprie attività. Singoli eventi, ma non solo, per presentarle ai cittadini, migliorare i servizi pubblici, stimolare comportamenti positivi, ottimizzare la gestione ed i costi operativi. In questa direzione, grandi opportunità vengono oggi dall'utilizzo di portali e siti e, più in generale, dalle nuove tecnologie. A livello locale, le Amministrazioni possono avviare iniziative mirate alla pubblicazione di portali per la presentazione di servizi per la promozione del territorio in chiave socio-economica, turistica, alberghiera, culturale, di interfaccia con l'URP, di progetti di utilità sociale e corsi di formazione. Basta navigare un po' in rete per trovare un'infinità di applicazioni fortemente innovative: due sole citazioni, rimandando alla lettura dei rispettivi website, per l'Azienda di Promozione Turistica regionale dell'Emilia Romagna, che ha attivato il blog [www.travelemiliaromagna.it](http://www.travelemiliaromagna.it) e una serie di canali sui principali social network (Facebook, Twitter, Flickr, Friendfeed, Delicious) e per la Regione Lombardia, che ha realizzato Visual Lombardia per promuovere il territorio regionale e l'offerta turistica con una soluzione tecnologica all'avanguardia, arricchita da un'ampia gamma di contenuti e funzionalità. La competizione, grazie o a causa della rete, si sviluppa ormai su scala globale. Si pone quindi per la PA un nuovo problema di competizione con degli operatori, pubblici e/o privati, con i quali entra in concorrenza nei meccanismi del mercato. Non è però

sufficiente dotarsi di tecnologie avanzate e progettare un portale all'avanguardia. Per competere sul mercato, si deve entrare nella sua logica, e quindi della concorrenza, della professionalità, del marketing e dei suoi vari strumenti necessari per portare le persone a visitare il sito e ad utilizzarlo per acquisire informazioni prima e comprare servizi e prodotti poi. Ad esempio, il passaparola si sta sempre più affermando come elemento chiave di marketing, naviga su internet, utilizza il blog ed organizza comunità di interessi nei social network. La vera sfida che il social networking pone a tutti noi consiste nell'individuazione e definizione del contenuto che si vuole e si deve mettere in comunione con la comunità alla quale ci rivolgiamo. Una comunità che abbiamo visto essere globale, ma che è necessariamente anche locale, radicata al territorio ed ai suoi frutti. È per questo che parliamo ormai comunemente di una comunità locale di riferimento come target della nostra possibile proposta. Web 2.0 (ma si parla ormai di web 4.0!) significa condivisione e contenuti autoprodotti, piattaforme distribuite e integrate di comunicazione, con al centro il produttore-consumatore e/o il consumatore-produttore. I social network sono innumerevoli, ce ne sono per tutti i gusti. Attorno ad essi possono unirsi le community di utenti più varie, con in comune un interesse o un'amicizia e con l'esigenza di condividere informazioni ed esperienze. C'è un problema di mentalità, linguaggio, cultura, apertura. Per centrare gli obiettivi si deve essere capaci di adattarsi al social network su cui si vuole comunicare, adottandone la forma e plasmando sulle sue caratteristiche la propria comunicazione, in modo che non risulti invadente, fuori posto o, in altre parole, spam. E per la PA non è questione semplice o di poco conto. Anche per questo, emerge la necessità di operare in termini strategici di piano di comunicazione organizzativa, atteso che, anche per la promozione del nostro territorio, la comunicazione pubblica costringe a due opera-

zioni separate, ma, allo stesso tempo, legate da tratti comuni, al punto che riesce difficile indicare quale venga prima e quale dopo:

a. strutturarsi, organizzarsi, darsi una forma: bisogna che tutte le attività siano strutturate ed organizzate, il che vuol dire poter assegnare a ciascun compito un riferimento (e viceversa), avere chiaro l'obiettivo, poter contare su certezze di budget, strategia, risorse umane (con diversi orientamenti professionali) e strumentali. Poter pianificare per tempo le attività e poter definire un coordinamento certo e puntuale;

b. pensare alla propria identità. Cosa si fa, come, perché, chi deve fare cosa, come fare meglio: capire chi si è e cosa si vuole fare è propedeutico per riuscire a fare della comunicazione una funzione centrale dell'attività dell'Ente.

Il messaggio che si può dare alla P.A. è quindi quello di lavorare per avvicinare se stessa, i propri dirigenti, funzionari e tecnici alla cultura d'impresa, guidarli verso un uso integrato, efficace e proficuo degli strumenti tradizionali della comunicazione pubblica e di quelli innovativi del web 2.0, del marketing e della comunicazione aziendale. La comunicazione organizzativa, mettendo ordine nei processi e nelle attività, può contribuire ad un vero e proprio salto di qualità della P.A.

MENO MALE CHE AI MIEI TEMPI  
NON C'ERA INTERNET!  
AVREMMO AVUTO LA RETE ROMANA  
A PORTATA DI AUTARCHICO TOPO!



Giuseppe Battelli

Presidente e Professore ordinario della Facoltà di Scienze della Formazione, Università degli studi di Trieste

## La comunicazione interattiva

**L'affermarsi progressivo dei mezzi di comunicazione di massa nel corso dei decenni centrali del novecento aveva portato al progressivo allentarsi del rapporto diretto tra il leader politico e i cittadini. A fronte di questo scenario, l'affermarsi di internet rappresenta il riaprirsi della possibilità di confronto diretto tra il politico e i cittadini.**

Occorre innanzitutto chiarire che la problematica qui esaminata assume fisionomie assai diverse a seconda che si consideri la dialettica Internet-politica come fenomeno da valutare principalmente nei suoi aspetti teorici (parte del problema complessivo rappresentato per la società contemporanea dalla Comunicazione in tutte le sue sfaccettature ed implicazioni) o che si esamini la medesima dialettica in una situazione storica specifica ed ancor più nel quadro della peculiare esperienza di una nazione. Dal punto di vista degli aspetti teorici, il problema sembra assumere il carattere di una nuova grande opportunità. L'affermarsi dei mezzi di comunicazione di massa nel corso dei decenni centrali del novecento aveva portato al progressivo allentarsi del rapporto diretto tra il leader politico ed i cittadini (potremmo dire "elettorato", ma questo sottintenderebbe che i secondi siano considerati dal primo solo sotto questa specie: il che è sovente vero, ma in linea teorica ammettiamo che non lo sia). Questo processo di allontanamento, dovuto soprattutto alla diffusione del medium televisivo, ha fatto sì che forme più tradizionali di comunicazione politica - come i tour di comizi - siano state appositamente organizzate, ed anche sentite dalla cittadinanza, come espressione di una politica che tenta di riagganciarsi ai criteri di una comunicazione diretta/personale con la gente, laddove la televisione aveva snaturato tutto questo o lo aveva surrogato con "salotti" televisivi nei quali parlare in modo semplicistico di tutto e dunque, perché no, anche di politica.

A fronte di questo scenario, l'affermarsi di Internet rappresenta il riaprirsi della possibilità di confronto diretto tra il politico ed i cittadini. Laddove la televisione è uno strumento di comunicazione unidirezionale - dal video al telespettatore, senza possibilità d'interazione - Internet consente la riapertura di un dialogo/contatto tra il politico ed i cittadini: la comunicazione diventa bidirezionale e riproduce, attraverso la mediazione dell'informatica e della rete - la situazione di un

dialogo diretto. Questo almeno in linea teorica. Perché il solo fatto che un nuovo e decisivo mezzo d'interazione entri nei traguardi raggiunti dalle conoscenze umane e nelle conseguenti applicazioni tecnologiche non significa affatto che tutto ciò diventi strumento diffuso. Ecco allora che si apre il secondo punto di vista cui accennavo in apertura: quello legato a una situazione storica specifica ed ancor più nel quadro della peculiare esperienza di una nazione. Da questa prospettiva, il problema si sposta dalle potenzialità teoriche del rapporto Internet-politica alla sua reale applicazione a un dato sistema sociale e in un particolare momento storico. Sul passaggio dal primo al secondo piano esercita un ruolo decisivo il grado di diffusione delle nuove tecnologie e delle connesse forme di comunicazione multimediale presso una specifica popolazione in uno specifico momento storico. C'è, in sostanza, un legame diretto tra la possibilità di pieno sviluppo delle potenzialità di cui si è detto e il grado di evoluzione tecnologico-sociale del sistema-nazione che si vuole considerare. Possiamo fare due esempi, ricavati dalla più stretta attualità: quello relativo alla situazione di emergenza verificatasi in Iran a seguito dello svolgimento delle elezioni presidenziali e, con riferimento agli ultimi anni, la situazione registrata nel nostro stesso Paese. In entrambi i casi, il ruolo di Internet è stato fondamentale per consentire ad interlocutori altrimenti tagliati fuori dal circuito politico tradizionale di comunicare nel primo caso la tragedia in atto, nel secondo caso le distorsioni di un sistema ormai trasversalmente blindato a protezione di un rango castale. E fin qui tutto bene dal punto di vista della conquista per la cittadinanza di spazi di libertà altrimenti soffocati ora da un sistema ierocratico, ora da un sistema ancora legato alle vecchie consuetudini partitocratiche. Non si può tuttavia non chiedersi quale estensione abbia oggi, in en-

trambi i casi, la possibilità reale (non dunque solamente teorica) di ricorso a Internet come "piazza" virtuale di scambio d'idee e dunque anche di messaggi di ordine politico.

In altre parole: come per ogni altra evoluzione tecnologica occorrerà del tempo perché una parte crescente e infine maggioritaria di una popolazione giunga a servirsi naturalmente di questo strumento. E, trattandosi di un problema anche di conoscenze necessarie al suo utilizzo che vanno ben al di là di quelle rese necessarie in altre fasi storiche per acquisire su vasta scala un minimo di padronanza dei nuovi mezzi messi a disposizione dallo sviluppo tecnologico, qui si pone anche una questione complessiva di "linguaggio". Per dialogare serve infatti uno strumento che lo consenta, ma poi bisogna anche essere in grado di "parlarsi" dal punto di vista delle forme di comunicazione che uno strumento come Internet alimenta. Il problema diventa cioè "generazionale". E in una realtà come quella italiana, caratterizzata da un impressionante analfabetismo di ritorno, favorito da un sistema televisivo che va in direzione esattamente opposta rispetto al ruolo di "educatore" svolto negli anni cinquanta-sessanta del novecento da quello stesso sistema, c'è da chiedersi quali fasce generazionali e/o sociali si rivolgano oggi ordinariamente alla rete per svincolarsi da una situazione di controllo politico-mediatico come quello in atto. Questo non è, per ora, un Paese per giovani...

### HOMO TECNOLOGICUS

MI DEVI DARE UNO CHE ABBA GIA'  
TUTTO DENTRO ALTRIMENTI NON  
NE VENGO FUORI.



Mario Morcellini

Professore ordinario, Preside della Facoltà di Scienze della Comunicazione  
Università La Sapienza - Roma

## Inedite socializzazioni

**Il crescente sviluppo dei Social Network Sites non fa che enfatizzare il ruolo della rete come moltiplicatore delle occasioni di socialità. Ma le tecnologie digitali promuovono una poderosa erosione dei bisogni sociali. L'adulto perde il ruolo di naturale depositario del sapere ed arretra di fronte ai nuovi bisogni espressi dagli universi giovanili.**

Per analizzare lo stadio attuale dello sviluppo delle reti digitali, anche alla luce del crescente interesse suscitato dalle piattaforme di social networking (quali, ad esempio, Myspace e Facebook), faremo riferimento a tre concetti chiave: le profonde discontinuità che emergono quale portato della digitalizzazione; il disagio interpretativo relativo al panorama relazionale dei soggetti in rete; il ruolo che il cambiamento impone agli interpreti dei fenomeni comunicativi. Le tecnologie digitali promuovono una poderosa erosione dei bisogni sociali legati alle rappresentazioni del valore della mediazione e accelerano il declino a cui la modernità condanna le tradizionali agenzie di socializzazione. La forza di questa crisi, pericolo e insieme risorsa per il corpo sociale, appare evidente in due luoghi storici della costruzione delle regole comuni del gioco sociale: la formazione, in quanto cinghia di trasmissione dei saperi e la politica, in quanto arena in cui gli interessi dei singoli trovano espressione ed armonizzazione. L'affermarsi di uno stile di vita sempre più saturato dai tempi di frequentazione delle reti digitali, porta a maturazione il processo di disallineamento delle competenze tra i protagonisti del patto formativo. L'adulto perde il ruolo privilegiato di naturale depositario del sapere ed arretra di fronte ai nuovi bisogni espressi dagli universi giovanili. Il digitale spazza via le rendite di posizione degli educatori e concede inedite chance formative ai giovani frequentatori delle reti. In questo senso, i social network sites devono essere considerati ambienti che possono essere esplorati dagli educatori nel tentativo di intercettare le giovani generazioni nel loro nomadismo alla ricerca dei saperi. Per quanto riguarda la politica, la crescente centralità delle tecnologie digitali sembra lavorare contro uno scenario di senso che concepiva lo spazio pubblico come luogo di socializzazione, catalizzazione e rappresentazione di bisogni condivisi. Le letture entusiastiche che vedevano la democrazia in quanto caratteristica connaturata alla strumentazione delle piattaforme digitali, si scontrano con la disintegrazione delle forme di partecipazione alla politica, sia sul versante delle opinioni e delle identi-

tà di appartenenza, sia per quel che riguarda il comportamento elettorale. Pensiamo, in questo caso, al fenomeno Facebook ed alla difficoltà teorica di rendere conto di una strumentazione software che fa esplicito riferimento ad una semantica politica (attraverso la piattaforma, con un semplice click, è possibile "aderire ad una causa" o diventare "supporter di un politico), pur proponendo un modello di comunicazione politica che molto spesso si autoconclude in rete. Viene ad interrompersi la catena di eventi che prima trovava sfogo nell'azione. Assistiamo a forme di coinvolgimento e mobilitazione che comprendiamo a fatica, perché siamo costretti a fare riferimento ad una semantica coltivata nelle forme di azione e partecipazione immediate. I tradizionali elementi di distinzione dei comportamenti politici devono quindi essere sottoposti a severa revisione. L'astensione, luogo simbolo per eccellenza della mancanza di coinvolgimento politico, si autopercepisce attiva e dunque il voto finisce per non essere l'epilogo concreto di un processo di comunicazione e condivisione politica. È difficile non intravedere in questo comportamento una notevole componente di snobismo individualistico che tematizza il non voto come segnale forte che il singolo può arrecare al dibattito pubblico. Ad un quadro delle pratiche sociali così tanto caratterizzato da elementi di incertezza e precarietà, corrisponde una riflessione teorica che sembra non riuscire a fornire compiuto conto dei fenomeni di partecipazione al movimento di accelerazione verso il cambiamento che la rete concede. Le attuali riflessioni sull'assetto relazionale dei soggetti al tempo delle tecnologie di rete ruotano attorno a due poli di una dialettica che rischia di coagulare intorno ad un'apparentemente insanabile contraddizione. Da una parte, il crescente individualismo che emerge come portato generale dei processi di modernizzazione e che subisce, nella frequentazione degli ambienti di rete, un'imponente radicalizzazione. Dall'altra, la suggestiva retorica sulla relazionalità che i soggetti possono mettere in atto attraverso la mediazione delle tecnologie digitali. Vedremo di dimostrare quanto tale retorica sia tutt'altro priva

di fondamento. Funzionando come moltiplicatore delle possibilità di mutamento, il digitale sembra aver proposto alle persone un ambiente ricco di chance, tutte declinate però al singolare. La rete enfatizza una sorta di dimensione spirituale del soggetto che si mostra su alcuni aspetti concreti: un'inedita forza di autorappresentazione della propria cultura; un nuovo equilibrio tra raffigurazione simbolica e attore sociale ed un decisivo orientamento all'azione, assistito da un diverso setting delle interazioni sociali. La frequentazione degli ambienti di rete conduce verso una decisiva euforizzazione dell'io. I soggetti fanno esperienza di quote crescenti di autonomia, sino ad arrivare ad uno scenario in cui l'autonomia diventa il contenuto caratterizzante dell'esperienza. Le stesse prospettive teoriche che enfatizzano la centralità dell'azione non possono non includere un tale orizzonte dei fenomeni sino a comprendere forme di simulazione dell'azione che, per tornare all'esempio della politica, si delineano come partecipazione spettatoriale. Le soggettività connesse in rete sono spinte a costruire inediti e personali percorsi di appropriazione simbolica e gestiscono con sempre maggiore competenza il proprio bouquet di relazioni. Ma la costante attivazione di possibilità di interazione sociale non sembra andare di pari passo con una reale sedimentazione di queste relazioni: contatti effimeri, più legati a forme di interazione che alla costruzione di dure esperienze di comunicazione. Tale possibilità diviene forma e contenuto dell'esperienza di rete, in cui il soggetto decide di desiderare di decidere. Sul versante opposto, il crescente sviluppo dei Social Network Sites non fa che enfatizzare il ruolo della rete come moltiplicatore delle occasioni di socialità. Sono vere e proprie interazioni sociali traghettate in rete: le evocative metafore descrittive dell'assetto relazionale dischiuse da queste piattaforme non può che provocare lo scienziato sociale. La riflessione su questi fenomeni diventa un vero e proprio indicatore della capacità di apertura e aggiornamento dell'analisi sociale. L'indubbia seduzione carismatica delle architetture di programmazione dei SNS, non deve però distrarre l'osservatore

## Nuove opportunità della rete

**Anche se gli italiani hanno assistito ammirati all'elezione di Barack Obama, il primo "Presidente 2.0", e alle proteste della popolazione iraniana dopo la rielezione di Mahmud Ahmadinejad, diffuse soprattutto attraverso video e testimonianze in rete, nel nostro Paese i nuovi media non hanno ancora conquistato un ruolo centrale nella comunicazione politica.**

Anche se numerosi deputati, senatori, sindaci e amministratori utilizzano Facebook o Twitter, e i siti dei partiti offrono molte informazioni e qualche possibilità di partecipazione, l'unico caso in cui l'utilizzo di internet ha avuto un impatto politico significativo sono stati i "V-Day" organizzati dal comico Beppe Grillo. Eppure, la rete potrebbe contribuire significativamente ad un rinnovamento del rapporto fra cittadini e politica, non solo favorendo un dialogo più intenso tra governanti e governati, ma anche consentendo ai partiti, ormai indeboliti nei loro apparati sul territorio, di costruire forme di partecipazione nuove, efficaci, più congeniali ai cittadini contemporanei. Tre fattori hanno finora rallentato la diffusione di internet nella comunicazione politica italiana: il pubblico, il contesto istituzionale e le scelte dei partiti. In Italia, la percentuale di cittadini connessi alla rete e l'interesse per gli spazi di partecipazione e informazione politica on-line sono ancora molto bassi. Secondo Eurostat, nel 2008 gli italiani che si collegavano regolarmente al web erano appena il 37% della popolazione adulta, contro una media europea del 56%. Se internet rimane un mezzo periferico, anche il suo ruolo politico ne risulta sminuito: secondo il Censis, nella campagna del 2009 appena il 2,3% ha consultato i siti dei partiti. Persino per il "fenomeno Grillo" la rete non è stata fondamentale: all'indomani del primo "V-Day", un sondaggio pubblicato su La Repubblica ha rivelato che quattro su cinque dei sostenitori del comico non frequentavano il suo blog. La prima ragione per cui la politica italiana è fredda nei confronti di internet

è dunque che, viste le dimensioni ancora limitate del suo pubblico, può permettersi di evitarla. In secondo luogo, nel nostro Paese il contesto istituzionale non offre ai partiti incentivi robusti per investire in questo settore. Internet può infatti essere utile per ottenere finanziamenti elettorali, ma in Italia questi sono erogati regolarmente e generosamente dallo Stato. Inoltre, la "par condicio" e la nostra cultura giornalistica consentono anche ai partiti minori di avere una visibilità sostanzialmente garantita sui media, ridimensionando così la spinta ad investire sulla rete come canale alternativo per raggiungere il pubblico. Infine, in Italia le campagne elettorali sono quasi sempre organizzate e finanziate dai partiti e non dai candidati: mentre i secondi, talvolta, sono propensi a percorrere strade inesplorate, i primi, come qualsiasi organizzazione matura, tendono a evitare rischi e a replicare metodi tradizionali. Un elemento del contesto istituzionale che potrebbe favorire una maggiore sperimentazione sui nuovi media è la diffusione delle elezioni primarie: esse, infatti, costringono i candidati a confrontarsi con un contesto fluido, incerto e competitivo, che moltiplica gli incentivi all'innovazione. La terza spiegazione fa riferimento alle scelte degli attori politici. Anche se le strutture sul territorio dei partiti di massa sono da tempo in declino, la mentalità dei dirigenti politici, soprattutto tra gli eredi della DC e del PCI, rimane ancorata ad un modello organizzativo che considera l'attività dei militanti come uno sforzo che deve essere tangibile, legato a rapporti faccia a faccia, attuato solo in luoghi fisici, controllato dal partito e concretizzato in un impegno a tempo indeterminato. Tutte queste caratteristiche mal si conciliano con la logica ibrida, flessibile, frammentata e decentrata che contraddistingue i nuovi media. Tuttavia, per modernizzare le organizzazioni dei partiti non occorre rinnegare le forme classiche di partecipazione politica, ma arricchirle con le nuove opportunità offerte dalla rete. Insomma, quello fra politica e internet nel nostro Paese è stato finora un matrimonio di convenienza piuttosto monotono. La possibilità che la situazione cambi, d'altra parte, è sempre concreta, soprattutto se saranno rimossi o ridimensionati alcuni dei fattori che ostacolano il cambiamento.

