



Politica condivisa: altruismo e democrazia nella rete
Parole e idee dedicate a Franco Carlini

Martedì 20 gennaio 2009, ore 9.00

Università degli Studi di Genova

Aula Mazzini, Facoltà di Scienze Politiche - Via Balbi 5 (III piano)

GLI ATTI DELLA TAVOLA ROTONDA

UN'INIZIATIVA DI



CON IL PATROCINIO DI



REGIONE LIGURIA



Provincia di Genova



COMUNE DI GENOVA



Intervento di Andrea Ranieri
Assessore Sviluppo Innovazione e Saperi del Comune di Genova

“La città digitale”

Io vi ringrazio per aver organizzato questa giornata per Franco Carlini ma che può essere importante anche per la città di Genova perché è un terreno importante di riflessione rispetto ad alcune decisioni importanti che in questa città stiamo prendendo. Io Franco l'ho conosciuto da giovane militante politico in una cosa che si chiamava PDUP per il comunismo diciamo che in quella sede io ero più il PDUP e lui era più il comunismo nel senso che lui era dalla parte de “il manifesto” che fece l'unificazione con la parte del sindacalismo di sinistra, azionista, rappresentata da Vittorio Foa.

Ho di lui un ricordo di una straordinaria passione politica anche se, come vi dicevo io e lui abbiamo litigato tantissime volte. Quando sono arrivato a Genova, nel luglio di quest'anno- io faccio da poco l'assessore- ho trovato fra le cose che erano arrivate in comune (io mi dovevo occupare della Città Digitale), un progetto di Franco Carlini e di Vittorio Bo, di Totem e di Codice che si chiama “Campo Digitale” e che avrebbe dovuto costruire un grande evento a Genova con un obiettivo ambiziosissimo: fare di Genova la capitale e il centro della cultura digitale nel nostro Paese.

Un progetto che io ho intenzione, in qualche modo, di riprendere in mano. Un grande evento, una grande fiera in cui si ragiona di arte, di cultura, di applicazione di internet alla pubblica amministrazione, alle imprese e di tante altre cose. Insomma, ci lavoreremo per vedere se lo facciamo. Ho cominciato anche a ragionare che il termine “città digitale”, rendere una città digitale, richiede una riflessione un po' più profonda, che Franco sicuramente avrà fatto, mi piacerebbe questa discussione farla con lui

Richiede un ragionamento su come il digitale sta già cambiando la città e su come dobbiamo dare risposte a fenomeni, non tutti positivi, che il digitale spontaneamente produce. Per capirci il mio riferimento è Manuel Castells e il ragionamento che ha fatto sulla città digitale e su come il digitale stia scomponendo la città nei luoghi dei flussi, cioè nei luoghi che sono in grado di stare in rete con il mondo, in vario modo e un localismo identitario e difensivo.

E come questa sia la spaccatura fondamentale da cui le città in questa fase sono attraversate e che provoca nuove esclusioni e che definisce in maniera diversa le esclusioni e le povertà vecchie. Insomma la vicinanza o la lontananza dai centri che mettono in rete la città con il mondo è uno dei fattori che spiega i fenomeni di uguaglianza e di disuguaglianza, di partecipazione e di non partecipazione, di capacità individuale di raccogliere le sfide oppure di chiusura all'interno di un localismo comunitario e difensivo.

La buona notizia che veniva fuori dalle analisi di Castells è che gli enti locali, il comune, in una fase in cui le grandi istituzioni nazionali tendono a perdere significato, possano essere il luogo, l'unico, dice Castells, che può provare a tenere insieme globale e locale, che può provare a condizionare il mercato con le ragioni dell'interesse pubblico, provare a far prevalere gli interessi e i bisogni dei cittadini rispetto alle logiche puramente burocratiche e con cui internet viene sostanzialmente usato dalla burocrazia. Il comune è anche

il luogo, cito sempre Castells che ha il grande esempio di Barcellona, come traino del suo ragionamento, come soggetto che può promuovere la costruzione di spazi pubblici densi di relazioni, liberi, multiculturali e multifunzionali che evitino la segregazione e la segmentazione degli spazi.

Purché non pretenda di guidarli come pretendeva di guidarli la vecchia politica che abbiamo fino a ieri conosciuto.

E' con queste idee, maturate in questi anni, che sono arrivato a fare l'assessore. Ho incontrato due personaggi di grande rilievo: Francesco Bollorino, seduto qui vicino, l'altro è Joy Marino che avevano, nel frattempo, cominciato ad elaborare un progetto di città digitale e con cui abbiamo immediatamente cominciato a lavorare insieme.