Cristian Vaccari, docente di Comunicazione Politica, Università di Bologna

dall'intelligenza sociale che sostiene l'innovazione tecnologica, scrivendo letteralmente il software antropologico che legittima l'esistenza sociale delle tecnologie. Questa apparente contraddizione era già patrimonio condiviso delle letture volte a chiarire la crisi delle tradizionali agenzie di socializzazione come portato dei processi di modernizzazione. Quali interpreti privilegiati di tali fenomeni di lungo corso, avevamo già segnalato la necessità teorica di tener conto della crescente perdita del ruolo della socializzazione, a cui seguiva l'aumento della domanda di vocalità soggettiva. Un convinto e solo apparentemente contraddittorio bisogno di differenziazione e insieme di legame sociale diventa oggi

il marchio di fabbrica delle esperienze delle soggettività che riempiono di senso la rete. Se la modernità sembra rompere le forme più primitive e meccaniche della socialità, la maturazione delle forme di comunicazione mediate da tecnologie digitali acuisce la domanda soggettiva di comunicazione, socialità, interazione significativa, lasciando spesso solo il soggetto nei suoi percorsi di autosocializzazione. L'analisi dei comportamenti dei frequentatori delle piattaforme per il social networking deve programmaticamente mettere a sistema le indicazioni teoriche e metodologiche che abbiamo sino a qui sviluppato. La precisa mappatura delle potenzialità tecniche dei SNS e dei comportamenti di attivazione perso-

nale di tali possibilità - la scelta degli amici, la gestione della propria visibilità pubblica, la presentazione del sé attuata attraverso la pubblicizzazione dei propri riferimenti culturali e di consumo - deve essere accompagnata dall'ascolto dei significati che le persone proiettano su tali azioni. In questa direzione, proponiamo di recuperare una lezione cara agli studi sociali sulla comunicazione: la differenza tra informazione, come attivazione dei comandi della piattaforma e semplice trasferimento di frammenti di byte che i soggetti gestiscono in maniera autonoma e individualizzante e comunicazione, come sedimento relazionale che entra nel vissuto delle persone e dona senso sociale alle potenzialità di contatto offerte dai network. La conclusione di questa trattazione preliminare non può non considerare le conseguenze che il quadro sino a qui tratteggiato rovescia con forza sugli studiosi di comunicazione. La vocazione a presidiare i territori del cambiamento assume un'impronta che ci ostiniamo a considerare etica, soprattutto se quel cambiamento investe le giovani generazioni: le soggettività che più sperimentano le possibilità ed i rischi connessi allo scenario che abbiamo delineato. Se consideriamo il forte investimento in termini temporali e, soprattutto, simbolici che i giovani agiscono attraverso la loro frequentazione delle reti digitali, si comprende come il processo che consente ai giovani di imparare le regole del gioco sociale diviene oltremodo indefinito e difficilmente programmabile. Si rischia di osservare un attivismo che risponde meccanicamente alle sollecitazioni effimere delle piattaforme software per risolversi in un disperato, e spesso inascoltato, grido nella rete. Il problema che avvertiamo acutamente è di offrire qualche spiegazione che intercetti la domanda di senso latente tra i giovani e che ci invia segnali lungo i percorsi di appropriazione delle giovani generazioni. Se questo sforzo di comunicazione tra le generazioni non fallisce, la nostra società può giocare la partita del futuro.

### Riferimenti minimi

Boyd d., Ellison N. B., Social network sites: Definition history, and scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11, 2007  
Buckingham, D. (2003). Media education: Literacy, learning and contemporary culture. Cambridge: Polity Press 2003; Castells M., (1996/2000) La nascita della società in rete, EGEA, Milano 2002  
Jenkins H., Cultura convergente, Apogeo, Milano 2007; M. Morcellini, Lezione di comunicazione. Nuove prospettive di interpretazione e di ricerca. Napoli, Ellissi 2003; Morcellini M., Passaggio al futuro. La socializzazione nell'età dei mass media, Franco Angeli, Milano 1997

Mario Tozzi

Divulgatore scientifico e giornalista,  
conduttore del programma televisivo "La Gaia Scienza" in onda su La7

## Eravamo "4 amici"... on-line

**La maggior parte di noi di fronte a un servizio messo a disposizione gratuitamente non si pone il problema di un eventuale pericolo. Nel caso di Facebook cediamo per sempre, perchè non ne rientreremo mai più in possesso, i nostri dati personali.**

Di Facebook abbiamo parlato nel corso della terza puntata del mio nuovo programma di divulgazione scientifica su La7, "La Gaia Scienza". Abbiamo raccontato la storia del social network partendo dal suo fondatore, Mark Zuckerberg, ed abbiamo sottolineato che c'è sempre un interesse economico alla base di tutto: senza profitto, non ci sarebbe nessuna volontà di socialità. Per fare qualche numero, basta dire che gli utenti del world web a oggi sono un miliardo e cinquecento milioni. E tutti coloro che si muovono sulla rete lasciano inevitabilmente delle tracce, compresi quelli che fanno parte dei social network come Facebook. Quest'ultimo assomma circa 200 milioni di utenti: sostanzialmente, c'è una "nazione Facebook" che è la quinta al mondo, dopo gli Stati Uniti, la Cina, l'India e l'Indonesia, e viene prima del Brasile e del Pakistan per numero di "abitanti". È una realtà con cui bisogna fare i conti. Ma la domanda che ci siamo posti in trasmissione era un'altra: è possibile che Facebook ci controlli? Ed ancora: è possibile che abbia addirittura a che vedere con la CIA? Certo, Facebook presenta aspetti divertenti, come ritrovare vecchi amici, scambiarsi fotografie e ricordi. Ma c'è anche un aspetto inquietante, che riguarda le possibilità di condizionamento attraverso la rete. Da questo punto di vista, possiamo dire tranquillamente che gli iscritti a Facebook sono cavie di una nuova forma di

pubblicità: uno studio di Cambridge ha stabilito che bastano otto amici su Facebook per ricostruire i gusti, le vite ed i desideri di 250.000 individui. La maggior parte di noi, di fronte ad un servizio messo a disposizione gratuitamente, ovvero senza aver pagato un euro, non si pone il problema di cosa sta cedendo a chi gli rende quel servizio. Nel caso di Facebook, cediamo per sempre, perché non ne rientreremo mai più in possesso, i nostri dati personali. Facebook, insomma, rinuncia al corrispettivo in moneta a fronte di un corrispettivo di dati personali e proprietà intellettuale. I social network hanno una grande massa di informazioni sui loro utenti, come ad esempio dati demografici, livello d'istruzione, gusti su libri, scelte politiche e così via. L'obiettivo di Facebook è quello di monetizzare queste informazioni attraverso la capacità di targetizzare la pubblicità e renderla quindi più rilevante per quel particolare utente. Facebook è, in questo momento, titolare di un patrimonio di dati personali che in realtà dovrebbero appartenere agli utenti e che hanno un valore enorme per le società che creano pubblicità ed effettuano ricerche. Ed alcune delle società coinvolte dal fondatore erano addirittura in odore di servizi segreti americani! A questo proposito, nel corso della trasmissione abbiamo mandato in onda un documentario, realizzato da alcuni reporter francesi, che metteva in luce i rischi di manipolazione di dati sensibili a scopi investigativi. Il reportage parlava della possibilità di collusioni tra servizi segreti e agenzie interessate alla grande quantità di dati che si inseriscono nei social network e in particolare su Facebook. Si tratta di dati sensibili, che possono essere venduti e passati di mano in mano come se niente fosse. A me, personalmente, Facebook non piace: ci sarà pure un motivo se non voglio incontrare i miei vecchi compagni di scuola! La possibilità di ritrovare delle persone che hanno fatto parte della mia esistenza nel passato, e che ora ho perso di vista, non mi interessa, perché se qualcuno vuole ricontattarmi può farlo anche senza ricorrere a Facebook. E non me ne frega niente di condividere i miei ricordi personali per il gusto di apparire

### MISTERI INFORMATICI

SE IN INTERNET TROVI TUTTO, SPIEGAMI PERCHÉ QUEST'ANNO HO DOVUTO SPENDERE 500 EURO PER I TUOI LIBRI SCOLASTICI



in pubblico! Ho visto che su Facebook c'è anche una pagina a me dedicata. Non l'ho creata io, ed apprezzo che chi l'ha fatta abbia specificato che non ne sono l'autore. D'altra parte, ho certi amici che continuano ad inserire mie immagini, alcune risalenti a molti anni fa, anche se io non ho alcuna volontà che vadano in rete! Ma queste cose rivestono ben poca importanza, anche perché, secondo me, Facebook farà la stessa fine che ha fatto "Second Life". Certo, non ho nessun elemento scientifico per dirlo: mi limito a preannunciarlo. Ed anche ad augurarmelo. Facebook, infatti, può aiutare davvero solo quelli che lo hanno ideato, offrendo loro vantaggi di natura economica. Certo, può essere utilizzato con profitto anche da chi lavora nel mondo della comunicazione, come, ad esempio, giornalisti e politici che lo utilizzano per farsi campagna elettorale. Ma, a questo proposito, devo dire che a me piaceva la politica che si faceva per le strade, la politica partecipata. Facebook dà vita ad una situazione talmente alienata da rendere la politica sostanzialmente delegata... La politica su Facebook assomiglia molto ad una forma di non partecipazione. Mi sembra, insomma, che utilizzare Facebook per raggiungere l'elettorato sia un sistema privo di valore politico.

DOPO CHE HAI SCRITTO PER MEZZ'ORA UN TESTO IMPORTANTE E STAI PER INVIARLO...  
...SALTA LA LUCE! A QUESTO PUNTO HAI REALIZZATO UNA:

EEEEEEERGH - MAIL



Mauro Paissan

Componente dell'Autorità Garante per la Protezione dei Dati Personali

## Alla ricerca di un antivirus

**Davanti al computer superiamo più facilmente reticenze e imbarazzi della vita reale, riversiamo in rete foto nostre e di altri, riflessioni di qualunque tipo, di carattere politico, su preferenze sessuali, sulle scelte più intime.**

Il social network è uno strumento utile e un giocattolo divertente. Consente forme di comunicazione e partecipazione eccezionali. Dalla chiacchiera con amici - vicini e lontani - a scambi di video, materiali, iniziative di sensibilizzazione sui temi più diversi, campagne umanitarie, politiche e approcci di varia natura. Si tratta, tuttavia, di siti web che spesso infondono la percezione di uno spazio "privato" (a cominciare dal nome, ad esempio "Myspace") e che invece possono esporre a seri rischi la sfera personale dei partecipanti. Davanti al computer, superiamo più facilmente reticenze e imbarazzi della vita reale. Riversiamo in rete foto nostre e di altri, riflessioni di qualunque tipo, di carattere politico, su preferenze sessuali, sulle scelte più intime. Senza pensare che, una volta immesse in rete, le informazioni hanno una diffusione pressoché illimitata, nello spazio e nel tempo. Riempiamo questi contenitori di informazioni con l'aspettativa che parenti e amici siano i soli destinatari e non contempliamo che altri possano adoperare quei dati per altri fini (ad es. potenziali datori di lavoro in vista dell'assunzione). O che siti definiti "riservati" finiscano per risultare accessibili a terzi. Altre persone possono poi pubblicare immagini e informazioni sul nostro conto scomode, addirittura offensive, e che mai vorrem-

mo condividere con una platea di utenti. La facilità di immissione delle immagini (anche da parte nostra) non corrisponde ad una possibilità di eliminazione altrettanto semplice. Le informazioni, infine, si prestano a furti di identità o vengono utilizzate da società (dati di traffico compresi) a fini commerciali. Accanto ad un crescente impiego del social network per scopi costruttivi, partecipativi, democratici, le cronache continuano a riportare fatti legati ad un suo utilizzo a dir poco improprio. Immagini tratte da Facebook, manipolate e immesse su siti pornografici. Suicidi di adolescenti per la vergogna di sapere che le proprie foto osé scattate dall'ex-fidanzato vengono postate, a suggellare la fine della love story, sul web. Casi di pubblicazione su Facebook, da parte del personale ospedaliero, di foto di pazienti con tanto di commenti ironici sul loro stato. O, ancora, il "prelievo", a dir poco inaccurato, di immagini tratte da profili personali degli utenti e riproposte in articoli di cronaca. Come avvenuto quando un quotidiano, a corredo della notizia della morte di una donna vittima del recente terremoto in Abruzzo, ha pubblicato la foto tratta dal profilo su Facebook di un'omonima della vittima. Il problema della scarsa capacità di controllo sulle informazioni è accentuato dalla difficoltà di rimuovere le informazioni che ci riguardano immesse sul web. Anche dopo aver cancellato il proprio profilo, i dati continuano ad essere in possesso dei database e, una volta in rete, diventano reperibili per decenni, senza che li si possa "neutralizzare". Molto spesso, anche grazie ai motori di ricerca, in grado di raccogliere ed assemblare le notizie più disparate, comprese quelle molto datate, non vere o che, semplicemente, non ci corrispondono più. Non esiste una formula in grado di risolvere la questione della privacy sul social network. Parliamo di un ambiente, quello telematico, estremamente fluido, nel quale ogni reazione deve avvenire nel rispetto della libertà di espressione. Tante e tali le sfumature e le peculiarità delle attività che si svolgono in questi contenitori telematici, che le stesse regole devono entrare a far parte di una strategia combinata. Che metta insieme misure giuridiche, tecniche, e (soprattutto) di sen-

### DOLCE STIL NOVISSIMO

TI TELEFONO PER L'SMS DI PRIMA CHE LEGGERAI COMPLETO NELL'E-MAIL MA NE RIPARLEREMO NEL CHAT DEL BRIF DOPO L'IMPVIA MMS.

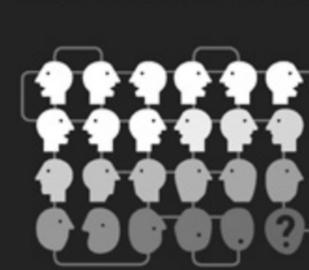


sibilizzazione degli utenti. Noi, utenti, possiamo fare molto per evitare che un uso troppo spigliato del social network comporti danni ad altri e a sé. Qualche "consiglio per l'uso":

1. Pensarci bene prima di pubblicare i propri dati personali (soprattutto indirizzo, numero di telefono) in un profilo utente.
2. Tenere a mente l'eventualità che certe immagini o certe informazioni riemergano in occasione di colloqui di lavoro.
3. Usare, in certi casi, pseudonimi, meglio se diversi in ciascuna rete in cui si partecipa.
4. Astenersi dal pubblicare informazioni personali relative ad altri senza il loro consenso.
5. E poi ancora: informarsi su chi gestisce il servizio e quali garanzie presta il fornitore del servizio rispetto al trattamento dei vostri dati personali. Utilizzare impostazioni orientate alla privacy, limitando al massimo la disponibilità di informazioni, soprattutto rispetto alla reperibilità dei nostri dati da parte dei motori di ricerca. Usare login e password diversi da quelli utilizzati su altri siti web, ad esempio per la posta elettronica o la gestione del conto corrente bancario. Esercitare un controllo sull'utilizzo dei propri dati personali da parte del fornitore del servizio; ad esempio, rifiutando il consenso all'utilizzo dei dati per attività mirate di marketing. È forse questo "l'antivirus" che più ci occorre e che consiste nel diventare utilizzatori più attenti ai diritti, propri e degli altri.

Il Garante per la privacy ha deciso di mettere a punto una breve guida per aiutare chi intende entrare in un social network o chi ne fa già parte a usare in modo consapevole uno strumento così nuovo.

### SOCIAL NETWORK: ATTENZIONE AGLI EFFETTI COLLATERALI



GARANTE  
PER LA PROTEZIONE  
DEI DATI PERSONALI

Giovanna Corsetti

Giornalista RAI della redazione di "Report",  
collabora con "Mixer" e Rai Educational

## Libertà di stampa... libertà di stampa

**Non esiste una specifica libertà a nome stampa, esiste la libertà. Assistiamo ad una enorme confusione tra verità ed opinione. Abdicare alla verità in favore dell'opinione equivale a confondere i fatti con il racconto, le prove con le supposizioni, i documenti con le parole.**

Scriverlo e riscriverlo ripetute volte è come udire l'eco di uno slogan, l'eco di una mente che cerca di cogliere il significato di un'espressione, il significato di un concetto: cosa vuol dire libertà di stampa? Ha senso parlare di libertà di stampa e se ha senso, a chi spetta questo particolare diritto di espressione, questo specifico diritto di libertà? Ad una categoria, ad un gruppo di lavoratori, a chi? Negare la libertà di stampa, limitarla, ridurla, subordinarla, vuol dire davvero colpire, limitare o soffocare un gruppo ristretto di individui? Di chi è la libertà di stampa? Siamo davvero certi che la libertà di stampa sia una condizione esclusiva e limitata ad una categoria, quella dei giornalisti? Negare la libertà di stampa equivale davvero a negare libertà, a "censurare" semplicemente una fetta di gente ristretta e spesso a tutti poco simpatica, come i giornalisti, e comprimibile in un elenco di nomi riassumibile nell'annuario dell'ordine dei giornalisti italiani? La Libertà di stampa è davvero solo un problema dei giornalisti e quindi, forse, non sempre può aver senso o valere la pena di impegnarsi in una "guerra per il Re di Prussia"... La libertà di stampa è di tutti e non esiste una specifica libertà a nome stampa, esiste la libertà. Proviamo ad immaginare un mondo libero, dove l'unica cosa negata, l'unico elemento proibito, sia la libertà di dire, la libertà di ascoltare, la libertà di cercare, la libertà di trovare e la libertà di chiedere, cioè la libertà di stampa. È difficile credere che possa davvero esistere una qualsiasi specie di mondo libero, che abbia negato "solo" la libertà di stampa. La sua fenomenologia apparirebbe alquanto schizofrenica, poiché prima di tutto scompa-

rirebbero i luoghi dove normalmente si esercita l'arte della libera comunicazione a mezzo stampa, ovvero giornali, televisioni, radio, internet, e poi di conseguenza, piazze, scuole, università... Scomparebbero librerie, biblioteche... Allora in questo mondo tutto libero fuorché per la stampa, può anche accadere che si venga querelati per delle domande e non per un errato uso delle risposte avute o per un'affermazione non vera a danno di qualcun altro... querelati solo per aver pensato... O può anche accadere di essere cancellati da un palinsesto televisivo, emendati dalla testata di un giornale (quando a scomparire non è il giornale stesso), solo perché secondo l'opinione di uno a tutti deve interessare di più ascoltare la voce del potere che vuole per sé tutta la libertà di stampa! Allora forse, anche se chi scrive lo fa di mestiere come giornalista, come cittadina ritiene preferibile continuare ad avere tutto, ovvero tutto quello che fino ad ora abbiamo potuto liberamente usare e scegliere, attraverso l'esercizio di una libertà totale, consapevole e positiva, senza deroghe. In realtà, una parte del "patrimonio libertà" lo abbiamo già speso, sperperato in una delega senza controllo in favore di logiche particolari, che hanno fatto di molti organi di stampa delle agenzie al servizio del potere politico, piuttosto che del potere economico, invece che della corretta informazione. Una tale perdita di qualità dell'informazione, intesa come ricerca critica della verità, ha comportato un'immediata perdita di giudizio. Quotidianamente assistiamo ad una enorme confusione tra verità ed opinione, eppure la differenza non è banale, abdicare alla verità in favore dell'opinione equivale a confondere i fatti, con il racconto, le prove, con le supposizioni, i documenti con le parole. Quote di informazione, dai giornali alle televisioni, vengono continuamente acquistate e controllate da "entità" economiche che esigono fedeltà e devozione da parte di chi produce la notizia, da parte del Direttore o del giornalista che dovrebbe poter operare in totale autonomia, secondo libertà di stampa. Dinanzi ad una tale perdita di trasparenza e autonomia dei maggiori organi di stampa, la collettività ha reagito, ha risposto scegliendo e potenziando altri luoghi, ove la circolazione delle idee

e delle informazioni possa ancora rispondere ad una spontanea esigenza di ricerca e chiarezza, primo tra tutti internet. Sono migliaia ogni giorno, gli utenti che sostituiscono l'informazione preconfezionata secondo i particolarismi del potere, con una più libera circolazione di idee, fatti e documenti, quella di internet e dove spesso, sempre più spesso, questi nuovi operatori della comunicazioni e dell'informazione, sono comuni cittadini, non rispondenti a nessuna particolare categoria quali giornalisti ed addetti ai lavori. Testimonianze, documenti, denunce e video su fatti di ogni genere si riversano e si moltiplicano negli spazi web con l'effetto, quasi sempre, di scardinare "la versione ufficiale". I forum, i blog, offrono potenti alternative ad una censura preventiva che forgia, modella e costruisce l'informazione tradizionale, a vantaggio esclusivo di chi è in grado di controllarla. Sono oramai migliaia e migliaia le piccole telecamere, le macchine fotografiche e gli scritti di comuni cittadini che contribuiscono alla verità, alla conoscenza dei fatti per quello che sono e non per come possono essere ricostruiti per meglio servire al potere. Sono state le decine di telecamere di comuni turisti e cittadini che hanno raccontato, documentato e in alcuni casi confutato, l'informazione ufficiale sui fatti più drammatici dell'ultimo decennio. Dall'attacco alle Torri Gemelle, ai fatti del G8 di Genova, alle esplosioni di razzismo e violenza, come per ogni altro evento la narrativa costruita dal potere è franata dinanzi al documento autentico e liberamente offerto nelle pagine di internet. Le verità preparate hanno dovuto e devono sempre più spesso confrontarsi con le verità spontanee di chi assiste a tragedie, violenze e abusi e avverte l'insopprimibile esigenza della denuncia. Allora se nel mondo delle libertà, fuorché per la stampa, ancora una volta, mentre con le nostre macchine fotografiche o telecamere, in luogo dell'immagine privata, del ricordo personale di un nostro viaggio... imprimessimo invece una "notizia", un fatto... Se ci capitasse di vedere, di fotografare o riprendere davanti ad una strada, ad un monumento, l'immagine di una denuncia, di un crimine, di un abuso..., nel mondo delle libertà, senza stampa, cosa potremmo farne?



Daniele Damele

Dottore di ricerca in Politiche di Sviluppo e Gestione del Territorio,  
docente di Etica e Comunicazione all'Università di Udine, [www.danieledamele.it](http://www.danieledamele.it)

## Una rete anarchica

**Nel 2009 il Parlamento italiano ha discusso una legge che va sotto il nome del "pacchetto sicurezza". Tra i provvedimenti proposti dalle nuove norme vi era un'opportunità proposta del senatore Gianpiero D'Alia (Udc) in tema di repressione di attività di apologia o istigazione a delinquere compiuta a mezzo internet.**

Pareva proprio una buona notizia nel mondo della rete, una prima regola. Chiunque, come il sottoscritto, gestisce un sito o un blog e invitasse a disobbedire a una legge che ritiene ingiusta, sarebbe stato oscurato dal proprio provider. Il Ministero dell'Interno, infatti, a seguito di comunicazione dell'autorità giudiziaria, avrebbe potuto disporre con proprio decreto l'interruzione dell'attività del blogger, ordinando ai fornitori di connettività alla rete internet di utilizzare i corretti strumenti di filtraggio. La violazione di tale obbligo avrebbe comportato una sanzione amministrativa pecuniaria da euro 50 mila a euro 250 mila per i provider e il carcere per i blogger da uno a 5 anni per l'istigazione a delinquere e per l'apologia di reato, da sei mesi a 5 anni per l'istigazione alla disobbedienza delle leggi di ordine pubblico o all'odio fra le classi sociali. Ma qualcuno al solito ha gridato alla censura (!) ritenendo di porre in guardia rispetto a una presunta volontà di non si sa chi di mettere sotto tutela social network come Facebook oppure YouTube e tutta l'informazione libera che viaggia in rete. Nulla di tutto questo. Si trattava e si tratta solo di dare regole a un sistema la cui libertà assoluta è scambiata per una sorta di zona franca del rispetto delle leggi, di anarchia dove chiunque può diffamare, calunniare, scrivere falsità anonimamente o peggio ancora commettere reati anche terrificanti come quelli legati alla pedofilia on-line, reati che vanno assolutamente bloccati. Senza internet non avremmo avuto informazioni e immagini dall'Iran post elezioni anche se alcune di queste non erano veritiere e qui casca il palco, come si suol dire. Ma in rete c'è anche una piaga terribile contro la quale la Polizia postale e delle comunicazioni opera continuamente: l'acquisto su internet e la detenzione su computer o supporti informatici di materiale pedopornografico. Spesso si trovano materiali pedopornografici contenuti all'interno di computer portatili, cd e floppy disk. Dischetti e processori che vengono, poi, analizzati dagli esperti infor-

matici. Tra le ipotesi avanzate dai responsabili delle Divisioni investigative del Dipartimento centrale della Polizia postale vi è anche quella che dei filmati con contenuti pedopornografici siano prodotti anche in Italia. Se in alcune immagini ci sono degli sfondi che riconducono all'Italia o si sentono come sottofondo musiche di artisti italiani è lecito avere dei sospetti. A qualcuno sfugge, forse, che se si producono immagini poi destinate alla rete queste non sono quasi mai il frutto di fotomontaggi o creazioni al pc, ma d'immagini reali. Ciò dovrebbe far tremare ognuno di noi. La tragedia della violenza sui minorenni, bambini che chiedono solo di vivere la vita senza sopraffazioni e, appunto, violenze da parte di adulti criminali è reale e sussiste. Altro interrogativo: chi detiene materiale pedopornografico non lo fa abitualmente solo per un piacere visivo, che già di per sé è truce (stiamo parlando di bambini anche di tenerissima età), ma anche perché si dedica a quest'attività che, ripeto, è criminale. Meno gravi, talvolta, ma ugualmente dannose certe attività svolte nei cosiddetti social network. Ne ricordo uno. Che Facebook abbia ospitato un fans club a favore dell'antiacido Rupurur, con seguaci soprattutto in Friuli, non è una bella notizia. E non è bello che a difendere tale farmaco siano soprattutto i giovani che erroneamente ritengono che tale antiacido possa ingannare i controlli antialcool. La pubblicità attuata al Rupurur è stata elevata e questo è un danno. Detto farmaco è un blando antiacido, venduto in Slovenia e vietato in Italia, che causa la presenza di un eccipiente illegale, avrebbe come effetto secondario, si narra, quello di riuscire ad abbassare la presenza di alcool dalla famigerata alitata. Assurdità. Si tratta di una classica leggenda metropolitana, poiché gli etilometri in uso alle forze dell'ordine sono talmente ricercati da essere a prova di qualsiasi alcoolemia. Perché mai allora si è permesso di avere la "bella pensata" di creare, addirittura un fans club su Facebook? Perché non esiste un controllo preventivo da parte dei gestori di questo

social network finalizzato a impedire simili cretinate che possono essere dannose per la salute? Stando a quanto dicono i gastroenterologi, infatti, la continua somministrazione di antiacido in uno stomaco sano, potrebbe, col tempo, portare a patologie del sistema gastrico. Poco male, si dirà, rispetto a quant'altro si trova on-line: vendita di sostanze stupefacenti e dopanti, cessione di farmaci miracolistici per malati terminali, cialtrone che non dovrebbero avere diritto di esistere. Su tutto questo servono controlli e, perché no, censure preventive a vantaggio della salute di tutti, anche degli sprovveduti e di chi, magari in un momento di difficoltà, è più labile di altri rispetto e davanti a certe situazioni e si affida erroneamente a certi ciarlatani pronti a tutto pur di far cassa. Ma torniamo alle regole che dovrebbero normare la rete. Quando inseriscono il tuo indirizzo mail, privato o di lavoro che sia, in una rubrica per inviarti comunicazioni, magari ciclicamente, puoi richiederne la cancellazione. Ciò è previsto dalla legislazione, precisamente dal decreto legislativo 196/2003. Basta inviare una mail con la semplice richiesta "Cancellami". Qualcuno però non accetta un tanto e si arrabbia, magari definisce ipocrita la richiesta di cancellazione o non ne tiene conto e prosegue nell'inviarti i propri "feed" o messaggi. Può anche accadere che qualche comunicatore utilizzi il campo "A" della pagina di Outlook della propria mail per l'invio di un messaggio a un indirizzo di posta elettronica digitando, poi, un altro indirizzo sul campo "Cc", quello



dell'invio in copia conoscenza. Questi due destinatari non sanno e non sapranno mai, però, quante altre persone e chi riceverà quello stesso messaggio giacché inserite nel campo "Ccn", copia conoscenza nascosta. E così può anche accadere che qualcuno ti rivolga delle domande attraverso un messaggio e magari mille altre persone (inserite in Ccn) sappiano che un determinato soggetto si è rivolto a te

per porti quella domanda. Potremmo continuare all'infinito sull'uso improprio di mail e internet. La legge, come accennato, ti permette di chiedere d'essere cancellato da una rubrica, ma non sai se questo avviene realmente poiché magari, dopo qualche mese, ricevi nuovamente quel "feed", in altre parole messaggi che non vuoi ricevere. Può accadere che tu abbia richiesto non solo a un soggetto, ma a tanti

d'essere cancellato dalla loro rubrica e ciò solo per motivi d'organizzazione della tua posta elettronica, senza altri motivi reconditi o no. E capita che tu debba rivolgerti anche a un legale (privato per la tua posta elettronica personale o dell'azienda per quella di lavoro) per chiedere il rispetto di quanto contenuto nel citato decreto legislativo, quando le tue richieste non sono accolte direttamente. Però succede anche che qualcuno s'arrabbi, e molto, per la tua richiesta di cancellazione e reagisca a questa in forma scomposta. Che fare? Chiedere ai navigatori on-line di non arrabbiarsi e di comprendere che non c'è nulla di personale, né tantomeno d'irriguardoso o altro nel chiedere d'essere cancellati dalla propria rubrica forse non basta, ma è bene rilevarlo. Lo stesso vale per Facebook. Sarebbe opportuno inviare richieste d'amicizia su questo e altri social network con allegato un messaggio di presentazione e anche qui non arrabbiarsi se il destinatario t'ignora o ti cancella quando, successivamente, attua una revisione del proprio profilo. Particolare attenzione occorre darla anche ai cosiddetti "gruppi" di Facebook. Molti sono simpatici, alcuni interessanti, altri sociali. Capita che un tuo "amico" ti proponga l'adesione a un gruppo (solitamente s'invia a tutti i propri amici), ma non è subito chiaro chi è il fondatore del gruppo o magari tu distrattamente non lo ricerchi prima di aderire. Anche in questo caso dai gruppi si può uscire e anche in questo caso non ci si deve arrabbiare se qualcuno attua tale azione. Insomma se ti cancellano on-line non te la prendere e lascia stare. Magari segui quel detto che dice che chi non ti vuole non ti merita (fa bene all'autostima) e vai per la tua strada senza contribuire a riempire la rete di denigrazioni, offese, insinuazioni, falsità, magari anonime, tendenti tutte a screditare una persona solo perché ti sei arrabbiato.

## Al servizio della pace

**Grazie all'utilizzo di internet vengono forniti ai giovani le opportunità e gli strumenti di raccontare gli impatti del conflitto che vede coinvolta la propria terra e di riflesso educare il pubblico "globale" in merito a crisi e conflitti dimenticati o poco pubblicizzati.**

Secondo le principali Organizzazioni non governative che si occupano di conflitti, sono più di 100 i conflitti e le crisi politico militari che colpiscono paesi, regioni o interi gruppi etnici e religiosi. Nonostante alcuni di questi conflitti siano in corso da più di dieci anni e abbiano sacrificato diverse migliaia di vite, bassissimo è l'interesse da parte dei mezzi di comunicazione di massa. Una situazione di "censura" che li rende, di fatto, invisibili agli occhi della comunità internazionale. Nasce da questa analisi un progetto tutto italiano che, grazie ad internet e al mondo dei blogger, offre la possibilità ai giovani che vivono in queste zone di conflitti "dimenticati" la possibilità di far sentire la propria voce. Per continuare la lunga tradizione giovanile del "tenere un diario" della propria vita, l'organizzazione Youth Action for Change, ispirandosi ad Anna Frank e Zlata Filipovic, e coniugando tradizione ed innovazione, offre a 40 giovani la possibilità di far sentire la propria voce. [www.forgottendiaries.org](http://www.forgottendiaries.org), è una piattaforma - comunità dove i giovani selezionati grazie alla collaborazione con importanti Ong, hanno la possibilità di raccontare la propria vita quotidiana, attraverso un diario on-line, con il quale raccontare, ma, soprattutto, richiedere ai media e all'opinione pubblica mondiale attenzione verso la situazione politica del proprio paese. Grazie all'utilizzo di internet, vengono forniti ai giovani l'opportunità e gli strumenti per raccontare gli impatti del conflitto che vede coinvolta la propria terra e, di riflesso, educare il pubblico "globale" in merito a crisi e conflitti dimenticati o poco pubblicizzati. Nel progetto sono coinvolti giovani provenienti dalla località più disparate: Serbia e Kosovo, Caucaso del Nord e Sri Lanka, Timor Est, India e Pakistan, Turchia e Kurdistan, Uganda, Somalia ed Etiopia, Nigeria e Delta del Niger. Nato dall'idea di Selene Biffi, fondatrice di Youth Action for Change, il progetto si avvale della partecipazione di Silvia Raccagni, Coordinatore Outreach & Sviluppo, Michela Bettinelli, giornalista e



Communication Manager, e Shish Jayawera, consigliere strategico. Fedele alla filosofia di Youth Action for Change, che da 4 anni si occupa di formazione giovanile peer to peer, il progetto Forgiven Diaries non prevede solo la gestione dei blog, ma offre ai giovani partecipanti la possibilità di affinare le proprie competenze attraverso corsi on-line da esperti di ogni parte del mondo su tematiche rilevanti, come la comunicazione, il project management e la leadership. Ad un anno dal lancio del progetto sono numerosi ed importanti i progressi registrati. Grazie all'interessamento di Youth Action for Change, e su segnalazione di una dei partecipanti, è stata effettuata una raccolta di firme da inviare al governo turco per chiedere la liberazione di 4 minori arrestati e torturati per aver preso parte ad una manifestazione considerata anti-governativa. Nei prossimi giorni, Youth Action for Change fornirà ai ragazzi coinvolti dal progetto dei fondi perché possano sviluppare, sotto la supervisione del team dell'associazione, dei progetti di sensibilizzazione alla democrazia ed al coinvolgimento giovanile. Hanno espresso il proprio appoggio al progetto, recentemente premiato dal Cesci con il premio Takunda: il Ministero Italiano della Gioventù, il rappresentante sociale per i bambini nei conflitti armati del segretario generale dell'Onu Ban Ki Moon, lo scrittore Charles London ed il corrispondente di guerra Kevin Sites. Nello scorso mese di dicembre, il sito web è stato inoltre insignito del premio E-content Award Italy, il riconoscimento riservato a progetti particolarmente creativi ed innovativi nel settore nuovi media in Italia.

Michela Bettinelli, responsabile Ufficio Stampa e Relazioni Esterne Youth Action for Change Program



Guido Scorza  
Presidente Istituto per le Politiche dell'Innovazione  
[www.guidoscorza.it](http://www.guidoscorza.it)

## C'era una volta

**Una proposta di legge per sottoporre alla disciplina sulla stampa tutti i siti Internet che abbiano natura editoriale. Qualsiasi cosa ciò significhi.**

Il 14 settembre scorso è stato assegnato alla Commissione Giustizia della Camera un disegno di legge a firma degli Onorevoli Pecorella e Costa attraverso il quale si manifesta l'intenzione di rendere integralmente applicabile a tutti i "siti internet aventi natura editoriale" l'attuale disciplina sulla stampa. Sono bastati 101 caratteri, spazi inclusi, all'On. Pecorella per surclassare il Ministro Alfano che, prima dell'estate, aveva inserito nel DDL intercettazioni una disposizione volta ad estendere a tutti i "siti informatici" l'obbligo di rettifica previsto nella vecchia legge sulla stampa e salire, così, sulla cima più alta dell'Olimpo dei parlamentari italiani che minacciano - per scarsa conoscenza del fenomeno o tecnofobia - la libertà di comunicazione delle informazioni ed opinioni così come sancita all'art. 11 della Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo e del Cittadino e all'art. 21 della Costituzione. Con una previsione di straordinaria

ria sintesi e, ad un tempo, destinata - se approvata - a modificare, per sempre, il livello di libertà di informazione in rete, infatti, l'On. Pecorella intende aggiungere un comma all'art. 1 della Legge sulla stampa - la legge n. 47 dell'8 febbraio 1948, scritta dalla stessa Assemblea Costituente - attraverso il quale prevedere che l'intera disciplina sulla stampa debba trovare applicazione anche "ai siti internet aventi natura editoriale". Si tratta di un autentico terremoto nella disciplina della materia che travolge d'un colpo questioni che impegnano da anni gli addetti ai lavori in relazione alle condizioni ed ai limiti ai quali considerare applicabile la preistorica legge sulla stampa anche alle nuove forme di diffusione delle informazioni in rete. Ma andiamo con ordine. Quali sono i "siti internet aventi natura editoriale" cui l'On. Pecorella vorrebbe circoscrivere l'applicabilità della disciplina sulla stampa? Il DDL non risponde a questa domanda,

creando così una situazione di pericolosa ed inaccettabile ambiguità. Nell'Ordinamento, d'altro canto, l'unica definizione che appare utile al fine di cercare di riempire di significato l'espressione "sito internet avente natura editoriale" è quella di cui al comma 1 dell'art. 1 della Legge n. 62 del 7 marzo 2001 - l'ultima riforma della disciplina sull'editoria - secondo la quale "Per «prodotto editoriale» (...) si intende il prodotto realizzato su supporto cartaceo, ivi compreso il libro, o su supporto informatico, destinato alla pubblicazione o, comunque, alla diffusione di informazioni presso il pubblico con ogni mezzo, anche elettronico, o attraverso la radiodiffusione sonora o televisiva, con esclusione dei prodotti discografici o cinematografici". Si tratta, tuttavia, di una definizione troppo generica perché essa possa limitare effettivamente ed in modo puntuale il novero dei siti internet definibili come "aventi natura editoriale". Tutti i siti internet

## Dal Parlamento Europeo

**Il Parlamento europeo su internet, libertà di espressione e privacy. 27 marzo 2009**

"Approvando con 481 voti favorevoli, 25 contrari e 21 astensioni la relazione di Stavros LAMBRINIDIS (PSE, EL), il Parlamento rileva che Internet «dà pieno significato alla definizione di libertà di espressione» sancita dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea e «può rappresentare una straordinaria opportunità per rafforzare la cittadinanza attiva». Tuttavia, osserva che la libertà di espressione e la privacy su Internet possono essere esposte «a intrusioni e limitazioni da parte di soggetti privati e pubblici» e che il web può anche essere utilizzato per incitare al terrorismo e commettere cybercrimini. Chiede quindi di combattere questi fenomeni «con efficacia e determinazione», ma sottolinea che il diritto che gli Stati membri si arrogano di intercettare e controllare il traffico su Internet «non può essere giustificato dalla lotta al crimine». Rileva inoltre che l'accesso a Internet «non dovrebbe essere rifiutato come sanzione dai governi o dalle società private». A tal fine formula una serie di raccomandazioni al Consiglio. "In particolare, sulla libertà di espressione viene illustrata la seguente posizione: "Gli Stati membri sono chiamati a garantire che la libertà di espressione «non sia soggetta a restrizioni arbitrarie da parte della sfera pubblica e/o privata», e a «evitare tutte le misure legislative o amministrative che possono avere un effetto dissuasivo su ogni aspetto della libertà di espressione». Il Parlamento chiede al Consiglio di condannare la censura imposta dai governi al contenuto che può essere ricercato sui siti Internet, «soprattutto quando tali restrizioni possono avere un effetto dissuasivo sul discorso politico». Dovrebbe inoltre garantire che l'espressione di convinzioni politiche controverse su Internet «non sia perseguita penalmente». Inoltre, dovrebbe assicurare che nessuna legge o prassi possa limitare o criminalizzare «il diritto dei giornalisti e dei media di raccogliere e distribuire informazioni a scopo di cronaca». Inoltre sulla privacy, si dice: "Il Consiglio dovrebbe anche esaminare e fissare dei limiti al "consenso" che può essere richiesto e estorto agli utilizzatori, sia da parte di governi che di società private, a rinunciare a parte della loro privacy. ... Gli Stati membri dovrebbero

inoltre garantire il diritto dei cittadini di accedere ai propri dati personali e, se del caso, di ritirarli dal web. Infine, il Consiglio dovrebbe invitare Stati membri e Commissione a prendere l'iniziativa per la definizione di norme internazionali per la protezione dei dati personali, la sicurezza e la libertà di espressione su Internet. È anche invitato a esortare tutti gli attori interessati a impegnarsi nel processo in corso della "Carta dei diritti di Internet". L'argomento del furto d'identità, già oggetto di una interrogazione nel mese di novembre del 2008 che ha ottenuto risposta il 5/1/2009, è di primaria rilevanza tanto che si afferma: "La truffa e l'usurpazione d'identità sono un problema che autorità, cittadini e imprese iniziano a riconoscere. Il Consiglio dovrebbe quindi considerare che "l'identità digitale" «merita di essere adeguatamente ed efficacemente protetta da intrusioni di operatori pubblici e privati». Dovrebbe quindi invitare la Presidenza e la Commissione a esaminare e sviluppare una strategia globale di lotta contro la "cybercriminalità", compresi i modi di affrontare la questione del "furto d'identità" e frode a livello europeo, in collaborazione con i fornitori di Internet, le organizzazioni degli utenti e le autorità di polizia competenti per settore." Infine, per quanto riguarda i bambini, viene dichiarato: "Il Parlamento chiede al Consiglio di promuovere programmi volti a proteggere i bambini e a educare i genitori, e fornire uno studio d'impatto sull'efficacia di quelli esistenti, tenendo conto in particolare dei giochi on-line che hanno come principali destinatari i bambini e i giovani." Sulla sicurezza per i minori è già attivo il Safer Internet Program Plus (<http://www.easy4.it> è il nodo italiano di sensibilizzazione) tra le cui finalità esiste, tra le altre, anche quella di diffondere la corretta cultura della rete internet a genitori e docenti. Peraltro, proprio in questi giorni a Berlino (precisamente il 3 aprile) si terrà la conferenza finale del progetto YPRIT (Youth Protection Round Table) che ha approfondito le tematiche della sicurezza per i minori in Internet producendo due documenti che saranno resi pubblici in occasione della predetta cerimonia. Parteciperò alla cerimonia del 3 aprile per conto dell'ADICONSUM che ha svolto un ruolo importante nelle fasi progettuali avanzando proposte e sottoponendo questioni attinenti alla sicurezza ed all'uso di Internet da parte dei minori. Scriverò un post ad hoc dopo l'evento.