Che cos'è "Città Digitale"? Prima di tutto è un campus digitale che tiene insieme soggetti pubblici orientati allo scopo, funzionari e dirigenti, Università, giovani, qui ce n'è una fila, proprio del corso di cui parlava prima Monti Bragadin, che hanno trovato dentro al campus di Città digitale un modo concreto per fare esperienza, per fare qualcosa di più di uno stage tradizionale. In questo campus si prova a costruire una relazione diretta sia con i grandi attori globali, parlerò poi del rapporto con My space e Google, sia con le imprese locali che possono trovare un terreno per proporsi per proporre iniziative, per svilupparsi per fare cose.

....

Pensiamo al campus come a un luogo dove le esigenze di servizio e le tecnologie per soddisfare queste esigenze, stanno insieme e pensano insieme e lavorano insieme. In cui il comune non è un semplice committente ma è un integratore, un facilitatore il supporto per nuove iniziative, anche imprenditoriali, che maturano all'interno di questo confronto.

E qua c'è un punto, le amministrazioni si sono informatizzate in una logica top down hanno comprato pacchetti che si sono molto spesso sovrapposti e non sono stati in grado di interpretare la specificità delle esigenze a cui la tecnologia doveva dare una risposta. Costruire una logica comune tra chi esprime la domanda di servizio e chi questa domanda di servizio deve soddisfare con le tecnologie è una premessa importante per costruire una pubblica amministrazione che davvero le tecnologie le sappia usare e non le metta lì.

Questo non riguarda soltanto la pubblica amministrazione. La logica top down, l'arroganza fordista dei produttori, è presente molto spesso anche nei rapporti tra i grandi produttori di informatica e imprese, specialmente le piccole e medie. E probabilmente i pacchetti di software che vanno in magazzino sia nei comuni che all'interno delle imprese dipende in gran parte da questo fatto.

Noi proviamo a pensare al Comune all'interno del campus digitale come un nodo di una rete orizzontale e non verticale.

L'obiettivo: aumentare la penetrazione e la qualità della connettività tenendo sempre presente che l'aumento della connettività deve essere sempre collegato all'aumento di servizi reali. Non basta, per garantire la penetrazione di internet e le tecnologie, per esempio, mettere la fibra ottica in tutta Genova, proveremo a farlo, se contestualmente, insieme al salto tecnologico, noi proveremo a farlo ma è difficile perché nel progetto nazionale ci sono solo Milano e Roma. Dovremo inventarcelo e ci proveremo ad inventare una modalità nuova. Però attenzione se il salto tecnologico non avviene contestualmente a una crescita dei servizi che è possibile erogare e a una crescita della domanda dei cittadini, la tecnologia non garantisce di per sé la penetrazione. Per questo quando abbiamo incontrato i vincitori dell'asta WI Max per la regione Liguria gli abbiamo proposto di misurarsi con due territori, Porto e San Martino costruendo gruppi misti fra

loro, il Porto, San Martino e Comune per vedere da subito quali servizi a valore aggiunto potessero nascere dall'introduzione di Wi max in quei territori specifici.

Scommessa ancora tutta da giocare, mi sono aumentati i dubbi nel frattempo.

Abbiamo costruito anche un rapporto molto esplicito sia con Google sia con My Space.

Google e My Space hanno deciso di sperimentare a Genova alcune cose in maniera assolutamente gratuita senza costo per la città che poi pensano possano diventare prodotti da portare in giro per il mondo. Ho capito quale possa essere l'interesse reciproco nello scambio. Comincia ad esserci da parte dei grandi players globali una fame di contenuti che non nascono spontaneamente dal Web 2.0 ma che hanno bisogno di relazionare il Web 2.0 a un qualche orizzonte di valori, di contenuti, di sapere.

E' interessante come My Space ci abbia detto sì, proviamo a vedere se la cittadinanza e l'utilizzazione del Web 2.0 in funzione di una nuova idea partecipativa di cittadinanza può essere una cosa che va oltre il chiacchiericcio del Web 2.0 normale e introduce momento di aggregazione di cui noi sentiamo il bisogno. Si fa qua, è già in rete il primo sito municipale di My Space. Abbiamo deciso una cosa che per parlare con la gente, soprattutto a voi giovani, invece di rafforzare il sito nostro, è meglio mettersi nei siti dove questi ci sono già. Questa è l'idea. Lo stesso ragionamento abbiamo fatto con YouTube creando questo Genova Municipality Channel che ha uno straordinario successo, che è il frutto di quei giovani, oltre che a Francesco Bollorino, di quei ragazzi di Monti Bragadin che vedete lì.

Che hanno cominciato a raccontare Genova attraverso YouTube secondo un progetto. L'idea è di vedere se il nomadismo disincantato, che, come dice il Censis, è caratteristica dei giovani rispetto ai media, trovava qualche momento di organizzazione, di produzione di progettualità collettiva, di scambio. Per i giovani i quali a questo progetto partecipano, pare proprio di sì.

Non dico le cose, che ha detto il professor Pittaluga, sulla riorganizzazione dei siti, musei, cultura, città, è quello che stiamo provando a fare. La riorganizzazione dei siti, però - io su questo ho un problema magari la risolviamo insieme a Provincia e a Regione - è resa difficile dal fatto che c'è stato un particolarismo molto spinto dei siti pubblici molto spesso trainato dai progetti europei. I progetti europei sono molto mirati, ci sono i soldi e allora tutti vogliono andare a prenderli. Allora la costellazione dei siti delle istituzioni è molto spesso la somma non organizzata del derivato di tanti progetti europei scollegati tra loro.

Stiamo ragionando per radunare tutto in tre grandi portali, quello istituzionale di comunicazione, quello arte, turismo, cultura e quello del dialogo della cittadinanza che dovrebbe essere uno strumento di democrazia partecipata.

Se noi vogliamo vincere questa sfida è necessaria una battaglia forte per superare il digital divide.

Finché è solo il 9 per cento della popolazione genovese, ma pare italiana, in grado di un uso avanzato di internet, con il 50 per cento di analfabetismo tecnologico, l'Italia anche su questo si delinea come un po' su tutto: punte di eccellenza e grande problema nella cultura di massa diffusa. Noi stiamo provando ad affrontare il digital divide sia dal punto di vista strutturale la penetrazione della connettività sia da un punto di vista funzionale, di cui la prima prova sarà quanto sapremo davvero informatizzare la pubblica amministrazione.

Perché lì c'è davvero un digital divide funzionale che deriva dalla rigidità e dall'indifferenza della struttura burocratica tradizionale rispetto alla sfida di internet. Trovare sei dirigenti e funzionari comunali che lavorassero su progetto, fuori dalla linea gerarchica definita dalle proprie direzioni, provenendo da direzioni diverse, è stata già una sfida colossale. Costruire quest'idea del campus, questa è davvero la sfida, come

ripensare l'organizzazione comunale in funzione di internet. Perché la perdiamo lì. Se non rientriamo nell'idea che l'innovazione prima di essere un problema tecnologico è un problema organizzativo e richiede quindi un ripensare la macchina comunale a partire da questa possibilità di dare un servizio, non ci riusciamo.

Al centro di questo ragionamento c'è il cittadino. Io credo che la cosa più scandalosa che il cittadino faccia il corriere di informazioni fra un reparto e l'altro della pubblica amministrazione. Cioè porta in giro i fasci di pratiche da uffici separati del comune e della regione. La terza ragione del digital divide è quella di carattere formativo e qui ci sarebbe bisogno di un intervento formativo specifico. Pittaluga mi aveva promesso un tanti soldi regionali – è andato via, glielo volevo ricordare - perché questo è essenziale.

Noi stiamo costruendo un portale raffinatissimo dove le imprese possono fare tutto però vi assicuro che, il grado di analfabetismo tecnologico degli imprenditori, sta nella media dell'insieme della popolazione. Anche qua, tenere insieme l'aumento e l'incremento di connettività da un lato con la capacità di produrre servizi e dall'altro con una azione forte di superamento delle barriere formative che rendono difficili l'accesso.

Due parole per concludere. La città digitale esiste se cambiamo complessivamente l'idea di città. Città digitale significa nuovo modo di concepire l'urbanistica e il territorio e persino l'architettura della città. La Città digitale ha come compito di superare l'idea di periferia che è la base di quella segmentazione degli spazi di cui Castells parlava.

La città digitale esiste se, contestualmente questa idea di riapertura della città al mare, che è stata vincente nel centro storico, riusciamo davvero ad estenderla a tutta la città. A fare di tutta la città un luogo del mediterraneo e non solo del centro storico, altrimenti il centro storico diventa un parco a tema. E da questo punto di vista il digitale è essenziale per distribuire le centralità .