Nicola Fabiano, avvocato, [www.iusandbit.it](http://www.iusandbit.it) - Fonte: Europa

attraverso i quali vengono diffuse al pubblico notizie, informazioni o opinioni, dunque, appaiono suscettibili, in caso di approvazione del DDL Pecorella-Costa, di dover soggiacere alla vecchia disciplina sulla stampa. Ce n'è già abbastanza per pensare - ritengo a ragione - che nulla nel mondo dell'informazione in rete, all'indomani, sarebbe uguale a prima. Ma c'è di più. Il DDL Pecorella Costa, infatti, si limita a stabilire con affermazione tanto lapidaria nella formulazione quanto dirompente negli effetti che "le disposizioni della presente legge (n.d.r. quella sulla stampa) si applicano altresì ai siti internet aventi natura editoriale". La vecchia legge sulla stampa, scritta nel 1948 dall'Assemblea Costituente, naturalmente utilizza un vocabolario e categorie concettuali vecchie di 50 anni rispetto alle dinamiche dell'informazione in rete. Quali sono dunque le conseguenze dell'equiparazione tra stampa e web che i firmatari del DDL sembrano intenzionati a sancire? Se tale equiparazione - come suggerirebbe l'interpretazione letterale dell'articolo del DDL - significa che attraverso la nuova iniziativa legislativa si intende rendere applicabili ai siti internet tutte le disposizioni contenute nella legge sulla stampa, occorre prepararsi al peggio ovvero ad assistere ad un fenomeno di progressivo esodo di coloro che animano la blogosfera e, più in generale, l'informazione on-line dalla rete. Basta passare in rassegna le disposizioni dettate dalla vecchia legge sulla stampa per convincersene. I gestori di tutti i siti internet dovranno, infatti, pubblicare le informazioni obbligatorie di cui all'art. 2 della Legge sulla stampa, procedere alla nomina di un direttore responsabile (giornalista) in conformità a quanto previsto all'art. 3, provvedere alla registrazione della propria "testata" nel registro sulla stampa presso il tribunale del luogo ove "è edito" il sito internet così come previsto all'art. 5, aver cura di comunicare tempestivamente (entro 15 giorni) ogni mutamento delle informazioni obbligatorie pubblicate e/o richieste in sede di registrazione (art. 6), incorrere nella "sanzione" della decadenza della registrazione qualora non si pubblichi il sito entro sei mesi dalla registrazione medesima o non lo si aggiorni per un anno (art. 7), soggiacere alle norme in tema di obbligo di rettifica così come disposto dall'art. 8 che il DDL Pecorella intende modificare negli stessi termini già previsti nel DDL Alfano e, soprattutto, farsi carico dello speciale regime di responsabilità aggravata per la diffusione di contenuti illeciti che, allo stato, riguarda solo chi fa informazione professionale. Sono proprio le disposizioni in materia di responsabilità a costituire il cuore del DDL Pecorella e converrà, pertanto, dedicargli particolare

attenzione. Cominciamo dalla responsabilità civile. L'art. 11 della Legge 47/1948 prevede che "Per i reati commessi col mezzo della stampa sono civilmente responsabili, in solido con gli autori del reato e fra di loro, il proprietario della pubblicazione e l'editore". Non è chiaro come il DDL Pecorella incida su tale previsione ma qualora - come appare nelle intenzioni del legislatore - con l'espressione "a mezzo della stampa", domani, si dovrà intendere "o a mezzo sito internet", ciò significherebbe che i proprietari di qualsivoglia genere di piattaforma rientranti nella definizione di "sito internet avente natura editoriale" sarebbero sempre civilmente responsabili, in solido con l'autore del contenuto pubblicato, per eventuali illeciti commessi a mezzo internet. Fuor di giuridiche questo vuol dire aprire la porta ad azioni risarcitorie a sei zeri contro i proprietari delle grandi piattaforme di condivisione dei contenuti che si ritrovino ad ospitare informazioni o notizie "scomode" pubblicate dai propri utenti. Il titolare della piattaforma potrebbe non essere più in grado di invocare la propria neutralità rispetto al contenuto così come vorrebbe la disciplina europea, giacché la nuova legge fa discendere la sua responsabilità dalla sola proprietà della piattaforma. Si tratta di una previsione destinata inesorabilmente a cambiare per sempre il volto dell'informazione on-line: all'indomani dell'approvazione del DDL, infatti, aggiornare una voce su Wikipedia, postare

un video servizio su un canale YouTube o pubblicare un pezzo di informazione su una piattaforma di blogging potrebbe essere molto più difficile perché, naturalmente, la propensione del proprietario della piattaforma a correre un rischio per consentire all'utente di manifestare liberamente il proprio pensiero sarà piuttosto modesta. Non va meglio, d'altro canto, sul versante della responsabilità penale. Blogger e gestori di siti internet, infatti, da domani, appaiono destinati ad esser chiamati a soggiacere allo speciale regime aggravato di responsabilità previsto per le ipotesi di diffamazione a mezzo stampa o radiotelevisiva. A nulla, sotto questo profilo, sembrano essere valse gli sforzi di quanti, negli ultimi anni, hanno tentato di evidenziare come non tutti i prodotti informativi on-line meritino di essere equiparati a giornali o telegiornale. Si tratta di un approccio inammissibile che non tiene in nessun conto della multiforme ed eterogenea realtà telematica e che mescola in un unico grande calderone liberticida blog, piattaforme di UGC, siti internet di dimensione amatoriale e decine di altri contenitori telematici che hanno, sin qui, rappresentato una preziosa forma di attuazione della libertà di informazione del pensiero. Ci sarebbe molto altro da dire ma, per ora, mi sembra importante iniziare a discutere di questa nuova iniziativa legislativa per non dover, in un futuro prossimo, ritrovarci a raccontare che c'era una volta la libertà di informazione in rete.

## Attenti alle bufale!

Un blogger anonimo annuncia che alla World Wide Web conference di Madrid quest'anno, è stato presentato un progetto portato avanti da ricercatori austriaci, definito promettente: un software che analizza automaticamente il contenuto dei siti. Stabilendo un criterio di credibilità, il contenuto verrebbe classificato altamente credibile, mediamente credibile o poco credibile. L'assenza di regole nella rete è indice di libertà e democrazia, oggi chiunque può aprire un sito web, ma in mezzo all'enorme proliferazione di siti agli utenti manca una bussola per orientarsi. I bassi costi di pubblicazione fanno sì che una massa di enti e persone colgano questa opportunità per esprimersi. In rete è quindi disponibile una sterminata quantità di informazioni, a cui ogni singolo utente, in qualsiasi parte del mondo si trovi, può accedere anche se il problema da risolvere è come valutarne l'attendibilità. L'autore della pagina, l'emittente o il responsabile dei contenuti del sito è autorevole nel suo campo? È qualificato a scrivere sulla materia? Oppure si tratta di un dilettante auto-proclamatosi esperto? È consigliabile seguire alcune regole per testare l'attendibilità delle notizie: verificare sempre il gestore del sito, la presenza di un indirizzo e-mail per contattare l'autore, la data dell'ultimo aggiornamento. I siti di enti e organismi ufficiali,

come università, centri di ricerca, case editrici, aziende specializzate, offrono maggiori garanzie, ma ciò non toglie che spesso il sito di un adolescente appassionato di musica o un forum di discussione forniscano risposte e spiegazioni puntuali, talvolta insperate ed irreperibili altrove. Il criterio di affidabilità, quindi, varia con il tipo di ricerca. Chi dovrebbe decidere l'attendibilità di un blog? C'è chi si è preso la briga di aprire blog appositi come il Disinformatore, che forniscono servizi "antibufale" gratuiti. Paolo Attivissimo, giornalista informatico, ha svolto dal 2002 a oggi oltre 300 indagini antibufala, "suddivise per categoria e presentate con una breve descrizione e le rispettive parole chiave". La scrittura telematica non deve sottostare ad obblighi, chi scrive ha il vantaggio di poter restare anonimo, chi legge fruisce di un servizio gratuito, tanto che ormai studenti, e professori per praticità, spesso evitano di consultare libri di testo ricercando le notizie direttamente su Internet. Oggi c'è Wikipedia, l'enciclopedia in linea che viene scritta e corretta continuamente dal pubblico o dalle voci stesse dell'enciclopedia come nel caso del semiologo Umberto Eco, che non ha 12 fratelli e non è sposato con la figlia del suo editore. Nel web si sa, si può inciampare in informazione imprecise, ma sembra esserci una sorta di credenza diffusa: la notizia falsa prima o poi viene corretta.

Eva Donelli, *Institute for Global Studies*

Paolo Di Marzio

Magistrato del Tribunale di Napoli, docente universitario

## La tutela dei diritti

**Internet è uno strumento potentissimo per la diffusione della conoscenza, ma non si deve trascurare che può essere utilizzato anche per diffondere notizie false, per violare i diritti degli autori di contenuti, per diffondere immagini pedo-pornografiche, e così via.**

L'avvento di Internet costituisce la più grande rivoluzione nelle modalità di comunicazione umana dal tempo dell'invenzione della stampa a caratteri mobili. Soltanto qualche lustro fa, il solo pensare che un documento potesse essere messo a disposizione di chiunque in tutto il mondo e, come si è ora soliti dire, in tempo reale (cioè immediatamente), sarebbe apparsa una follia. Tra l'altro, la rete Internet si sta rivelando efficacissima, non solo per diffondere contenuti, ma anche per conservarli. Alcune delle maggiori biblioteche del mondo stanno provvedendo a trasformare i contenuti di ciascuno dei volumi di cui sono in possesso in un file digitale. Questo permette, non solo la consultazione di milioni di libri a distanza e, spesso, senza oneri economici, ma anche di preservarne i contenuti per un tempo teoricamente illimitato, salvaguardando anche la conservazione dei volumi originali, non più necessariamente rimossi continuamente dagli scaffali per consentirne la fruizione. Ma, se Internet è uno strumento potentissimo per la diffusione della conoscenza, non si deve trascurare che può essere utilizzato anche per diffondere notizie false o, comunque, non controllate, per violare i diritti degli autori di contenuti, per diffondere immagini pedo-pornografiche, e così via. Poiché il progresso della scienza può essere ostacolato, rallentato, ma mai impedito, non mi sembra utile porsi il problema se possa avviarsi ai rischi connessi all'uso di Internet escludendone l'accesso a tutti o a taluno, minori compresi. Il problema è allora difendere i fruitori dalla percezione di contenuti falsi, illegali o, almeno per i più giovani, diseducativi. Fino a qualche decennio fa, per documentarsi al fine, ad esempio, di redigere delle tesine, gli studenti dovevano ricercare in luoghi diversi, presso parenti e biblioteche, i testi che trattavano la materia da esaminare. Possedere una buona enciclopedia in casa era una fortuna e poteva incidere positivamente sul rendimento scolastico di un ragazzo. Ora, i giovani si collegano ad un motore di ricerca, digitano il tema che a loro interessa e si vedono seppelliti da una quantità di documenti. Molti di questi contenuti, però, proprio perché immessi in rete da chiunque e senza controllo,

sono molto modesti, inutili, o addirittura fuorvianti. Il problema di tutelare gli utilizzatori di Internet dalla percezione di contenuti di tal genere è di quelli grossi. Si può e si deve, ad esempio, mandare allo Stato di ostacolare la diffusione nella rete di immagini pedo-pornografiche, ma non si può pretendere che i pubblici poteri certifichino la validità scientifica di qualsiasi documento immesso su Internet. È agevole prevedere che questo servizio sarà offerto in un numero sempre maggiore di casi da apposite società, che però già ora richiedono spesso il versamento di somme di denaro per fornirlo. Questo rende meno affascinante il mondo della comunicazione digitale, che rischia di riproporre una selezione censuraria tra i fruitori di contenuti. Già nell'immediato, poi, occorre porsi il problema di tutelare gli autori di contenuti dalla diffusione non autorizzata delle loro opere. Il problema non riguarda solo i cantanti, ma pure chiunque pubblici i risultati di una ricerca in qualsiasi materia, medicina, diritto o altro. Ho avuto modo di constatare che alcuni miei scritti sono stati ripubblicati su siti spagnoli o tedeschi senza che nessuno me ne avesse domandato l'autorizzazione. Non me ne dolgo, in fondo scrivo nella speranza di essere letto, ma se vivessi dei proventi delle opere pubblicate sarei parecchio preoccupato. Anche il legislatore italiano si sta sforzando di assicurare una tutela ai creatori di contenuti, ostacolando la diffusione su Internet quando non autorizzata. Ma questi interventi probabilmente non bastano, perché è agevole per chiunque fotocopiare un libro o un articolo e metterlo in rete. Fino a quando i contenuti sono illecitamente proposti da un sito italiano, la tutela dell'autore è relativamente agevole. Quando sono immessi in rete da un sito che ha sede in un Paese dell'Unione Europea, è ancora possibile. Ma se il sito che diffonde illegalmente contenuti si trova, ad esempio, alle Isole Cayman, assicurare una tutela giuridica all'autore diviene molto difficile. Un altro problema che Internet propone è la diffusione dei contenuti ad elevatissima velocità. Quando un autore riesce a venire a sapere che una sua opera è stata immessa in libera consultazione su Internet, an-

che se si attiva subito ed ottiene che il contenuto sia reso inaccessibile, sa bene che quell'opera può ormai essere stata riprodotta in formato digitale in un numero indefinito di copie in ogni parte del mondo, ed in qualsiasi momento uno dei fruitori della rete può nuovamente diffonderlo. Con Decreto congiunto dei Ministri per l'Innovazione e le Tecnologie, per i Beni e le Attività culturali e delle Telecomunicazioni del 23.7.2004, si è dato vita ad una Commissione interministeriale sui contenuti digitali nell'era di Internet. Grande pregio dell'iniziativa è stato quello di stimolare il confronto tra professionalità diverse: rappresentanti dei creatori e diffusori di contenuti (incluse le televisioni, pubbliche e private, e le compagnie telefoniche), esponenti degli editori, tecnici specializzati e giuristi. Il compito assegnato può sintetizzarsi nel proporre analisi e soluzioni al "dilemma digitale", la "necessità di ricercare il giusto equilibrio tra diffusione dei contenuti e tutela della proprietà intellettuale nell'era della digitalizzazione". L'ampia analisi svolta ha consentito di confermare che la tutela del diritto d'autore in ambiente Internet, per essere efficace, non può prescindere dalla larga diffusione dei sistemi di protezione dei contenuti, noti con la sigla DMR (Digital Rights Management) che hanno la funzione di disciplinare l'accesso alle opere dell'ingegno, eventualmente richiedendo al fruitore il pagamento di una somma. La Commissione ha anche valutato la prevedibile efficacia dell'adozione anche da noi del sistema, che sta assicurando risultati accettabili negli Stati Uniti, del notice and take down. In buona sostanza, chi si afferma autore di contenuti illecitamente immessi in rete può richiedere ed ottenere che gli stessi vengano oscurati. Questo sistema presenta, però, specie da noi, degli inconvenienti. Se l'oscuramento viene disposto a seguito di una mera denuncia, infatti, nulla assicura che il richiedente avesse titolo a conseguirlo e si rischiano disastri. Si pensi all'ipotesi che qualcuno pensi di impedire la diffusione delle informazioni, ad esempio, su un'epidemia. Se invece si attendono i tempi, di regola molto lunghi, in cui la nostra giustizia riesce ad accertare chi sia titolare di un diritto, il suc-

cessivo oscuramento potrebbe servire a ben poco, perché la velocità con cui Internet consente lo scambio comporta che, ormai, i contenuti siano diffusi ovunque ed eliminarne tutte le riproduzioni pare impossibile. Certo, chi richiede il ritiro da Internet di un contenuto rimarrebbe esposto al rischio di dovere riparare i danni causati. Ma anche qui non è da malpensanti ipotizzare che gli oscuramenti più dannosi potrebbero essere domandati da qualche persona semi-analfabeta e nullamente, in realtà prestanome di chissà chi. Tutti i sistemi di DMR sinora escogitati sembrano cedere di fronte alle più recenti evoluzioni del peer to peer sharing (scambio paritetico di contenuti). La prima generazione di questa modalità di condivisione dei contenuti è stata quella di Napster, che consentiva di scaricare brani musicali, anche protetti dal diritto

d'autore, gratuitamente e senza il consenso degli aventi diritto (autori, case discografiche, distributori). In questo caso, esisteva un server centrale (nodo fisso) che permetteva di mettere in collegamento tra loro gli utenti, peraltro tutti identificabili. La soluzione è stata relativamente agevole: si è ottenuto l'oscuramento del server centrale e la tutela degli autori di contenuti è stata ripristinata. La seconda generazione del peer to peer, invece, è stata realizzata mediante c.d. nodi mobili, adottati da intermediari come Gnutella, Kazaa e numerosi altri. In questo caso, non c'è un server centrale, ma, utilizzando utenti civetta, le forze dell'ordine possono ancora intercettare i nodi mobili ed anche identificare gli utenti che forniscono o scaricano illecitamente contenuti. La terza generazione dello scambio paritetico di contenuti utilizzando la rete è

spam i cui link rimandano spesso a siti de-diti a truffe informatiche. Ma le istituzioni sono in grado di contrastare il fenomeno? Ad eccezione dei prodotti cosiddetti da banco, le norme che riguardano la prescrizione di farmaci da parte del medico hanno la funzione di sorveglianza sanitaria e di un'assunzione di responsabilità grazie alle competenze specifiche del medico prescrittore e del farmacista erogante. Il farmaco è un prodotto con caratteri di pericolosità potenziale che quindi per essere concesso deve essere accompagnato dalla ricetta medica che difficilmente può essere presentata on-line. Inoltre nel nostro Paese la vendita a distanza dei medicinali non è ammessa, grazie all'art. 25 del Codice Deontologico dei farmacisti che vieta la cessione di medicinali, con o senza prescrizione, tramite internet o altre reti informatiche. Infine il quadro legislativo di riferimento Italiano non permette l'apertura di una farmacia virtuale. In Italia però ci vorrebbe una specifica disciplina riguardante le norme da applicare al commercio postale dei medicinali ed a quelle che regolano il commercio elettronico in generale. Comunque vengono effettuati monitoraggi e verifiche sui farmaci venduti on-line con acquisti sotto copertura e l'Italia è stato il primo Paese in Europa dove è stata resa operativa la task force 'Impact Italia' che riunisce Aifa, ministero della Salute, Istituto superiore di sanità, Nas dei Carabinieri, Agenzia delle Dogane, ministero dell'Interno e ministero dello Sviluppo economico. Recenti decisioni della Corte europea potrebbero comportare importanti aperture al commercio trans-nazionale dei farmaci, ma non può sfuggire che tale liberalizzazione (che supera le normative nazionali) viene esplicitamente limitata ai soli farmaci da automedicazione, non essendo applicabile a tutti quelli che richiedono una specifica sorveglianza sanitaria, compendiate nella prescrizione formalizzata.

Cristina Sirch, dirigente medico Ass. 1

## Il mercato "alternativo" dei farmaci

In Italia è vietato pubblicizzare farmaci che necessitano di prescrizione medica, mentre è possibile per i prodotti vendibili liberamente. Con le nuove normative di liberalizzazione del mercato farmaceutico inoltre è possibile acquistare farmaci di uso comune in negozi, che non siano farmacie, come i supermercati. Oggi internet rende disponibile un ulteriore mercato "alternativo" di prodotti realizzati con gli stessi principi attivi, a prezzi inferiori e quindi vantaggiosi per il consumatore. Negli Stati Uniti già nel 2003 il mercato delle medicine on-line valeva 20 miliardi di dollari, in Europa non esistono statistiche ufficiali sul fenomeno, ma sempre più spesso gli Italiani si rivolgono a servizi on-line per comprare e ricevere il farmaco a domicilio. Un fenomeno prevalentemente limitato a molecole "utili" per le disfunzioni erettili e steroidi usati illegalmente nel doping sportivo. Navigando nella rete è possibile inoltre ottenere notizie, consigli e pareri di argomento sanitario, ma spesso la qualità di informazioni riguardanti prodotti sanitari è molto generica e poco chiara. Per l'utente può diventare problematico determinare l'attendibilità e la completezza di ciò che sta leggendo. Questo nuovo modo di compravendita di medicinali evidenzia quindi grossi rischi ed incertezze per il paziente: le informazioni sono poco chiare, spesso non è richiesta alcuna prescrizione medica per qualunque classe di prodotti vi è il rischio di una minore qualità ed è possibile incapere in vere e proprie truffe. In rete sono presenti infatti farmacie legali, illegali o del tutto false; molti siti non riferiscono ad una vera azienda o farmacia ma sono pagine web reclamizzate attraverso lo

quella di Mute, e qui il problema diviene davvero complesso. In questo caso, infatti, manca il server centrale e pure i nodi mobili, gli utenti sono messi in contatto tra loro in forma anonima e ciascuno ottiene il documento che ricerca attraverso l'assemblaggio di frammenti che, di regola, provengono da fonti diverse. Per rendere l'idea, è come se gli utenti fossero tanti insetti messi a volare in una grande gabbia. L'insetto che ricerca un contenuto ottiene la consegna di un frammento ogni volta che incrocia un insetto che lo possiede, ed alla fine dispone di tutto il documento. La verità è che le tecnologie digitali si evolvono più rapidamente della capacità del legislatore di tutelare i diritti dell'individuo, autore o fruitore, da queste nuove forme di aggressione. Ma non è il peer to peer che deve essere criminalizzato. Si tratta di una formidabile opportunità per diffondere la conoscenza senza oneri per i fruitori. Non è lo strumento ad essere illecito, ma il modo in cui lo si utilizza. Impedire lo scambio paritetico di contenuti, ammesso che sia possibile, potrebbe essere un rimedio peggiore del male che si intende contrastare. Sarebbe come proibire a tutti di possedere un martello, sol perché qualche criminale può usarne uno per fare del male. Internet è una grande occasione di crescita culturale e di sviluppo, anche economico. Se noi italiani arriviamo tra i primi ad impossessarci delle nuove tecnologie e svilupparle, potremo rivenderle all'estero. Se non tuteliamo gli autori di contenuti, però, la cultura italiana rischia di estinguersi, perché progressivamente non avremo più contenuti da stampare o da immettere in rete, con danno anche economico, perché nessun editore avrà più interesse a finanziarne la produzione.

### SEGNO DEI GIOVANI



Alberto Patron

Professore di Diritto d'Autore e dello Spettacolo - Università di Trieste

## La tutela delle idee

**Economia della conoscenza e libertà dell'informazione: nuove prospettive tra utilizzazioni libere e vietate in tema di diritto d'autore e libertà intellettuale.**

Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) rivestono un ruolo fondamentale per la produttività, la crescita e l'occupazione. L'UE ed i suoi Stati membri si trovano in un periodo sociale in cui devono cogliere rapidamente le occasioni che esse offrono (tenuto conto delle loro continue evoluzioni) per superare i deficit di competenze informatiche e realizzare una vera economia della conoscenza, traducendo in concreto aspirazioni ed innovazioni che solo pochi lustri fa apparivano ottime sceneggiature da fantascienza. La Commissione ha rilevato che alle competenze informatiche non viene attribuito un peso politico di primo piano; non esiste una strategia globale in materia di competenze informatiche a livello UE oppure persistono rilevanti differenze fra le normative dei vari paesi. Occorre porre rimedio al deficit di immagine ed al calo dell'offerta di professionisti altamente qualificati nel campo delle TIC, nonché alla carenza di mano d'opera nel settore che ne consegue. L'impegno è quello di approfondire il divario fra l'offerta e la domanda di alcune competenze informatiche, mentre continua a mancare una cultura informatica. Per sostenere iniziative nel settore, la Commissione, oltre ad insistere sull'esigenza di definire un programma di azione a lungo termine, ha più volte sottolineato che l'attuazione di tali misure rientra nella sfera di competenza degli Stati membri. Tuttavia, esse devono essere strutturate in modo tale da rappresentare un reale ed innovativo valore aggiunto europeo. Pare evidente che la svolta non può non passare attraverso la cooperazione a lungo termine fra le varie parti in causa (autorità pubbliche, settore privato, università, accademie, ecc.), gli investimenti nelle risorse umane, la promozione dei vari settori scientifici ed accademici e la valorizzazione delle relative professioni, in particolare fra i giovani, ed una attenzione particolare alla valorizzazione delle espressioni autorali oggetto di sussunzione nelle svariate fattispecie pertinenti alla proprietà intellettuale. La Commissione ha proposto cinque linee di azione, con attività che dovrebbero completarsi entro il 2010, tra cui segnaliamo il programma di apprendimento permanente, il settimo programma quadro di ricerca e innovazione tecnologica (PCRDT), il programma per l'innovazione

e la competitività (PIC), nonché i Fondi strutturali destinati al sostegno dell'occupazione ed alla coesione regionale. Sappiamo tutti come le tecnologie dell'informazione siano all'origine della società dell'informazione. L'Unione Europea intende promuovere lo sviluppo e la diffusione di nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC), conformemente agli articoli 163 - 172 del Trattato che istituisce la Comunità Europea (CE). L'Unione mira inoltre a favorire lo sviluppo di applicazioni e di contenuti, pur sostenendo le iniziative che incoraggiano gli europei a trarre vantaggio dalla società dell'informazione e consentono loro di parteciparvi. Dall'anno 1998, la liberalizzazione del mercato europeo delle telecomunicazioni ha sicuramente cooperato allo sviluppo globale. Le sempre maggiori possibilità di accesso ai servizi a banda larga (sviluppo di reti mobili avanzate) e le possibilità di diffusione dei contenuti (disponibilità molto ampia di dispositivi digitali) aprono nuove prospettive sia all'industria europea del contenuto on-line, sia ai consumatori europei. Pare interessante rilevare che gli introiti generati dalla vendita di contenuti on-line sono passati da 1,8 miliardi di euro nel 2005 a quasi 8 miliardi nel 2009. Il panorama evolutivo tecnologico, tuttavia, nonostante i notevoli sforzi europei, tra cui l'iniziativa del 1 giugno 2005 identificata «i2010», nella quale la Commissione affronta in modo integrato la società dell'informazione e le politiche in materia di audiovisivi nell'Unione europea, stride fortemente con una normativa in materia di diritto d'autore e tutela della proprietà intellettuale che ha visto in Italia un aggiornamento degno di tale definizione solo nell'anno 2000 (L. 248/2000), dopo oltre 50 anni di oblio normativo nel campo dell'high-tech law. La legge sul diritto d'autore italiana prevede che l'autore abbia il diritto esclusivo di utilizzare economicamente l'opera in ogni forma e modo (art. 12, 2° comma della legge 633/41 - LDA per comodità). La legge stessa però, fissa alcuni limiti al contenuto patrimoniale del diritto d'autore per esigenze di pubblica informazione, libera discussione delle idee di diffusione della cultura ed esigenze di studio. I limiti sono indicati nel capo intitolato "Utilizzazioni Libere"

re", di cui agli articoli 65 - 71. L'art 68 LDA regola l'uso personale e la copia privata. A seguito della modifica operata dalla legge n. 248 del 18 agosto 2000, è libera la riproduzione di singole opere o brani di opere, per uso personale dei lettori, fatta a mano o con mezzi non idonei a spaccio o diffusione del lavoro nel pubblico. Il 2° comma stabilisce, invece, che è totalmente libera la fotocopia di tali opere, se eseguita per i servizi della biblioteca, mentre lo è solo nei limiti stabiliti dal 4° e 5° comma dello stesso articolo 68 LDA, se eseguita per uso personale. Secondo quanto indicato, la riproduzione non può superare il 15% del totale del volume, se effettuata per mezzo di fotocopie, xerocopie o mezzo digitale analogo, e all'autore ed agli editori spetta un compenso corrisposto dal responsabile del centro o punto di riproduzione. Rimane quindi libera la riproduzione di singole opere o brani di opere per uso personale. Ma se la riproduzione è effettuata mediante fotocopia, xerocopia o mezzo analogo, non può essere superiore al 15% del volume, esclusa la pubblicità. Il responsabile del centro o punto di riproduzione deve corrispondere un compenso, predeterminato dalla legge e legato al numero delle pagine riprodotte, destinato ad essere ripartito tra gli autori e gli editori. Non sarà quindi consentito riprodurre interi volumi o fascicoli, salvo opere rare fuori catalogo, presso biblioteche pubbliche e reti digitali bibliotecarie, riprodurre per un'utilizzazione in concorrenza con i diritti di utilizzazione economica dell'autore, riprodurre oltre il limite del 15% per uso personale, riprodurre senza il pagamento del com-



## Scuola e nuove tecnologie

penso, quando previsto e spacciare delle copie, fatte per uso personale, nel pubblico. L'art. 69 LDA richiede poi specifici requisiti, in mancanza dei quali l'utilizzazione non è consentita. Secondo tale articolo, le biblioteche e le discoteche dello Stato e di Enti pubblici possono prestare al pubblico, per uso personale, le opere protette, ai fini esclusivi di promozione culturale e studio personale, senza l'autorizzazione da parte dell'autore, al quale non è dovuta alcuna remunerazione. Il prestito ha per oggetto esclusivamente gli esemplari a stampa delle opere, eccettuati gli spartiti e le partiture musicali, i fonogrammi ed i videogrammi contenenti opere cinematografiche, audiovisive o sequenze d'immagini in movimento, sonore o meno, decorsi almeno diciotto mesi dal primo atto di esercizio del diritto di distribuzione ovvero, non essendo stato esercitato il diritto di distribuzione, decorsi almeno ventiquattro mesi dalla realizzazione di dette opere e sequenze di immagini. Per i servizi delle biblioteche e discoteche dello Stato e degli enti pubblici, è consentita la riproduzione in unico esemplare dei fonogrammi e videogrammi contenenti opere cinematografiche, audiovisive o sequenze di immagini in movimento, sonore o meno, esistenti presso le medesime biblioteche e discoteche dello Stato e degli enti pubblici. L'art. 69 LDA, ovviamente, non si applicherà nel caso in cui un terzo consultato sul posto un'opera che gli sia stata all'uopo prestata, in quanto il prestito finalizzato a questo tipo di consultazione è sempre libero. Dalla lettura normativa, risulta palese come il legislatore abbia voluto degradare il diritto esclusivo dell'autore a diritto a compenso per le riproduzioni di opere ad uso personale, effettuate nei punti specializzati e nelle biblioteche pubbliche. In questi casi, oltre al vincolo quantitativo del 15% dell'opera, l'autore beneficia di un compenso, la cui misura ed i criteri di determinazione sono stabiliti dall'art. 181-ter, introdotto dalla l. 248/2000. L'art. 181-ter indica la SIAE quale ente intermediario incaricato di concordare con le associazioni di categoria degli utilizzatori la misura e la riscossione del compenso. In mancanza di accordo sulle misure e modalità del compenso, le stesse sono stabilite con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri. Se la SIAE non esercita attività di intermediazione per gli aventi diritto le cui opere sono soggette alle riproduzioni analizzate in questa sede, la ripartizione dei compensi avviene tramite le associazioni di categoria, individuate con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri. La riproduzione di opere rare esistenti nelle biblioteche pubbliche è esente da limiti quantitativi, quindi le

opere di difficile reperibilità sul mercato sono liberamente riproducibili dietro pagamento di un compenso, se effettuate per uso personale. L'ultimo comma dell'art. 68 LDA dispone che "è vietato lo spaccio al pubblico delle copie di cui ai commi precedenti e, in genere, ogni utilizzazione in concorrenza con i diritti di utilizzazione economica spettanti all'autore". Quest'ultima disposizione non ha subito modifiche di rilievo nel corso degli anni. Si può ritenere una norma di sbarramento a forme di utilizzazione idonee a recare un ingiustificato pregiudizio ai diritti degli autori. Il progetto europeo di condivisione dei contenuti culturali, scientifici ed accademici dei Paesi aderenti trova quindi limitazioni che vanno ad incidere

vi, economici, culturali e sociali, nonché ai bisogni espressi dai destinatari delle proprie azioni, il bisogno di attivare comunità di trasmissione e costruzione dei saperi a partire da situazioni concrete e specifiche, l'economicità, dopo il periodo di start up, di processi comunicativi e formativi basati sul web, sia per i gestori, sia per i fruitori delle azioni poste in atto, l'intuizione della fecondità di alcuni strumenti tecnologici per favorire ambienti di apprendimento che fanno leva sulla partecipazione e sulla costruzione di relazioni di apprendimento collettive, sia per la propria formazione, sia per quella di giovani generazioni a rischio o in situazioni conclamate di dispersione scolastica e formativa. Fra i contesti che hanno mostrato, in passato, maggiori difficoltà a raccogliere la sfida dell'innovazione culturale portata dal fenomeno internet, vi sono sicuramente le istituzioni scolastiche. Diverse ricerche e studi condotti nell'ambito di progetti finanziati dalla Comunità Europea, infatti, evidenziano che gli ostacoli maggiori allo sviluppo e all'uso di queste tecnologie sono da ricondurre alle resistenze dei docenti che operano in istituzioni di ogni ordine e grado e alla difficoltà a trovare nuovi paradigmi di "docenza" che sappiano sfruttare le potenzialità collaborative degli strumenti stessi in contesti formali. Rimanendo in Italia, in questi ultimi anni sono stati diversi gli interventi degli enti locali di competenza per favorire l'accesso delle scuole ad internet. L'intento è quello di mettere in rete ed implementare così i flussi di comunicazione intra ed interistituzionali e/o per potenziare la dotazione informatica delle istituzioni scolastiche. Sulla carta, alla fine del 2009, il 40% degli istituti scolastici italiani potrà contare su risorse umane e strumentali per sviluppare contenuti didattici digitali, fruirne in rete e utilizzare strumenti di collaborazione come blog, wiki e videoconferenze. Un passaggio, quest'ultimo, fondamentale, ma certamente non l'unico da compiere per favorire la costruzione di relazioni di apprendimento significativo, capaci di sviluppare talenti e, nel contempo, benessere individuale e sociale.

Cinzia Migani, *formatrice Associazione @uxilia onlus*  
Giorgio Sordelli, *formatore esperto in nuove tecnologie*

re su iniziative di sviluppo ed innovazione culturale, scientifica e sociale. La migrazione dei contenuti cartacei in quelli digitali si deve poi scontrare con situazioni che null'altro hanno a che vedere se non con interessi di natura patrimoniale e falsamente difensivistici dei diritti morali degli Autori, remando contro l'iter intrapreso. Come sottolineato dall'Osservatorio Internazionale sulla Legislazione Comunitaria Europea attinente alle biblioteche, attualmente impegnato in particolare sul fronte del copyright legato a opere su supporto elettronico, pare avvicinarsi "un futuro nel quale niente potrà essere visto, letto, usato o copiato senza autorizzazione e senza un pagamento addizionale".

Roberto Casella  
*Avvocato appartenente al Foro di Bologna, esperto di diritto penale minorile*

## Il cybercrime

**È necessario contrastare il fenomeno che porta all'offesa dell'altrui reputazione ma anche prevenire e punire gli aberranti reati di cui sono vittime i minori, come gli adescamenti e la pedo-pornografia, le truffe e i furti, anche d'identità.**

Insultare sul web sembra essere una moda molto diffusa. Negli Stati Uniti, la Corte Suprema di New York ha ordinato a Google di comunicare il nome del blogger che aveva offeso la modella canadese Liskula Cohen, diffamandola pubblicamente con una serie di messaggi su un blog. La sentenza è importante, non tanto perché Google ha dovuto comunicare il nome dell'utente, ma perché tutto ciò accade negli Stati Uniti. La tutela della privacy, in quel Paese, è particolarmente intensa e la sola circostanza che si obblighi a superare quel limite offre il campo ad un cambiamento di costume che avrà riflessi non solo in quella Nazione. "La protezione del diritto di comunicare anonimamente deve essere bilanciata dall'esigenza di assicurare che le persone che scelgono di abusare di questo mezzo possano rispondere di una trasgressione". In questi termini si è espresso il giudice americano, confermando che non possa sussistere nessun terreno di impunità, neppure in quel Paese. La notizia è l'occasione per soffermarsi sul concetto di reato per mezzo di internet. Alcuni, sprovveduti, internauti, pensano che la rete sia un'isola felice, dove poter offendere, diffamare, calunniare, minacciare. È bene chiarire che così non è. L'art. 595 del codice penale tutela la reputazione e l'onore con una pena fino ad un anno e, nel caso di offese via internet, con una pena da sei mesi a tre anni. Chiara è la tutela anche per le minacce, con pena fino ad un anno, se sono gravi. E a nulla vale che il server sia all'estero. La Cassazione afferma che "qualora i messaggi internet, pubblicati in territorio estero, siano recepiti in territorio italiano, sarà competente il giudice italiano". Tutti gli Stati hanno adottato normative specifiche, accordi e collaborazioni internazionali per la lotta al cybercrime. Si intendono tutelare quelle situazioni che portano, non solo all'offesa dell'altrui reputazione, ma anche a prevenire e punire gli aberranti reati di cui sono vittime i minori, come gli adescamenti e la pedo-pornografia, così come le truffe e i furti, anche d'identità. Sono dunque nate nuove tipologie di reati, a cui sono stati assegnati nomi di estrazione anglosassone: phishing, boxing, skinning, trashing. La rete è l'occasione più opportuna per i pedofili e per tutti i criminali che lucrano su quelle ignobili devianze sessuali. Un'immagine rappresentativa del rischio a cui van-

no incontro i minori lasciati soli su internet è stata pronunciata da un'agente della Polizia durante un convegno sull'argomento: "è come lasciare il proprio bambino nella sua stanza ma con la porta di casa aperta". Immagine inquietante, forse un po' terroristica, è vero, ma che bene rappresenta la rete quale luogo privo di cautele, dove il pedofilo agisce e adesci, indisturbato, le proprie vittime. L'Italia ha adottato una normativa molto severa per chi utilizza i minori per la pornografia, produce materiale pornografico, ovvero induce minori di anni diciotto a partecipare ad esibizioni pornografiche. L'art. 600ter del codice penale punisce con pene da sei a dodici anni anche chi commercia materiale pedo-pornografico. La sanzione penale è estesa anche nei confronti di coloro che distribuiscono o divulgano notizie o informazioni finalizzate allo sfruttamento sessuale dei minori, con pene da uno a sei anni di reclusione. Non è esente da sanzione penale anche chiunque offre o cede ad altri, anche a titolo gratuito, detto materiale, con la reclusione fino a tre anni. È opportuno sottolineare che l'art. 600quater punisce anche la mera detenzione, consapevole, di materiale pornografico con minori e persino la detenzione di immagini anche "virtuali", realizzate utilizzando immagini, o parti di esse, di minori di anni 18. La Corte di Cassazione osserva come il legislatore abbia inteso punire anche la semplice detenzione di materiale pedo-pornografico, quindi anche quella che costituisce l'ultimo anello di una catena di variegate condotte antiggiuridiche, di lesività decrescente nei confronti dei minori, iniziate con la produzione del materiale stesso e proseguite con la sua commercializzazione, cessione, diffusione. Ci si augura che il Parlamento approvi prima possibile il disegno di legge per l'introduzione, anche nel nostro ordinamento, del reato di "grooming". Con questo termine si indicano tutte quelle modalità di adescamento utilizzate dal pedofilo, condotte che attingono a perverse e subdole modalità di "cura" (grooms) del minore da adescare, come ricevere informazioni sulla vita privata, inviare foto o avere notizie su eventuali controlli della famiglia. Un processo meticoloso, quello del pedofilo. Catturare la fiducia, indebolire la volontà, superare le istintive resistenze. L'ultima fase attiene all'indagine sulla vita sessuale del minore

e sulla manipolazione nel convincerlo della normalità del sesso tra adulti e bambini. Il grooming può durare settimane, anche mesi, all'insaputa di tutti. Il fine, ovviamente, è arrivare all'incontro, al contatto fisico, alla violenza. Nel nostro Paese, un ruolo fondamentale a tutela anche di queste situazioni di rischio è svolto dalla Polizia delle Comunicazioni. Il perfezionamento delle tecniche investigative consente a questo specializzato organo della Polizia di svolgere indagini e di raggiungere gli autori di reati che, non molto tempo fa, rimanevano ignoti. Un'opera di monitoraggio della rete che ci pone all'avanguardia nei sistemi di sicurezza, con una particolare attenzione alla prevenzione. L'introduzione del reato di grooming sarebbe un efficace strumento per la Polizia per intervenire tempestivamente e prevenire una possibile violenza. Il minore, dunque, vittima, ma anche autore di reati, nelle nuove figure cosiddette di cyberbullismo. Adolescenti che usano la rete per compiere atti offensivi, minacciosi, intimidatori o per denigrare i loro coetanei. Il nuovo reato di stalking può essere applicato anche a queste nuove forme persecutorie. Molte volte, e parlo per esperienza professionale, ci si imbatte in ragazzi, ma anche in adulti, che sottovalutano determinati comportamenti a rischio. Altri, invece, neppure possiedono la percezione dell'offensività di alcune parole dette o del tenore minaccioso, penalmente rilevante, di determinate frasi. Sembra che si sia perso quel senso della realtà, della realtà delle parole, quasi svuotate anche nella loro accezione offensiva. Senza addentrarmi troppo in materie che non mi competono, ritengo però che la scuola possa rappresentare il canale migliore per l'attuazione di programmi di prevenzione dai rischi di adescamento e di pedo-pornografia e che sia un atto di saggezza la reintroduzione, nelle scuole, dell'educazione civica. L'acquisizione dei principi generali della convivenza civile, l'analisi delle norme costituzionali e della loro genesi, consentirebbero di poter leggere la società contemporanea con gli occhi del Costituente e spiegare che onore e dignità delle persone sono valori sui quali si è formata la coscienza civile del nostro Paese. Inoltre, grazie ad essi, senza retorica, sono nati quei principi costituzionali che consentono ad ognuno la libertà di espressione, anche su internet.

Antonella Di Luzio

Conduttrice di rubriche dell'emittente Videolina,  
Coordinatore editoriale di "Panorama Sardo"

## Bullismo e Cyberbullismo

**Il cyber-bullo agisce non solo per esercitare violenza su un individuo, ma anche per attrarre su di sé tutte le attenzioni possibili. Alcuni dei meccanismi che utilizza sono l'invio di e-mail, sms, mms offensivi e insultanti o dai contenuti minacciosi, la diffusione nel web di immagini, foto o video-clips miranti a danneggiare la reputazione della vittima.**

Scuola e famiglia hanno il compito morale ed istituzionale di formare i giovani. Le problematiche di quest'epoca sono molto gravi. Si devono affrontare, ad esempio, fenomeni drammatici quali il bullismo ed il cyberbullismo. Il primo fenomeno si diffonde sempre più in ambito scolastico, il cyberbullismo è la moderna evoluzione del bullismo, supportata dalle tecnologie di comunicazione, quali telefoni cellulari e rete web. Nel mondo virtuale, con un uso scorretto della tecnologia, il cyber-bullo agisce contro vittime designate con il preciso intento di danneggiarle tramite "aggressioni sociali on-line". Alcune tra le forme più comuni sono l'invio di e-mail, sms, mms offensivi e insultanti o dai contenuti minacciosi, la diffusione nel web di immagini, foto o video-clips miranti a danneggiare la reputazione della vittima, le chiamate telefoniche ripetute e moleste, l'esclusione da una chat rooms, la creazione di siti web offensivi, la condivisione on-line di informazioni imbarazzanti o personali riguardanti un'altra persona. Fra i vari tipi di cyberbullismo, il più diffuso è il flaming, che esprime uno stato di aggressività durante l'interazione con altri utenti del web. Il cyber-bullo agisce non solo per esercitare violenza su un individuo, ma anche per attrarre su di sé tutte le attenzioni possibili: con il metodo

del file-sharing, è sempre più facile far circolare un video o una notizia in tutta la rete. Lo sviluppo di siti per la condivisione di file, come ad esempio YouTube, ha contribuito notevolmente a sviluppare il fenomeno del cyber-bullying. Evitare che tali siti diffondano i video di bullismo sarebbe certamente un passo importante per contrastare il fenomeno. Le ricerche condotte in Europa dal prof. Peter Smith, individuano attorno al 20% le vittime di cyberbullismo. A livello nazionale, l'IFOS ha realizzato nel 2008 una ricerca su un campione di ragazzi tra gli 11 e i 20 anni, studenti di scuole medie e superiori. Per quanto riguarda il campione delle scuole medie, le cyber-vittime risultano essere il 14%, senza differenze sostanziali tra i due sessi. Quelli che dichiarano di aver preso parte, almeno una volta, ad episodi di cyberbullying, rappresentano il 12,2%. Più alto è il numero dei maschi cyber-bulli: 15%. Bassa, ma significativa, è la percentuale delle ragazze: 10%. Due, invece, gli aspetti interessanti emersi dal campione delle scuole superiori: l'alta percentuale di vittime fra ragazze, il 23%, quasi 1 su 4. Bassa la percentuale di ragazzi: il 6%. Complessivamente, nel campione delle scuole superiori, le cyber-vittime risultano essere il 16%. Così come apparentemente più esposte a subire cyber-prepotenze, le femmine, quindi, sembrano allo stesso tempo le più coinvolte anche nell'attuarle. Il 17,4% degli studenti ha ammesso di aver fatto cyber-violenze almeno una volta negli ultimi mesi. In questo caso, la percentuale più alta di cyber-bulli risiede tra le ragazze: 19,2% contro il 15% dei ragazzi.