La seconda cosa è che la Città digitale è da pensarsi come città metropolitana dove il comune dà autonomia ai municipi e, nello stesso tempo, riesce a mettere in rete i piccoli comuni che stanno intorno alla città. Non solo, ma la Città digitale, esiste se riesce a pensare ad una metropoli molto più in grande se riesce a ricostruire un progetto di Nord-ovest che è fallito come triangolo industriale ma può riemergere come triangolo della conoscenza. In cui la sfida è vedere se nella globalizzazione è inesorabile il costruirsi di megalopoli, perché i sistemi urbani che competono nel mondo sono ormai sistemi di milioni di abitanti o, se è possibile, costruire una specificità italiana, costruendo un sistema urbano allargato, questo è il Nord –ovest che mantenga anzi sviluppi la multipolarità, i tanti centri, i tanti piccoli comuni, le tante diversità e le tante culture che arricchiscono il nostro territorio.

Infine, Città digitale è un'idea di democrazia partecipata. Noi stiamo facendo un dibattito pubblico sul tracciato autostradale della gronda di Genova.

Abbiamo convito la società autostrade a proporci cinque tracciati nessuno dei quali è rigido, tutti sono modificabili. Proveremo a fare in Italia un "debat publique " alla francese pur non essendoci la legge. Abbiamo chiamato Luigi Bobbio a presiedere la commissione indipendente che deve gestire questo dibattito pubblico.

Allora la Città digitale esiste anche se si riproduce quest'idea di partecipazione che è condivisione.

La cittadinanza attiva in tutte le sue espressioni, sia quella della partecipazione alla decisione sia quella della mobilitazione diretta è un'altra delle condizioni per far vivere la Città digitale.

Permettetemi due preoccupazioni finali. Le idee sono tante ma la fase è difficile perché la crisi, che è stata provocata da logiche perverse che hanno disinvestito sul sapere e sulla conoscenza, che hanno messo al primo posto la redditività a breve rispetto agli investimenti sul futuro, oggi è un fatto che l'innovazione tende a essere messa tra parentesi. Sarà una battaglia durissima.

addirittura ti dicono, l'interpretazione corrente, con qualche parte di verità che dovremmo scavare, è che ha retto meglio chi si è meno esposto alla globalizzazione e ai processi innovativi. In parte è vero, ma se non vogliamo che questa verità smonti ogni ipotesi di innovazione e di rilancio, dobbiamo costruire un nostro ragionamento più preciso su come si dà risposta a questa cosa. La seconda è che siamo in una fase di neo centralismo - non è un discorso di destra o di sinistra – siamo in una fase in cui, anche per effetto di inchieste giudiziarie, la risposta molto spesso è la ricentralizzazione delle decisioni e dei poteri sull'amministrazione e addirittura sulla politica. Se è vero quello che dicevo e se è vero quello che diceva Castells, cioè che gli enti locali, il territorio, possono davvero essere l'unico posto in cui costruire la connessione tra locale e globale, in cui gestire l'economia della conoscenza senza che provochi nuove esclusioni, questa non è davvero una bella notizia.



Intervento di Luca De Biase

Giornalista – Nova – Il Sole 24 Ore

“Altruismo, internet ed economia del dono”

Raffaele Mastrodonato: (...) Ranieri ha citato l'espressione “economia della conoscenza”. Stiamo vivendo in un momento storico in cui c'è un passaggio da un'economia fordista, concentrata sulla produzione di beni materiali, pensiamo all'importanza che aveva l'automobile, a un'economia in cui il valore si è spostato sui beni immateriali, cioè quei beni che hanno un alto contenuto di conoscenza.

Nell'“inedito” di Franco questa espressione ricorre, così come un'espressione che vorrei utilizzare come introduzione all'intervento che seguirà. Il dono è sfacciato, il dono è dissipazione, è sovversivo, dimostra che l'uomo possiede facoltà superiori alla razionalità.

C'è uno studioso, Yochai Benkler che ha scritto un libro, la cui prefazione all'edizione italiana è stata scritta da Franco, che spiega come grazie alla rete viviamo in una network information economy, un'economia dell'informazione a rete. In questo nuovo paradigma c'è molto più spazio di quanto ci fosse in un'economia fordista per pratiche cooperative, per pratiche di collaborazione, c'è molta più possibilità per singoli individui di investire tempo e risorse sulla base di passioni, interessi... e non semplicemente motivati da, un ritorno monetario (Wikipedia, citizen journalism, i blog...), ma anche, in un contesto più di business, il software open source.