La possibilità di possedere on-line un'altra identità lede le remore morali: spesso si fanno e si dicono on-line cose che non si farebbero o non si direbbero nella vita reale. Il cyber-bullo è definito come un "soggetto che indossa una sorta di maschera virtuale". In poche parole, un vigliacco! Ma l'impressione di essere invisibile non è propria solo dell'autore. La percezione è rivolta anche alla sua stessa vittima, che appare al bullo non come una persona vera, ma come un'entità semi-anonima, priva di emozioni o sentimenti. Qualcuno deve far capire al bullo che la vittima soffre e che ha sentimenti reali. Qualcuno dovrà spiegare a questi ragazzi che non sono e non potranno mai conservare l'anonimato. Ogni "azione" in rete è rintracciabile! Qualcuno dovrà far loro comprendere che il valore di un individuo è dato da altri parametri e canoni, e che la forza, anche quella psichica, non si manifesta creando vittime. Qualcuno dovrà "ripristinare" l'importanza di determinati valori, ritenuti obsoleti negli ultimi anni. Qualcuno... Ma chi è questo "qualcuno"?



Carlo Carruba

Avvocato, già assegnista di ricerca presso Università di Udine

## L'origine del male

**La dottrina unitaria e la giurisprudenza concordano nell'opinione per cui la responsabilità del provider non sussiste, a meno che il provider non abbia concorso nella condotta delittuosa. Non manca però neanche chi ipotizza una sorta di culpa in vigilando delineando perciò una responsabilità del tutto simile a quella editoriale.**

### 1. Premessa: Internet e lo sviluppo sempre maggiore delle tecnologie informatiche

La diffusione di internet deriva principalmente dal binomio internet-nuove tecnologie a basso costo e nel completamento della rivoluzione digitale delle opere d'ingegno<sup>1</sup>. Gli effetti più importanti delle nuove tecnologie a basso costo sono, in primo luogo, l'aver consentito il completamento della rivoluzione del sistema di comunicazione, iniziata nei primi anni Ottanta, e che oggi consente una più facile distribuzione delle informazioni, senza il bisogno di particolari competenze o attrezzature. In secondo luogo, l'aver concesso alla collettività gli strumenti idonei per la facile realizzazione di un vasto catalogo di nuovi illeciti a "costi" pressoché irrilevanti, prima assolutamente impensabili. Internet ha completato l'opera garantendo visibilità e facilità di diffusione a ogni tipo di contenuto, con un'estrema rapidità di collegamento. La rete può essere infatti concepita come una banca dati vastissima, in costante aggiornamento, all'interno della quale viene diffuso un flusso perpetuo di informazioni e contenuti, leciti o illeciti, accessibili con un semplice click. Qualsiasi navigatore può rivestire un ruolo decisivo nella scelta e nella gestione delle informazioni, a seconda della finalità che anima la sua condotta. Nel contesto appena delineato, assume sempre maggiore rilevanza il ruolo del provider. Dal punto di vista strettamente penalistico, i problemi sono sorti circa la responsabilità ascrivibile al provider in ordine a fatti delittuosi compiuti da terzi, quali devono essere considerati gli utenti degli Internet Service Providers (ISP). La dottrina unitaria e la giurisprudenza<sup>2</sup> concordano, soprattutto in relazione alla previsione di cui all'articolo 27 della Costituzione, nell'opinione per cui tale responsabilità non sussiste, a meno che il provider non abbia concorso nella condotta delittuosa.

Non manca però neanche chi, nel comportamento del provider che non esprima un monitoraggio del materiale inviato grazie al proprio server, ipotizza una sorta di culpa in vigilando, consistente in un'agevolazione colposa di un comportamento illecito, delineando perciò una responsabilità del tutto simile a quella editoriale<sup>3</sup>.

### 2. La normativa e le varie responsabilità

Il D.Lgs. 9 aprile 2003, n. 70 si pone come riferimento nel delineare le ipotesi di responsabilità penale del provider. In questa fonte, vengono prese in considerazione le diverse figure di I.S.P., ne viene data una definizione e, accanto ad essa, vengono descritte le ipotesi di responsabilità civile e penale che vi sono ricollegate. Al suo interno, di maggior interesse appaiono gli artt. 14, 15, 16, nei quali sono delineate le tre figure di ISP (provider mere conduit, cach provider e host provider), da una parte definendone i contorni soggettivi, dall'altra associando a ciascuna figura determinati profili di responsabilità. Muovendo da tale fonte, si può proporre una concreta disamina delle condotte capaci di configurare il provider come un titolare di specifica responsabilità penale.

### 3. La responsabilità per fatto proprio

È il noto caso di scuola del cd. content provider, il provider che fornisce contenuti all'interno di pagine web. In questo caso, il prestatore di servizi risponde direttamente per eventuali illeciti perpetrati con la diffusione dei medesimi<sup>4</sup>. Il provider risponde sia sotto il profilo civilistico, sia sotto quello penalistico.

### 4. La responsabilità concorsuale omissiva ex art. 40, comma II c.p.

Nel caso citato, il provider potrà "rispondere del fatto illecito altrui, posto in essere valendosi delle infrastrutture di comunicazione del network provider, del server dell'access provider, del sito creato sul server dell'host provider, dei

servizi dei service provider, delle pagine memorizzate temporaneamente dai cache-providers<sup>5</sup>". Il decreto non fissa specifiche ipotesi di responsabilità penali in capo alle tre figure di provider tipizzate. Si può ipotizzare, al fine di configurare una responsabilità penale, il ricorso alle regole generali in tema di concorso nel reato (art. 110 c.p.) e di reato omissivo improprio (art. 40, comma II c.p.). Come può tutelarsi il provider da questo tipo di responsabilità? L'esame del decreto n. 70<sup>6</sup> indica che, in tema di reato omissivo improprio, non sorgono particolari difficoltà nell'assegnare alla figura del provider una posizione di garanzia<sup>7</sup>. Dunque, il fornitore del servizio, sul piano pratico, e titolare della posizione di garanzia, su quello giuridico, potrà vedersi imputato (o meglio coimputato) per eventuali violazioni perpetrate attraverso il mezzo messo a disposizione.

### 5. Responsabilità da link

Si tratta della responsabilità che deriva dal rinvio ad altro sito con collegamento ipertestuale. In questo caso non si configura una responsabilità in capo al provider<sup>8</sup>. In senso contrario, sarebbe eccessivamente oneroso, per lo stesso, esercitare la sua posizione di garanzia anche nei confronti del sito "linkato".

### 6. Responsabilità del motore di ricerca

Problema diverso è invece quello connesso alla responsabilità del provider per il richiamo a siti illeciti o con attività illecite, non semplicemente contenuto in un link, ma frutto di un'attività di ricerca del sito attraverso la rete. Si tratta dei providers che offrono servizi di motore di ricerca. Anche in questo caso, non sarà ipotizzabile una responsabilità in capo a tali soggetti in relazione ai siti illeciti o con attività illecite richiamati, essendo i providers estranei all'attività illecita. Ipotizzando una diversa soluzione, si lederebbero i principi costituzionali in tema di responsabilità personale nel reato.

1 - Per una ricostruzione non eccessivamente complessa sulla nascita e l'evoluzione del fenomeno di Internet, cfr. l'indirizzo <http://it.wikipedia.org/wiki/Internet>. 2 - Cfr., sul tema, R. GAROFOLI, *Manuale di diritto penale, parte generale*, Giuffrè, 2005. 3 - Cfr. A.A.V.V., *Disciplina e responsabilità degli Internet-providers*, in *Sisde.it*, 1999. 4 - M. SEMINARA, *La responsabilità penale degli operatori su Internet*, in *R.T.D.P.E.*, 1998; T. GRUMS, *Responsabilità penali per la circolazione di dati nelle reti internazionali di computer*, trad. it. a cura di S. Sforzi, in *R.T.D.P.E.*, 1997. 5 - M. BUFFA - G. CASSANO, *Responsabilità del content provider e dell'host provider*, in *Altalex Quotidiano di Informazione Giuridica*, del 14.02.2003. 6 - Ad esempio, in relazione alle attività di caching, viene richiesto che "agisca prontamente per rimuovere le informazioni che

ha memorizzato, o per disabilitare l'accesso, non appena venga effettivamente a conoscenza del fatto che le informazioni sono state rimosse dal luogo dove si trovano inizialmente sulla rete o che l'accesso alle informazioni è stato disabilitato oppure che un organo giurisdizionale o un'autorità amministrativa ne ha disposto la rimozione o la disabilitazione". 7 - Incidentalmente, si ricorda come sia obsoleta la discussione relativa alla configurazione di una posizione di garanzia dettata da norma extra penale. Ormai da tempo, infatti, sia dottrina, sia giurisprudenza sono concordi nel riconoscere piena legittimità costituzionale ad una previsione di questo tipo. 8 - Per un apporto giurisprudenziale in tal senso, si veda *Sent. Tribunale di Napoli 14 giugno 2002*, in *Corriere giuridico*, n.11/2003.

## The Pirate Bay: cronaca del processo italiano

**Il protocollo BitTorrent rappresenta uno dei sistemi più recenti per la condivisione di file in rete da punto a punto. Non ci troviamo, in sostanza, di fronte ad un sistema alla "Napster" ma ad un circuito di condivisione in cui sono gli utenti a mettere a disposizione i file che, quindi, non risiedono su un server.**

The Pirate Bay, meglio conosciuto in Italia come la Baia dei Pirati, è un noto e frequentatissimo sito internet, conosciuto soprattutto tra gli utenti delle reti peer to peer (o P2P). Ma thepiratebay.org è qualcosa di più di un semplice sito internet: è un vero e proprio motore di ricerca di file .torrent. Potremmo paragonarlo ad un Google specializzato nella ricerca e nella catalogazione di file che rispettino il protocollo denominato BitTorrent. Il protocollo BitTorrent rappresenta uno dei sistemi più recenti per la condivisione di file in rete da punto a punto, un sistema di condivisione dei file che non necessita, per il suo "funzionamento", di un server centrale da cui scaricare i contenuti. Vive e si regge sull'ampiezza di banda messa a disposizione dai singoli utenti del sistema. Non ci troviamo di fronte ad un sistema alla "Napster", ma ad un circuito di condivisione in cui sono gli utenti a mettere a disposizione i file. I quali file, quindi, non risiedono su un server di ThePirateBay (che per maggior praticità chiameremo d'ora in avanti con l'acronimo TPB). TPB, quindi, non detiene, sui suoi server, nessuno di quei file indicizzati, ma unicamente i già richiamati file .torrent. Questi sono dei file che svolgono la funzione di indicizzazione del contenuto di ogni singolo file messo in condivisione attraverso il circuito BitTorrent. Per gestire questi file e, quindi, per de-

cidere cosa mettere in condivisione, è sufficiente dotarsi di un qualsiasi client BitTorrent. Questo consentirà di leggere il file .torrent e di indirizzare l'utente alla ricerca di quel file "sparso" tra tutti gli altri utenti che lo condividono sul proprio sistema informatico. Allo stesso tempo, il client BitTorrent consente di creare un file .torrent a partire da un file che si decida di mettere in condivisione. Si capisce, quindi, che la funzione del sito di TPB - o meglio la sua funzione principale - è quella di fornire agli utenti un pratico motore di ricerca dei file .torrent. Una volta scaricato il torrent sul proprio computer, sarà possibile andare alla ricerca del file desiderato. Posto che, come Google non ha il controllo su ciò che milioni di utenti decidano di scrivere o pubblicare sui propri siti internet, così TPB non può conoscere il contenuto dei file torrent indicizzati dal proprio motore di ricerca, né, tanto meno, determinare quale sia l'effettivo contenuto dei file a cui i singoli torrent si riferiscono. I soggetti che basano il proprio business sui contenuti digitali (si pensi ai contenuti audio, video, videogiochi etc.) vedono il sito TPB come un nemico dei propri interessi economici, posto che, tra tutti i file che gli utenti possano decidere di mettere in condivisione, oltre a quelli la cui condivisione è perfettamente lecita (ad esempio, programmi e contenuti multimediali di pubblico

dominio, ovvero rilasciati sotto licenze libere, quali GNU/GPL oppure Creative Commons), possono esservi contenuti protetti da copyright e la cui diffusione non è, certo, incoraggiata dall'industria musicale, discografica, dei videogiochi e così via. A prescindere dalla valutazione sul reale impatto del fenomeno del filesharing sulle vendite del settore audiovisivo, si vanno moltiplicando, non solo in Europa, iniziative tese a contrastare il fenomeno del filesharing con modifiche legislative, azioni giudiziarie, limitazioni contrattuali e attività di tipo sanzionatorio-amministrativo. È in questo scenario che si inquadra anche la vicenda italiana di TPB. La vicenda prende avvio nel febbraio del 2008 da una denuncia della Federazione contro la pirateria musicale (FPM), ramo di contrasto alla pirateria informatica della Federazione per l'industria musicale italiana (FIMI). Secondo quanto denunciato dalla FPM, ThePirateBay violerebbe le norme sul diritto d'autore, in quanto i suoi amministratori avrebbero concorso alla comunicazione al pubblico di opere d'ingegno protette dal diritto d'autore ed "in particolare file musicali, documenti di testo, riproduzioni digitali di pubblicazioni a stampa, audiolibri, immagini, opere cinematografiche e televisive e programmi informatici" immettendo le opere stesse sulla rete internet. Tale denuncia viene presentata presso il Nucleo di Polizia tributaria di Bergamo nei confronti di quattro cittadini svedesi, ritenuti, esclusivamente sulla base della denuncia della FPM, titolari e amministratori del sito [www.thepiratebay.org](http://www.thepiratebay.org). Il procedimento penale si incardina, quindi, presso la Procura della Repubblica presso il Tribunale di Bergamo. Il 14 maggio del 2008, il dott. Mancusi richiede il sequestro del sito internet al GIP di Bergamo, il quale, tuttavia, lo rigetta, osservando che il pubblico ministero "non sia stato in grado di addurre in concreto alcuna condotta illecita commessa nel territorio dello Stato" in violazione delle norme sul diritto d'autore. Secondo la legge penale italiana, infatti, questo processo avrebbe potuto coinvolgere in correatà anche i responsabili svedesi del sito di TPB solamente nel caso in cui si fosse dimostrato che qualcuna delle condotte contestate (l'aver diffuso o messo in condivisione opere tutelate dalle norme sul diritto d'autore) fosse stata commessa in Italia. Sulla base di tale rigetto, il PM chiede alla Guardia di Finanza un approfondimento delle indagini, che viene, però, dele-

Giovanni Battista Gallus

Avvocato, Patrocinante in Cassazione, LL.M. Master of Laws - Ph.D.

Francesco Paolo Micozzi

Avvocato, Componente del Comitato Esecutivo dell'Istituto per le Politiche dell'Innovazione

gato ad un tecnico della stessa FPM. Gli approfondimenti delle indagini non apportano alcuna sostanziale novità nell'ottica indicata dal GIP che ha rigettato l'istanza di sequestro del sito. Ciononostante, lo stesso pubblico ministero decide, alla fine del mese di luglio dello scorso anno, di reiterare la richiesta di sequestro. Questa volta, in piena estate, il GIP di turno accoglie la richiesta del PM, demandando l'esecuzione del "sequestro" alla Guardia di Finanza. Questa, con una serie di comunicazioni informali ingiunge agli Internet Service Provider (ISP) italiani di modificare ad hoc le impostazioni dei server DNS al fine di impedire agli italiani di accedere al sito di TPB. Al di là dei tecnicismi, l'ordine del GIP mira a "filtrare" i tentativi di accesso a [www.thepiratebay.org](http://www.thepiratebay.org), impedendo che lo stesso sia visibile dall'Italia. Chi prova ad accedere al sito, viene reindirizzato ad una pagina ove è indicato che il sito è sottoposto a sequestro: tra l'altro, (fatto abbastanza curioso e certamente inusuale) si scopre presto che questa pagina web è ospitata presso un server sito in Gran Bretagna e apparentemente associato al dominio [pro-music.org](http://pro-music.org), un'associazione di discografici. Gli amministratori di TPB vengono informati del blocco italiano da fonti diverse da quelle ufficiali (non essendo loro mai stato notificato alcun provvedimento di sequestro) e pubblicano sul blog del sito di TPB un'accesa polemica contro l'Italia, definendola, in sostanza, uno Stato in cui è ancora vigente il regime fascista. Gli amministratori di TPB contattano - a ridosso del giorno di ferragosto - due legali italiani (Giovanni Battista Gallus e Francesco Paolo Micozzi) perché li tutelino. La prima fase da affrontare è quella che riguarda la misura cautelare reale, con la quale si è inibito l'accesso al sito agli utenti italiani. I legali propongono istanza di riesame del provvedimento di sequestro e, dopo circa un mese, il Tribunale del riesame di Bergamo fissa l'udienza per la discussione del provvedimento impugnato. All'esito dell'udienza, il Tribunale annulla il provvedimento di sequestro e dispone che siano annullate, conseguentemente, le richieste fatte agli Internet Service Provider di "filtrare" gli accessi al sito TPB. Il quale, torna, così, libero e disponibile alla navigazione anche degli utenti italiani. In particolare, il Tribunale ha ritenuto, in accoglimento delle argomentazioni della difesa, che un provvedimento di sequestro di un sito estero, effettuato mediante ordine di inibizione dell'accesso, rivolto a terzi (i provider), non sia previsto dall'ordinamento processual-penalistico italiano e sia, quindi, illegittimo. Ma la vicenda relativa al sequestro non ha ancora raggiunto un punto fermo, posto che il PM di Bergamo ha proposto

ricorso in Cassazione avverso il provvedimento del Tribunale del riesame. L'udienza in Corte di Cassazione è fissata per il giorno 29 settembre 2009: dinanzi la Cassazione, si è aggiunto al Collegio difensivo l'Avv. Giuseppe Campanelli. Al momento, il processo italiano non è ancora finito, o, meglio, non è ancora iniziato. Ci troviamo ancora in quella fase denominata "indagini preliminari", in cui il PM potrebbe ancora decidere di richiedere l'archiviazione del procedimento contro gli amministratori di ThePirateBay. Tuttavia, questa eventualità appare improbabile, mentre è più probabile che gli indagati vengano tratti a giudizio ed abbiano la possibilità di portare le loro ragioni in tutti e tre i gradi del processo penale. Nel frattempo - stranamente sempre nel periodo estivo - la FIMI annuncia di voler richiedere un milione di euro di danni agli amministratori di TPB. Tale notizia non è ancora giunta, né agli amministratori di TPB, né, tanto meno, ai legali italiani della Baia dei Pirati. Quello italiano non è, però, l'unico procedimento penale che le industrie musicali o cinematografiche hanno tentato contro il sito TPB. Svariate iniziative giudiziarie sono tuttora in corso in Svezia ed in Olanda. Indipendentemente dalla vicenda penale, è ormai chiaro che, soprattutto le nuove generazioni, i cosid-

detti "nativi digitali", ritengano del tutto normale poter accedere liberamente ai contenuti digitali, non solo come passivi fruitori, ma anche per sfruttare in senso creativo tutte le enormi potenzialità offerte dai nuovi media. Ad esempio, una ricerca effettuata per conto di Ukmusic (<http://www.ukmusic.org>) dall'Università dell'Hertfordshire, i cui risultati sono stati resi noti lo scorso agosto, ha sottolineato, una volta di più, come la stragrande maggioranza dei giovani tra i 18 e i 24 anni sia abituata a condividere i propri archivi musicali digitali. Il 61% degli intervistati ha anche dichiarato di utilizzare sistemi peer to peer anche per scaricare opere protette da copyright. La risposta a questo fenomeno sociale, oramai inarrestabile, non può passare per la via giudiziaria e le varie controversie alimentate in tutta Europa appaiono come battaglie di retroguardia: occorre, al contrario, prendere atto che la percezione sociale in ordine alla fruizione dei contenuti digitali sia radicalmente cambiata, e che le "vecchie" regole a presidio del diritto d'autore siano ormai inadeguate. In conclusione, occorre abbandonare la via repressiva, finora rivelatasi fallimentare, e pensare a nuove forme di circolazione e remunerazione delle attività creative, che siano corrispondenti al comune sentire della società digitale.

## Sesso e internet

**Internet sta profondamente trasformando la cultura, consentendo l'accesso a contenuti e informazioni messe in rete da ogni parte del mondo, senza alcun controllo. Oltre agli straordinari vantaggi che il mezzo offre da un punto di vista dell'informazione, internet sta rivoluzionando anche i rapporti di coppia.**

L'erotismo e la pornografia sono stati il primo business ad aver utilizzato massicciamente internet per trarre profitti e guadagni. Internet ha reso inoltre facilmente fruibile da tutti e gratuitamente materiale pornografico di qualsiasi tipo da soft a estremo fino ad arrivare a forme di perversione sessuale. Oggi però in internet il sesso sta acquisendo uno spazio importante e del tutto imprevedibile: nel web si stanno evolvendo e prendendo forma nuove espressioni di sessualità onanistiche ed esibizionistiche. Il sexting, l'esibizionismo amatoriale su internet o per messaggi si sta diffondendo molto velocemente, le ragazze soggette sono le teenager tra i 14 e i 19 anni, che si scattano delle foto molto sexy prevalentemente con la fotocamera del cellulare per poi mandarle o tramite sms o via mail o messenger. Sul web ci sono siti in

cui è possibile "testare" il sesso a distanza tramite webcam ed, eventualmente, incontrarsi dopo di persona. In altri siti le persone offrono prestazioni sessuali a pagamento, con cataloghi, prezzi e perfino un sistema di valutazione da parte degli utenti, simile a quello delle aste on-line di Ebay. Il cybersex è ormai realtà: addio dolci baci e languide carezze. Addio calore e tensione dell'intimità. Il sesso del futuro sarà sempre più cibernetico, grazie a Internet, a sensori con cui collegare i computer al corpo umano, a chip installabili a contatto col cervello per trasmettergli e ricevere stimoli erotici. Sarà infatti possibile stimolare il partner a distanza via Internet, attraverso tute (cybersuit, dotate di 36 stimolatori distribuiti su tutto il corpo) e "scatole magiche" (Robosuck), frutto di sofisticate tecnologie americane. In "Second Life", gioco di ruolo via internet, si può scegliere un alter ego virtuale, l'avatar, un corpo e organi sessuali a proprio piacimento. La verosimiglianza delle situazioni, unita all'anonimato, spingono migliaia di utenti a sperimentare fantasie inconfessabili senza i rischi e le complicazioni del mondo reale. Il rischio peggiore non è tanto il tradimento virtuale, ma la "sex addiction", la dipendenza da sesso, una sindrome compulsiva in cui la persona passa la maggior parte del tempo davanti al pc in cerca di stimoli sessuali, allontanandosi dalla vita reale.

Sara Crisnarò



Bianca La Rocca

Responsabile dell'ufficio stampa di Sos Impresa Confesercenti

## Giochi pericolosi

**Dalle attività puramente ludiche ed apparentemente innocue al complesso mondo del gioco d'azzardo on-line. I rischi di una dipendenza patologica dagli effetti devastanti, dove la criminalità organizzata può agire indisturbata con truffe, riciclaggio di denaro, usura.**

Dai cruciverba al sudoku, dalle battaglie stellari alle scommesse sportive, dal videopoker ai casinò, ormai l'universo web offre una vasta gamma di giochi, facilmente reperibili on-line, con software di facile applicazione e che godono di una sempre maggior popolarità di pubblico giovane e meno giovane. Se sul più noto motore di ricerca, Google, digitiamo le parole giochi on-line, troviamo ben 7.640.000 link di riferimento, compresi molti che rimandano ai vari videopoker e casinò, di cui è ricco l'universo virtuale. Anche i più noti social network presentano una vasta gamma di giochi. Uno dei più noti, proposto da Facebook, è Pet Society, un simpaticissimo simulatore di vita molto più semplice del classico The Sims. Si tratta di un cucciolo virtuale, capace di interagire con gli altri abitanti della comunità vivendo una vita di relazioni completa: visita gli amici, pratica sport, scommette sulle gare, guadagna monete virtuali, arreda la casa, si lava, si veste, fa shopping, fotografa le situazioni più divertenti, cura il giardino e ha l'hobby della pesca, può vendere, regalare o scambiare oggetti, riceve la posta e le comunicazioni del sindaco. Ideato dalla Playfish, conta milioni di appassionati, con decine di fan club sparsi in tutto il mondo. Tuttavia, queste attività puramente ludiche ed apparentemente innocue che, in misura ponderata, possono essere svolte in tutta tranquillità, nascondono non poche insidie e sviluppano in alcuni soggetti, particolarmente fragili, un potenziale di dipendenza, con conseguenza di sdoppiamento della personalità, confusione mentale, crisi epilettiche. Problemi che diventano ancora più complessi, e con conseguenze ancora più gravi, nel gioco d'azzardo. In questi casi, il soggetto patologico non riesce più a controllare il gioco, gli dedica sempre più tempo trascurando affetti, impegni ed altri hobby. È inspiegabilmente irritabile, sente il bisogno di scommettere quantità crescenti di denaro. Le perdite non lo fanno desistere, anzi. Rappresentano un incentivo a continuare. Il tutto tenendo completamente all'oscuro la famiglia, che alla fine viene trascinata con lui fino alla rovina economica. Difficile reperire

stime attendibili per quello che riguarda i "giocatori d'azzardo problematici" in Italia. Secondo le fonti più attendibili, si tratterebbe del 3% della popolazione. Si tratta, però, di un dato stimato per difetto, proprio per i tanti che, pur non frequentando sale giochi e casinò, trovano una vasta offerta di prodotti on-line. Bisogna aggiungere, inoltre, che nell'Unione Europea il gioco d'azzardo non è regolamentato (nel senso che non esiste una legge europea che lo dichiara più o meno legale). Dagli accordi sottoscritti tra i membri della UE, ne deriva che in ogni Paese si applicano le norme più favorevoli, le quali permettono la gestione dei casinò on-line e consentono ai cittadini di giocarci. Vi sono alcuni Paesi, come il Regno Unito, dove il gioco d'azzardo è considerata un'attività legale e, pertanto, viene regolamentato sotto vari aspetti. In Italia, invece, abbiamo una situazione opposta. Nella Legge Finanziaria del 2006, il Governo ha varato una norma atta a bloccare l'accesso da parte degli utenti italiani a tutti i siti web che consentono di giocare ai casinò on-line. Tale normativa, messa in atto dall'Amministrazione autonoma dei Monopoli di Stato, prevede l'adeguamento da parte dei provider di connettività internet italiani (ISP), pena una multa fino a 180.000 euro, degli strumenti adatti al blocco dell'accesso da parte di utenti italiani a tali siti web. Un provvedimento giustificato con la necessità di proteggere gli utenti dalle crescenti truffe che avvengono nei casinò on-line. Com'è facilmente immaginabile, il settore del gioco d'azzardo on-line è estremamente redditizio e soggetto ad una serie di attività illegali e di interesse penale che riguardano non solo la condotta del giocatore patologico, ma anche gli interessi da parte della criminalità organizzata. Questi vanno dalla gestione diretta dell'attività di gioco illegale all'indotto che può derivare dal gioco legale, primo fra tutti il riciclaggio di denaro, la spendita di banconote false, l'usura. Anche se le società che concedono in affitto i software per la gestione dei casinò on-line sono sottoposte a controlli da parte delle autorità di garanzia, è sempre presente la possibilità di irregolarità, illega-

lità o truffe, tenuto conto della facilità con cui è possibile, in poche ore, aprire e chiudere un sito web. Per aprire un casinò on-line, basta seguire pochi semplici adempimenti: creare la società che gestirà il casinò (simili società si possono aprire in stati come Panama o Gibilterra o le Isole Vergini), acquisire una licenza, affittare oppure sviluppare ed implementare il software di gestione del casinò, investire in attività di marketing on-line, spesso rivolgendosi a società specializzate nella gestione di programmi di affiliazione e, si può ben dire, il gioco è fatto. Ma non è solo il gioco d'azzardo a presentare forti rischi. Secondo un recentissimo studio di G Data Security Labs dell'agosto scorso, è in aumento su internet il commercio illegale dei dati di accesso ai videogiochi on-line che si possono installare o usare con una password. I ricercatori hanno individuato centinaia di forum illegali che vendono dati di accesso rubati ai giocatori per meno di due euro. Per G Data, sono World of Warcraft e Steam i giochi maggiormente presi di mira dai cyber criminali, che riescono a rubare i dati con uno speciale malware introdotto nel pc degli utenti. Una volta che il malware viene introdotto nel pc degli utenti, tutti i dati inseriti vengono loggati e, automaticamente, inoltrati ai criminali. I dati di accesso per quasi tutti i più popolari giochi on-line possono essere ottenuti anche per meno di due euro. Il prezzo dipende, come sempre, dal rapporto fra domanda e offerta, dalla qualità dell'account, da eventuali sconti sulle quantità e dall'abilità di negoziazione tra le parti. I criminali traggono la maggior parte dei loro profitti dagli account di Steam che contengono una gran mole di dati di accesso per giochi differenti. Come combatterli? Semplicemente usando soluzioni antivirus performanti, che spesso vengono snobbate dagli utenti per non inficiare le performance del pc. Una leggerezza che può costare molto cara, perché li rende facili prede dei cyber criminali. Insomma, giocare è bello, ma ciò che lo rende ancora più appassionante è la moderazione e la prudenza. Un po' quello che ci dicevano sempre le nostre nonne: il gioco è bello quando dura poco.

Tiziano Agostini

Professore ordinario, direttore dipartimento di psicologia - Università di Trieste

Elisa Mattaloni

Dottoressa in Scienze e Tecniche Psicologiche - Università di Trieste

## Fuga dalla realtà

**Una caratteristica importante tra gli internet dipendenti è la negazione del problema come spesso accade con qualunque altro tipo di dipendenza. È molto difficile infatti chiedere aiuto per qualcosa che la maggior parte delle persone apprezza per il suo valore innovativo.**

Negli ultimi anni, internet ha ampliato le possibilità di comunicazione e di accesso alle fonti di informazione. Questo fatto ha però prodotto degli stati di disagio psicologico che molto spesso si esprimono con sintomatologie simili a quelle che si osservano nelle dipendenze. Esiste una vera e propria psicopatologia, Internet Addiction Disorder (I.A.D.) - dipendenza da Internet -, termine coniato da Ivan Goldberg nel 1995, che può essere paragonata al gioco d'azzardo patologico, come diagnosticato dal DSM-IV. Infatti, la parola addiction si riferisce ad una dipendenza patologica, una ricerca reiterata di una forma di piacere che crea disagio per dipendenza. Più recentemente (Jader Jacobelli, La realtà del virtuale, Laterza, 1998), per individuare e distinguere i segni di dipendenza da rete dal consumo non patologico di Internet, si fa riferimento ad alcuni comportamenti. Essi rappresentano degli indicatori qualitativi o quantitativi di differenza tra normalità e patologia e hanno permesso di distinguere 3 tappe nel percorso verso la forma più stabile della Dipendenza Patologica dalla rete.

1. Prima tappa o fase iniziale. È caratterizzata dall'attenzione ossessiva a temi e strumenti inerenti l'uso della rete. Genera comportamenti quali controllo ripetuto della posta elettronica durante la stessa giornata, ricerca di programmi e strumenti di comunicazione particolari, prolungati periodi in chat.

2. Seconda tappa o tossicofilia. È caratterizzata dall'aumento del tempo trascorso on-line, con un crescente senso di malessere, agitazione, mancanza di qualcosa quando si è scollegati (condizione paragonabile all'astinenza). Inizialmente, ciò era associato anche ad un notevole aumento delle spese, cosa che spesso rappresentava un lieve fattore di inibizione della tossicofilia. Oggi ciò è pressoché irrilevante, date le numerose possibilità di rimanere a lungo collegati a basso costo. Restano, tuttavia, importanti indicatori di tossicofilia il malessere soggettivo off-line e l'abuso on-line.

3. Terza tappa o tossicomania. È la fase in cui la dipendenza da rete agisce

ad ampio raggio, danneggiando diverse aree di vita, quali quella lavorativa, delle relazioni reali e quella scolastico-lavorativa. Si rilevano problemi di scarso profitto, assenteismo scolastico-lavorativo e isolamento sociale, anche totale. In letteratura, sono state individuate 4 categorie di elementi che contribuiscono all'insorgere di psicopatologie legate all'uso di Internet:

1. le psicopatologie preesistenti. In più del 50% dei casi la IAD può essere indotta da alcuni tipi di disturbi psichici preesistenti;

2. le condotte a rischio ("eccessivo consumo", riduzione delle esperienze di vita e di relazione "reali", ecc.);

3. eventi di vita sfavorevoli (problemi lavorativi, familiari, ecc: "internet come valvola di sfogo");

4. le potenzialità psicopatologiche proprie della rete (anonimato e sentimenti di onnipotenza che possono degenerare in pedofilia, sesso virtuale, creazione di false identità, gioco d'azzardo, ecc.).

Ogni dipendenza implica dei meccanismi quali la tolleranza (per cui si è costretti ad aumentare le dosi di una sostanza per ottenere lo stesso effetto), l'astinenza (con comparsa di sintomi specifici in seguito alla riduzione o sospensione di una particolare sostanza) e il "craving" o mania, che porta ad un fortissimo e irresistibile desiderio di assumere una sostanza. Desiderio che, se non soddisfatto, causa intensa sofferenza psichica e, a volte, fisica, con fissazione del pensiero. Questi elementi sono tipici di dipendenze quali tabagismo, alcolismo e gioco d'azzardo. Sono anche riconoscibili in quanti l'uso eccessivo di Internet soddisfa, sul piano virtuale, quel che non si riesce ad ottenere nella realtà. Alla fine, si percepisce il mondo reale come un semplice ostacolo o impedimento all'esercizio della propria onnipotenza, sperimentata con immenso piacere nel mondo virtuale. Le chat sono un ulteriore mezzo di "potere" per scappare dalla vita reale e dai problemi. La persona è libera di usare la fantasia per presentarsi agli altri e nell'immaginarli: si incontrano facilmente persone

che dichiarano un'identità diversa da quella reale. In tal modo, chi chatta ha la possibilità di realizzare in modo virtuale il proprio "io ideale" e, di riflesso, sentirsi finalmente realizzato, anche se solo virtualmente. Con queste sensazioni piacevoli a portata di mano, come si fa a spegnere il computer e tornare alla realtà? È evidente che, attraverso internet, si possono provare intensi e piacevoli sentimenti di fuga, superando on-line i problemi della vita reale, con un effetto simile ai "viaggi" causati da alcune sostanze stupefacenti. I soggetti che utilizzano le rete tendono ad alterarsi facilmente con chi disturba il loro "viaggio". Esperienza, questa, che può essere paragonata alla risposta del fumatore che dice a se stesso "solo un'ultima sigaretta e andrò a dormire". Lo stesso procedimento viene messo in atto dagli internet dipendenti che rispondono irritati a chi chiede loro di disconnettersi "ancora un minuto e spengo", oppure dicono a sé stessi razionalizzando "un altro minuto non farà molta differenza". Ma poi rimarranno connessi ancora ore ed ore. Altra caratteristica importante tra gli internet dipendenti è la negazione del problema, come spesso accade con qualunque altro tipo di dipendenza. È molto difficile, infatti, chiedere aiuto per qualcosa che la maggior parte delle persone apprezza per il suo valore innovativo. Molti utenti rischiano di allontanarsi dai rapporti interpersonali "faccia a faccia", indispensabili per una vita sana e socialmente equilibrata, preferendo relazioni virtuali; queste, inevitabilmente, portano ad una spersonalizzazione. Purtroppo, sempre più spesso si vedono i canali chat come unico e solo mezzo per incontrare poi nella realtà altre persone, dove ci si descrive diversi, come si vorrebbe essere. Ma è nella realtà che viviamo, non nella chat. Tuttavia, bisogna riconoscere il valore comunicativo della chat dato da un suo uso intelligente e consapevole, tenendo però ben presenti i suoi limiti.

In conclusione, stare collegati per ore ed ore è forse un modo per ingannare noi stessi, un modo per lasciare che la rete rubi il tempo alla nostra vita.

Gianmarco Navarini

Professore associato di Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi,  
Università di Milano Bicocca

## Nuovo Mito del XXI secolo

**The UnGoogleables è un quasi-movimento nato negli Usa che consacra the hide from search, l'assenza di identità, innanzitutto del proprio nome, in ciò che sempre trovi nella rete. La logica della presenza e dello status è capovolta, senti di esistere (meglio) se non sei rintracciabile sul web.**

Circola una domanda che siamo destinati a sentirci porre anche solo conversando al cellulare, e che è entrata nelle prassi degli incontri sociali, delle conversazioni al bar, alla macchinetta del caffè, alle cene, ai momenti conviviali tra vecchi e nuovi conoscenti. Una domanda innocua, che serve più che altro a sostenere l'impegno nella conversazione. Una domanda, tuttavia, che porta con sé un'implicazione: costringe l'individuo a parlare di sé. Una domanda potente, poiché fa del *self* dei parlanti un esplicito oggetto conversazionale e, come tale, soggetto a definizioni, commenti, giudizi, conoscenze e riconoscimento, ma anche a controlli e trattamenti morali. "Sei su Facebook?". La domanda individua due tipi di parlanti: quelli che sono e quelli che non sono sul più famoso social network del pianeta. Distingue tra due forme di esistenza in un mondo in cui l'erosione del confine tra reale e virtuale è forse data per scontata. L'implicazione del *self* è evidente: di solito, la conversazione prosegue con giustificazioni, argomentazioni riguardo al senso del social network e con la presentazione di ragioni delle nuove identità che si caratterizzano per una certa presenza o assenza. Facebook deve la sua importanza al fatto di essere un oggetto di conversazione, non solo dentro, ma anche fuori la rete. La gente ne parla, commenta, esprime opinioni. Si orga-

nizzano convegni, gli intellettuali scrivono *pamphlet*, piovono tesi di laurea e fioriscono progetti di ricerca. È lo stesso discorso, l'attività conversazionale, che riflessivamente contribuisce a riprodurre la cosa: in certa misura, Facebook esiste solo perché se ne parla. Tornando alla domanda, viene da chiedersi se comporti questo tipo di logica: "dimmi se sei su Facebook e ti dirò chi sei". La domanda ripropone una logica ormai evidente nella comunicazione commerciale, che traspare nell'economia dei segni dei cartelloni pubblicitari, persino nella decorazione degli autobus, quando allo slogan, alla marca, al nome di un'impresa-azienda-produttore-distributore-venditore ecc. (ferramenta o istituzione pubblica che sia) viene fatto seguire l'indirizzo web dove potrai sapere "meglio" chi è e di che cosa si tratta "per davvero". Si tratta di un ovvio strumento utile ad un'altrettanto ovvia logica di informazione. Ma oltre a riprodurre una sorta di condizione di esistenza - se non sei sul web non esisti - la logica è di un dispositivo che incorpora un incessante rimando a pratiche di vita quotidiana: vai in rete, nel luogo dove sta il sapere e il simulacro di identità che cerchi. Un luogo affollato di presenze e per il quale le condizioni e le abilità di accesso e, soprattutto, di uso, distinguono identità e status, non più nella classica forma del "digital divide", ma ben oltre l'immagine diffe-

renziale apocalittici/integrati. La rete è il luogo del sapere e «Google è il ragno della rete. In essa svolge una metafunzione: sapere dov'è il sapere. Dio non risponde mai; Google sempre, e immediatamente». Così Miller colloca Google tra i nuovi miti d'oggi, la rivisitazione del famoso catalogo di Barthes. Ma in tale contesto, il vero mito che sfugge è un altro: quello di un sé *ungoogleable*. E, naturalmente, *unfacebookable*. The UnGoogleables è un quasi-movimento nato negli Usa che consacra *the hide from search*, l'assenza di identità, innanzitutto del proprio nome, in ciò che sempre trovi nella rete. L'esistenza è concepita dentro una leggera forma di resistenza che fa dell'outsider una condizione di quasi privilegio, un essere che custodisce un bene prezioso. La logica della presenza e dello status è capovolta, senti di esistere (meglio) se non sei rintracciabile sul web. Tutela di intimità, ossessione del controllo, senso di autonomia, protezione della propria vita quotidiana, fastidio per l'inevitabile condizione di rin-tracciabilità (conto corrente, carta di credito, carte fedeltà, qualsiasi pass-card, cellulare, ecc.), disgusto per la logica dei reality e di programmi quali "Chi l'ha visto" sono i principali elementi costitutivi del nuovo movimento. Forse destinato a fallire, e dal quale molti sono ormai esclusi per definizione. E per questo un nuovo mito del XXI secolo.

## Televisione addio

Il dominio della televisione quale strumento principe di comunicazione in Europa e nel Mondo durerà ancora poco: dal prossimo anno sarà spodestato dalla supremazia di Internet. A tracciare questo quadro innovativo è Microsoft nel rapporto Europe logs on: Internet trends of today & tomorrow. Nel mese di giugno 2010, il numero di utenti connessi alla rete supererà quello degli spettatori TV, consegnando così ad Internet il trono di mezzo di comunicazione più utilizzato in assoluto. In media, l'accesso sarà di 14,2 ore alla settimana (pari a più di 2,5 giorni al mese), mentre la televisione si attesterà su 11,5 ore alla settimana (2 giorni al mese). Ciò non significa che spariranno i programmi televisivi o si userà soltanto il Pc. Si prevedono, però, profondi cambiamenti nella fruizione di entrambi i media, da cui deriverà una radicale

evoluzione dei modelli di business e soprattutto, delle strategie di Marketing e Advertising per fidelizzare i consumatori. In un mondo in cui non vi è più la necessità di utilizzare la tv per seguire i programmi di proprio interesse, sarà particolarmente premiante trovare nuovi modi per raggiungere i consumatori proprio laddove questi prediligono spendere il loro tempo. Pc e televisore così come li conosciamo oggi sono destinati ad evolversi. Da mezzo di comunicazione a senso unico, la televisione diventerà sempre più interattiva e on demand, accessibile cioè da più schermi grazie alla banda larga. Internet, dal canto suo, non sarà più confinato al solo Pc: prenderanno progressivamente piede nuovi strumenti di accesso, quali cellulari, smartphone, console per videogiochi, Mid e Netbook. In questo senso, si può arrivare a dire che l'uso della televisione, anziché diminuire, crescerà: sarà accessibile sempre e dappertutto, non più vincolata dagli orari definiti nei palinsesti e giungerà

agli utenti attraverso Internet. Già ora, specialmente nella fascia d'età tra i 18 e i 24 anni, televisione e computer non sono separabili: il secondo è un mezzo per accedere on demand ai contenuti prodotti dalla prima. Sarà una vera e propria rivoluzione, non solo sociale, ma anche di Business: a partire dalla pubblicità, rivista in chiave digitale, fino al rapporto con i clienti. Per il nostro Paese, IAB Italia ha stimato una crescita del mercato Advertising, nel 2009, pari al 13,7% rispetto al 2008, per un volume totale di 931,35 milioni di euro. Il Web, pertanto, rappresenterà sempre più una reale e grande opportunità di Marketing da sfruttare intensamente, soprattutto in questi tempi di crisi: consente di ridurre i costi delle campagne pubblicitarie, aumentando al massimo il ROI (Ritorno sugli Investimenti) e raggiungendo, al contempo, milioni di utenti.