Se nel '900 Ford non doveva preoccuparsi di alcuni dilettanti che la domenica costruivano una macchina, oggi Microsoft deve preoccuparsi di una serie di appassionati di software che nel loro tempo libero sviluppano software.

Vedendo le capitalizzazioni in borsa della Ford e della Microsoft rileviamo quanto sia centrale oggi il comparto informatico rispetto a quello dell'automobile.

C'è, grazie alla rete, la possibilità per milioni di individui di contribuire direttamente, in modo relativamente semplice, agli ambiti più cruciali dell'economia. Vorrei chiedere a Luca De Biase, giornalista del Sole24 ore e responsabile di Nova, il miglior supplemento sull'innovazione tecnologica che si possa leggere in un panorama dell'editoria, e che nel 2007 ha scritto un libro “Economia della felicità”, a partire da quella frase sul dono di Franco che ho letto, di spiegarci come internet, l'altruismo si sposano per dare vita a un'economia che non dovrebbe più essere misurata sul profitto che produce ma soprattutto sulle esigenze degli individui, e che abbia come obiettivo ultimo non tanto la crescita di per sé quanto la felicità degli individui.

Luca De Biase. (...)Credo di avere a che fare con Franco in tanti dettagli, forse non nelle cose importanti. Lui era un maestro, io ero giovane quando lui aveva scoperto il valore sociale dell'informatica e dell'introduzione dei PC. Un'altra differenza è che lui era comunista e io mi ispiravo al Mahatma Gandhi.

Ma nei dettagli andavamo molto d'accordo ... come in questa ricerca che Franco stava conducendo in modo magistrale...

Una delle questioni era capire le conseguenze di come la rete organizza le relazioni tra le persone, rispetto all'economia e al futuro del modo in cui siamo organizzati, e questo portava inevitabilmente a vedere delle "stranezze", delle quali dovevamo darci in qualche modo conto.

Io avevo cominciato a scrivere di economia della felicità, dono e relazione con internet direttamente sul blog, e avevo pubblicato quello che ne avevo tratto due o tre anni fa, poi Feltrinelli ha deciso di prendere quei lavori e indurmi a riscriverli in maniera adatta a un libro.

Mi accorgo che tutte le volte che se ne parla, di dono, di economia della felicità, sembra quasi che si voglia sconvolgere delle realtà associate, con un pelo di utopia, un qualcosa di buonismo e in qualche misura di irrealismo.

E' come se dire "dono", dire che abbiamo bisogno di essere felici sia considerato dirompente se non rivoluzionario se non irrealistico, utopistico.

Mentre in realtà si scopre che noi vogliamo essere felici, che esiste una dimensione del dono nella economia, che ha senso e ci da senso.

E' incredibile che questo giudizio di irrealismo dipenda dal fatto che il pensiero unico dell'economia monetaria ha detto a tutti che l'uomo è economicamente determinato al suo massimo vantaggio, questo è il modo con cui le risorse si allocano nel modo migliore. Il problema non è tanto parlare del dono, quanto del fatto che il pensiero unico economicista non funziona, per fortuna arriva sempre a esagerare, a produrre queste crisi, come l'attuale, che dimostrano che non possiamo vivere di pensiero unico, economicista, monetarista, finanziario eccetera.

Ovviamente, poi noi ne paghiamo le conseguenze. Per pagarne meno le conseguenze, ho l'impressione che dovremmo lavorare sull'idea che la dimensione del dono e della ricerca della felicità fanno parte della nostra vita, e chiunque ci racconti il contrario, sbaglia.

Una quantità di economisti si sono organizzati in relazione a una ricerca di psicologia sociale, hanno fatto milioni di sondaggi ... si tratta di ricerche che non hanno la qualità oggettiva della statistica, si tratta di ricerche sulle opinioni delle persone, si chiede "quanto sei felice, da 1 a 10", cose che naturalmente non possono essere soddisfacenti per una cultura così complessa come la nostra ... Insomma, se si domanda alle persone "quanto sei felice" non si ha nessuna informazione sostanziale, idea filosofica sulla felicità, ma si hanno dei numeri.