Mauro Volpatti, responsabile commerciale Italia - Areagrafica Srl

Daniele Fusi

Responsabile donatori individuali Cesvi Onlus

## Il futuro del settore non profit

**La raccolta fondi on-line rappresenta, nel nostro Paese, una piccolissima fetta del totale, il principale mezzo di donazione resta ancora il contante seguito dal bollettino postale. Anche negli altri paesi la situazione non è molto diversa, si pensi che gli Stati Uniti, riescono a raccogliere on-line solo il 4% del totale di donazioni.**

Internet per il non profit e la raccolta fondi non sono una prospettiva così lontana. Nei prossimi anni, il web si attesterà sicuramente come mezzo principale di fundraising. È già il presente per moltissime organizzazioni grandi, medie e piccole che lo utilizzano ogni giorno per comunicare con i propri sostenitori e volontari. Esistono gradi di sofisticazione diversi, a seconda delle dimensioni delle organizzazioni e delle loro strutture interne, ma resta il fatto che internet è, già da qualche anno ormai, uno strumento, se non di raccolta fondi, almeno di comunicazione, imprescindibile. Questi gradi di complessità differenti ci portano ad osservare come, partendo dai semplici siti vetrina delle organizzazioni più piccole, si possa arrivare a vere e proprie strategie di web marketing tramite acquisto di spazi pubblicitari e invio di e-mail per diffondere la conoscenza dell'organizzazione e per aumentare la raccolta fondi. Oltre a questo, negli ultimi due anni, si è visto un aumento dei progetti legati ai social network (Facebook, Myspace ecc.). Al momento, la raccolta fondi on-line rappresenta, nel nostro Paese, una piccolissima fetta del totale. Il principale mezzo di donazione resta ancora il contante, seguito dal bollettino postale. Anche negli altri paesi la situazione non è molto diversa. Negli Stati Uniti, patria di internet, le donazioni on-line riescono a raccogliere solo il 4% del totale. I motivi sono probabilmente da ricondurre alla "debolezz-

za" dei pagamenti on-line in generale, non solo riferiti alle donazioni. Pesano la sicurezza delle transazioni e la scarsa diffusione delle carte di credito, unico mezzo di donazione on-line possibile in Italia. In secondo luogo, la maggior parte dei donatori italiani appartiene a fasce d'età superiori ai 60 anni e per loro il web non è certo uno strumento di uso abituale. Quindi, al momento, internet ed i social network rappresentano interessanti strumenti soprattutto di comunicazione, più che di raccolta fondi. Non va però dimenticata l'estrema velocità di sviluppo del web. Quindi, nonostante questo quadro all'apparenza negativo, potrebbe rivelarsi quanto prima un eccezionale strumento anche per raccogliere fondi. Cesvi, quasi 10 anni fa, sceglie di pubblicare un sito web informativo sui propri progetti e le proprie attività. Successivamente, struttura campagne di sensibilizzazione basate principalmente sul web, sino ad arrivare, a dicembre del 2008, alla creazione di Cesviamo.org, il primo social network interamente dedicato alla raccolta fondi. Cesviamo.org coinvolge i giovani trasformando la solidarietà in un gioco divertente e responsabile. Sostenuto da Nokia, il progetto si propone di sfidare ed innovare la cultura della solidarietà in Italia per aumentare il numero delle donazioni on-line e promuovere un nuovo interesse per l'impegno e la responsabilità sociale. "Il rischio di tutte le organizzazioni non profit è quello di avere un target molto vecchio o privo di quelle fasce di età fino ai 35 anni che devono invece essere coinvolte sin da subito. Per entrare in contatto con le schiere di giovanissimi e giovani adulti è indispensabile cercare vie nuove, usare strumenti inediti di comunicazione e... sorprendere." osserva il sociologo Enrico Finzi, presidente di Astra Ricerche e della TP, la più antica e vasta organizzazione rappresentante i professionisti della comunicazione non giornalistica. Il funzionamento è semplice: ci si registra, si sceglie un progetto a cui destinare la somma raccolta, si dichiara la somma-obiettivo e la durata della scommessa che, se vinta, servirà per portare a termine una piccola parte del progetto selezionato. La cifra in

gioco può variare dai 25 ai 10.000 euro e ad ogni somma corrisponde un tempo massimo di raccolta. Il passo successivo è lanciare la propria scommessa: inverosimile o faticosa, buffa o serissima. Ognuno sceglie la propria e può condiderla con il proprio network di amici, invitando tutti a scommettere con una donazione. Se si riesce a raggiungere l'obiettivo nei tempi stabiliti, la sfida sarà vinta: Cesvi attiverà l'intervento finanziato e il giocatore dovrà tenere fede alla scommessa. Se non lo si realizza, la somma raccolta andrà comunque a favore di un progetto, perché l'importante non è vincere, ma mettersi in gioco. Così, Margherita, con i suoi abbracci ai passanti, vincendo la sua scommessa, permetterà di attrezzare una sala operatoria per un mese. La tintura viola sui capelli di Marta potrebbe pagare le tasse scolastiche ad un bambino orfano di Harare (Zimbabwe). La scommessa da 1000 euro di Roberto è più impegnativa: fare la spesa in muta da sub, di sabato all'orario di punta. Ma, se vinta, permetterà di supportare il lavoro di un tecnico di laboratorio impegnato nella lotta alla malaria. "Il social networking è una modalità avanzata e innovativa di dialogo via web, ma anche le scommesse - continua Finzi - fino a ora socialmente censurate e dalla "reputazione" fortemente negativa nell'immaginario collettivo, diventano esperienze positive e maturante." Così, la scommessa coinvolge in prima persona, emotivamente e concretamente. Costringe a prendere posizione e scendere in campo per impegnarsi a raggiungere il risultato desiderato, riportando la donazione ad una dimensione ludica. In questo modo, i due livelli di gioco e impegno si sovrappongono, restituendo all'idea di solidarietà un senso di partecipazione, coinvolgimento emotivo e divertimento. In uno scenario italiano in cui la solidarietà, intesa come donazione, interessa solo il 34% della popolazione, e dove il profilo tipo del donatore è donna, con più di 55 anni, del Nord Ovest, si vuole creare una nuova cultura della donazione, moderna e capace di coinvolgere un pubblico più ampio. Una community di fund raiser giovani, dinamici e protagonisti.



Enrico Menduni

Professore ordinario al DAMS dell'Università Roma Tre, settore scientifico-disciplinare Cinema, Fotografia e Televisione

## Il futuro prossimo della rete

**Una tecnologia si afferma quando diventa "foolproof", a prova di scemo. Internet, le tecnologie cellulari e quelle digitali si combinano per sottrarre definitivamente il mondo digitale agli addetti ai lavori e anche al monopolio della generazione "digital native".**

Come sarà Internet del futuro? Negli Stati Uniti circola una barzelletta: suonano alla porta, una signora apre e c'è un tecnico in tuta con tanto di valigetta. Sono venuto a riparare il frigorifero, dice. "Ma noi non l'abbiamo chiamata", risponde la signora. "E infatti, replica il tecnico, è stato il frigorifero a chiamarmi." Naturalmente, in Italia, la barzelletta è inapplicabile: nessuno aprirebbe ad uno sconosciuto che si presenta con una motivazione così labile. Eppure, il futuro è proprio lì: una SIM inserita dentro il frigo (o il forno a microonde, o l'impianto di irrigazione del giardino, o un'automobile) che è sempre in contatto con la casa madre, scarica gli aggiornamenti dei software di funzionamento, comunica dati sulla propria attività, si relaziona con altri apparati, chiama la manutenzione quando non riesce da sola a risolvere un problema. Già nel 1998 Donald Norman aveva scritto un'opera fondamentale, *Il computer invisibile* (tradotta nel 2000 in Italia presso Apogeo), in cui sosteneva brillantemente che un autobus, la caldaia del riscaldamento, o una macchina da stampa non sono che computer "travestiti" in modo da assumere le vecchie forme degli oggetti meccanici, ciascuno con la propria tecnologia, propri del XX secolo. Grazie alle tecnologie cellulari, gli oggetti, tutti questi computer travestiti da oggetti funzionali, possono ora connettersi ad Internet indipendentemente dall'intervento umano.

Il GPS provvede, se necessario, alla loro localizzazione sul territorio (ad esempio, se è un veicolo a collegarsi) e così gli oggetti dialogano con la casa madre e fra loro. Appena cinque anni fa, ci stupivamo quando un computer raccontava a Microsoft che cosa avevamo fatto e che problemi di funzionamento si erano incontrati. Fu scomodata allora la metafora del "grande fratello", ma nessuno pensava che il "grande fratello" potesse assumere le sembianze dello scaldabagno. Internet + le tecnologie cellulari + quelle digitali si combinano per sottrarre definitivamente il mondo digitale agli addetti ai lavori e anche al monopolio della generazione "digital native". Senza nulla togliere a questi imberbi smettoni, l'uso del digitale è già diffusissimo anche tra anziani e anzianissimi (basta pensare ai cellulari), anche nella forma dell'ubiquità, della connessione permanente, della manipolazione di file multimediali, dello scambio e delle alterazioni di testi, ed infine, degli USG, i contenuti generati dagli utenti. Una tecnologia si afferma quando diventa "foolproof", a prova di scemo, quando è accessibile anche al non addetto ai lavori. È questo il momento in cui sviluppa una capacità virale di replicarsi. Quando molte persone parlano di Internet hanno in mente una figura che, grazie al cinema, è diventato un vero archetipo, il giovane con gli occhiali seduto davanti ai suoi computer, magari un hacker che

entra nei segreti del Pentagono, forse un programmatore, o un chat addicted, uno che vive chattando con i coetanei. In realtà, tipi del genere erano caratteristici degli anni Ottanta e di un pezzo degli anni Novanta, diciamo la fase aurorale di Internet. Oggi, nel Web 2.0, Internet è di tutti, compresa la signora anziana che telefona al figlio, magari da un telefono fisso, ignorando che Telecom, per risparmiare, istrada la sua chiamata su protocollo IP: insomma, fa Voip senza saperlo. Ma noi non abbiamo alcun bisogno di sapere come sono fatte le cose che usiamo e come funzionano: basta che funzionino. Nessuno sa come funziona un termostato, un medicinale, una fotocopiatrice, ma sappiamo usarli con tranquillità. Tutti pensavano che il Web 3.0 sarebbe stato il cosiddetto web semantico: taggare in maniera appropriata i contenuti (dotarli di opportune parole chiave) consente a loro di cercarsi reciprocamente e connettersi su Internet creando conoscenza disambigua. Di trovare subito Piazza Garibaldi e non una biografia dell'eroe o l'incrociatore Garibaldi, per fare un esempio semplice. Tutto questo, sicuramente, ci sarà. Ma la nuova Internet, quella delle persone comuni e non esperte, sarà l'Internet delle cose. Cose che funzionano sempre più da sole, parlando fra loro, e di cui siamo un po' meno padroni. In cambio, però, non dimenticano i turni di manutenzione o di pagare le bollette.

## Navigare alla cieca

...o, forse, dovrei dire "pagaiare", dal momento che il mio uso del web è assolutamente amatoriale? Gli ausili di cui può usufruire un disabile della vista per utilizzare agevolmente un computer, desk-top o portatile, variano dagli screen-reader, ormai dotati di voci gradevoli e nient'affatto meccaniche, ai display braille, ai videoingranditori per gli ipovedenti. Si tratta di strumenti in continua evoluzione, che permettono il pieno utilizzo del computer e dei suoi applicativi. Nella navigazione in rete, le difficoltà dei disabili visivi derivano, piuttosto, dalla strutturazione dei siti. Se Tim Berners-Lee dice che "the power of the web is in its universality" (il potere del web risiede nella sua universalità), la grande attenzione per l'estetica e la ricerca di "effetti speciali" spesso finiscono col vanificare proprio quell'universalità. Immagini, filmati flash, tabelle, form ed elementi multimediali non solo sono invisibili per chi non vede affatto, ma possono anche risultare estremamente disturbanti per chi vede poco. Ne consegue che il sito che ne fa uso, senza fornire un equivalente testuale, cioè un elemento testuale in grado di veicolare l'intero contenuto essenziale, risulta inaccessibile ad un disabile visivo. Ed ecco che entriamo nell'argomento accessibilità. I primi a porsi il problema dell'accessibilità al web, ed a fornirne una regolamentazione legislativa, sono stati gli Stati Uniti con la sezione 508 dell'"Americans with Disabilities Act". Si stabiliva la necessità di rendere universalmente acces-

sibile l'informazione contenuta nella crescente rete internet, delineando alcune linee guida per la creazione di siti, pubblici e privati. Parallelamente, il W3C (World Wide Web Consortium), l'ente internazionale che ha il compito di fissare gli standard del web, ha elaborato il Web Accessibility Initiative (WAI), un documento che fornisce informazioni utili alla creazione di siti accessibili. In Italia si è tentato di emulare gli Stati Uniti con la legge 4/2004, altrimenti nota come legge Stanca, dal nome dell'allora Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie. La quale, tuttavia, è vincolante esclusivamente per i siti della Pubblica Amministrazione, limitandosi ad un generale invito all'accessibilità e all'assegnazione di un "bollino blu" attestante la conformità ai criteri stabiliti dal regolamento di attuazione della legge, per tutti gli altri. Sebbene tali documenti rappresentino un grosso passo avanti in materia di navigazione universale del web, è necessario specificare che l'accessibilità di un sito non sempre significa che esso è pienamente fruibile da tutti: "accessibilità" e "usabilità" sono due termini che viaggiano paralleli, ma non si sovrappongono, né vanno confusi fra loro. L'accessibilità si occupa esclusivamente degli aspetti tecnici che permettono la navigazione in rete da parte di tutti, abili e disabili, indipendentemente dagli strumenti e dagli ausili impiegati. In tal senso, l'osservanza dei punti contenuti nel regolamento di attuazione della legge Stanca (d.m. 75/05) che, poi, ricalcano da vicino quanto previsto dalla sezione 508 americana, dovrebbe essere sufficiente a garantire l'autonomia di movimento ed esplorazione anche da parte dei portatori di handicap visivo, motorio, uditivo o cognitivo. Quando,

Paola de Rosa

Direttrice del portale [www.intrage.it](http://www.intrage.it)

## Una società senza esclusi

**Nel nostro Paese si guarda ancora con incredulità ad attempate signore e a nonni dai capelli completamente bianchi che navigano in rete, chattano, partecipano a forum e social network.**

In Italia cominciano ad invertirsi le regole del gioco. Quelle che, fino a pochi anni fa, stabilivano che la terza età fosse una fascia di popolazione da proteggere in termini solidaristici, un peso per la società. Regole che consideravano l'anziano un anello debole delle dinamiche sociali ed economiche, soggetto improduttivo e, soprattutto, lontano dalla comune necessità di conoscenza e formazione. Recenti indagini a tutto campo sulla terza età in Italia rivelano una realtà ben diversa, con esiti che possono apparire addirittura sorprendenti se, ad esempio, si prende come parametro di riferimento l'utilizzo di Internet. Nel nostro Paese si guarda ancora con incredulità ad attempate signore e a nonni dai capelli completamente bianchi che navigano in rete, chattano, partecipano a forum e social network. Ciononostante, il fenomeno ha raggiunto proporzioni consistenti, soprattutto se confrontato con i livelli di fine anni '90, quando il panorama nostrano appariva come un deserto informatico, se guardato in relazione all'accesso dei più anziani ad Internet. Dalla ricerca Istat del 2008 "Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione: disponibilità nelle famiglie e utilizzo degli individui" risulta che, nel quadriennio 2003-2007, l'utilizzo del PC e di Internet nella fascia d'età 55-64 anni è passato rispettivamente dal 36 al 43,1% e dal 26% al 41,2%. A livello di Web Application è ancora la posta elettronica a fare la parte da leone, ma il 72,8% degli appartenenti

a questa fascia d'utenza esprime il desiderio di voler utilizzare il Web in modo più completo. Un segnale certamente incoraggiante, a patto che si riesca ad eliminare quello che il 76% dei diretti interessati indica ancora come uno dei principali ostacoli: la scarsa capacità d'utilizzo della rete. Attualmente, rivela lo studio "Senior.com: Internet e i silver surfers" realizzato da Nielsen, gli individui di età superiore ai 55 anni che navigano in rete in Italia sono quasi 3 milioni e il loro "peso", rispetto al resto dell'utenza, continua a crescere di anno in anno (+6% nel 2008). Si tratta di indicatori che, sebbene non consentano di archiviare definitivamente i pericoli di esclusione tecnologica e digital divide, forniscono comunque prospettive incoraggianti sulla possibilità di sgretolare definitivamente il concetto di "debolezza" della terza età, restituendo a chi è più avanti negli anni dignità e riconoscendo il valore. È proprio partendo dalla convinzione che la rete potesse rappresentare un formidabile strumento di emancipazione per i più anziani, che nel giugno del 2000 è nata [www.intrage.it](http://www.intrage.it), la prima realtà web nazionale dedicata ad un pubblico OverAnta. Il Portale è diventato presto un punto di riferimento per una vastissima comunità di persone che, nonostante l'età avanzata, dimostra di essere curiosa, dinamica, attiva, affamata di informazione e di spazi nei quali esprimersi e raccontarsi, a proprio agio anche con le più moderne tecnologie. Naturalmente, si tratta di un risultato conquistato sul campo dagli utenti e reso più agevole dagli accorgimenti progettuali adottati. A partire dall'analisi dei requisiti, con la definizione delle esigenze utente e delle caratteristiche di qualità, passando per la definizione dei flussi di interazione, della struttura ed alberatura, delle mappe di navigazione e dell'interfaccia grafica, il Portale ha puntato da subito a garantire il massimo livello di usabilità. L'ISO, International Organisation for Standardisation, definisce l'usabilità come l'efficacia, l'efficienza e la soddisfazione con le quali determinati utenti raggiungono alcuni obiettivi in certi contesti. Il termine indica sostanzialmente un parametro per misurare il grado di facilità e soddisfazione nell'interazione uomo-strumento. A cavallo tra la fine degli anni '90 e il 2000, tuttavia, non erano molte le realtà web pronte a creare un

"ecosistema" che rispondesse alle necessità degli anziani che muovevano i primi passi in rete e si preoccupasse della loro "soddisfazione". Non tutti, ad esempio, avevano pensato che un pubblico "più maturo" si sarebbe trovato maggiormente a proprio agio con una grafica caratterizzata da colori tenui e riposanti e da caratteri leggermente più grandi rispetto a quelli impiegati nel web all'epoca. Alla stessa stregua, una mappa di navigazione estremamente lineare, antitetica rispetto a quelle che ricalcavano pedissequamente la logica della carta stampata, avrebbe non soltanto reso evidente in qualsiasi momento l'esatta posizione dell'internauta e il percorso effettuato per raggiungerla, ma limitato al massimo il suo senso di "smarrimento". Un'informazione vademecum, meno volatile e fine a se stessa, invece, sarebbe stata certamente apprezzata da tutte quelle persone chiamate ad affrontare e risolvere i tanti problemi offerti dalla vita di tutti i giorni, per sé o per i propri cari. Al di là di questi accorgimenti, comunque, e volendo realizzare un progetto di reale integrazione, sarebbe stato necessario ricorrere ad adeguati strumenti formativi per assicurare a queste persone il raggiungimento di un buon livello di dimestichezza con il web. La convinzione che i programmi di alfabetizzazione tecnologica sarebbero stati più efficaci se condotti con strumenti tradizionali (aula) invece che esclusivamente via web, non era largamente diffusa. In questo campo, Intrage ha favorito il ritorno sui banchi di scuola, senza alcun tipo di spesa, di oltre 8 mila anziani. Anche sviluppare aree di comunità che si caratterizzassero non soltanto per la vivacità ed il facile utilizzo, ma per la "sicurezza" offerta da supervisor, animatori e moderatori, avrebbe ridotto il disorientamento degli utenti meno avvezzi, spronandoli a ritrovare il gusto della discussione e del confronto. Dal suo osservatorio, Intrage ha potuto constatare che forum e chat possono davvero favorire lo sviluppo di un fenomeno aggregativo spontaneo e molto intenso: dall'incontro virtuale, gli utenti del Portale sono presto passati ad organizzare iniziative ludico-ricreative per incontrarsi fisicamente, ad ulteriore conferma che la vivacità, la curiosità e lo spirito d'iniziativa, se opportunamente sostenuti, non hanno davvero età.

Fernanda Flamigni, responsabile provinciale Associazione *Disabili Visivi - Trieste*



# SOCIAL MENTE

gli eventi di  
**SOCIAL NEWS**



Con il patrocinio  
Segretariato Sociale  
[www.segretariatosociale.rai.it](http://www.segretariatosociale.rai.it)

[www.socialnews.it](http://www.socialnews.it)

## L'INCONTRO MENSILE TRA AUTORI E LETTORI

# NOVEMBRE 2009 @ ROMA

Invito esteso a tutti i lettori \* Ingresso gratuito \* Seguiteci su [socialnews.it](http://socialnews.it) per conoscere data, ora e luogo

Il tema di questo mese:

## INTERNET



Saranno 500 punti i di accesso alla rete Wi-Fi della Provincia di Roma entro la fine del 2010. Si tratta del più imponente progetto in Italia per la diffusione gratuita del Wi-Fi per numero di abitanti coinvolti, circa 4 milioni di persone, superficie del territorio, 5 mila Km<sup>2</sup> e Comuni interessati, 121.

Gli hot-spot si trovano in biblioteche, centri d'impiego, punti di informazione turistica, piazze e parchi.

[www.provincia.roma.it/wifi](http://www.provincia.roma.it/wifi) \* [www.zerodigitaldivide.it](http://www.zerodigitaldivide.it)

Per consentire a tutti di accedere alle opportunità che internet offre, la Provincia di Roma ha lanciato Zero Digital Divide: il sito permette agli utenti di individuare l'area interessata e misurare la qualità della propria connessione alla rete.

Gli stessi utenti, con le loro segnalazioni, daranno vita a un quadro complessivo della copertura nel territorio, evidenziando le aree e le situazioni in cui è più urgente intervenire. Quando poi la mappa sarà sufficientemente dettagliata zona per zona, si potrà partire con interventi mirati.

## Aiutaci per Aiutare...

Iscriviti anche tu ad @uxilia onlus, editore di Social News  
[www.auxilia.fvg.it](http://www.auxilia.fvg.it) [info@auxilia.fvg.it](mailto:info@auxilia.fvg.it) tel. 3476719909

La tessera d'iscrizione annule ad @uxilia onlus come socio sostenitore costa soli 20€! Potrai contribuire anche tu ad aiutare i bambini Italiani e dei Paesi in via di sviluppo. Per tutto l'anno l'iscrizione prevede:

1. la spedizione gratuita a domicilio ogni mese della rivista SocialNews
2. la possibilità di richiedere via email e di ricevere gratuitamente specifiche su argomenti medici, giuridici e psicologici da parte del comitato scientifico dell'associazione (avvocati, medici, psicologi)
3. iscrizione gratuita a corsi e convegni organizzati dall'associazione

**Bollettino postale**  
C/C 61925293

**Bonifico bancario**  
IBAN: IT15H0760102  
2000 0006 1925 293