E avviene che, mettendo i numeri uno in fila all'altro, su quanto le società, o le persone o i gruppi o le fasce d'età si sentano felici, da 1 a 10, in fila in una serie storica, e scopri che l'autovalutazione della felicità delle persone non ha mai nulla a che fare con l'andamento dell'economia, con la quantità di consumi, con la crescita o la decrescita del PIL.

Questo è il chiodo empirico sul quale si è sviluppato il lavoro degli economisti della felicità.

Non c'è relazione tra quanto si consuma e quanto le persone pensano di essere felici.

Su questo fatto poi ci si lavora sopra di teoria, di chiacchiere ... ma la dimensione del dono, la ricerca intorno alle altre forme di scambio, attraverso questo tipo di scoperta, se volete è ingenuo, lo sappiamo tutti che il denaro non dà la felicità, però poi siccome tutti trovano il furbino che dice "ma aiuta", è meglio ricordarcelo, non c'è relazione tra il denaro e la felicità, questo è il punto.

Quindi, il punto successivo è: come è fatta l'economia.

Non è fatta solo di denaro, è fatta di altre dimensioni dello scambio, una di queste è quella del dono.

Perché si scopre questa fortissima relazione tra quanto le persone si sentono felici e altre forme di beni economici, non convenzionali, molto più importanti.

E' molto più importante la relazione che c'è tra quanto le persone si sentono felici e quanto tempo e quanta qualità dedicano alle relazioni con le altre persone. Infatti gli economisti, che devono sempre cambiare le forme in modo difficile da spiegare, parlano di "beni relazionali", per dire che esiste un valore nelle relazioni, che sono necessariamente gratuite.

Le persone sviluppano amicizia, amore, odio e disgusto degli altri in modo del tutto gratuito. Il punto è che queste relazioni per gli economisti diventano un bene, bene relazionale, che ha un valore immenso, in termini di capacità di generare felicità o infelicità.

Altri beni di questo tipo sono i beni culturali, i beni ambientali, che noi sappiamo essere profondamente connessi a quanto ci sentiamo felici, e sono gratuiti, hanno delle logiche diverse da quelle con le quali avviene lo scambio monetario. Ma non per questo sono logiche "buoniste"; per questo contesto l'idea che sia irragionevole tutto questo, è semplicemente molto umano.

Non è buonista il dono, da Marcel Mauss in poi sappiamo che si dona per avere in cambio qualcosa, riconoscimento, ruolo sociale, una relazione, amore ... quindi il dono è uno scambio, anche se non passano soldi.

Questo è in fondo ciò che avviene anche in rete.

Vado velocemente all'altro corno della questione. Se è vero che l'economia sta rendendosi conto di queste nuove dimensioni che hanno cittadinanza nell'analisi economica, tutti quelli che si occupano di media si rendono conto che non è vero che i media sono l'organizzazione per generare il consenso, il controllo sociale da parte del potere. Non è solo questo, questo è un pensiero unico esattamente unilaterale come l'altro, che prevede che l'economia sia soltanto lo scambio monetario.

Lo dimostra la rete, il fatto che ci sono in Italia seicentomila persone, e 130 milioni di persone al mondo che aprono gratuitamente, più o meno, un blog, centinaia di milioni che contribuiscono con video, del tutto inutilmente dal punto di vista della razionalità mediatica, su Youtube, che mettono insieme le loro relazioni su Facebook, su Myspace ecc.

Questa dimensione della partecipazione gratuita al sistema mediatico è ormai un fatto assodato e non si vede perché non tenerne conto. Il problema è vedere che effetti ha, se ha effetti significativi sul modo in cui noi ci raccontiamo la nostra società e il nostro futuro.

Va detto che questa gratuità con la quale si partecipa alla rete online non è buonismo, non lo si fa per sacrificarsi in nome di un qualcosa di più alto. In primo luogo lo si fa per "altruismo egoista", lo stesso con cui si dona qualunque cosa. Qui si dona a una rete, si dona se stessi e le proprie idee per ricevere in cambio effettivamente in cambio riconoscimento, relazioni e dialogo, un posto nella società, una partecipazione...e questo lo dico anche per pararmi dall'intervento successivo, come al solito mettono Carlo Formenti in modo tale da segnalare il fatto che qui "l'utopia, è ora di finirla!" [risate].

L'utopia non è in questo, nella relazione tecnica con la rete, è altrove.

E' nel fatto che c'è bisogno che tutte queste opportunità ... che si possa partecipare a un sistema mediatico con un piglio non da passivi telespettatori, ma da attivi internettari, diciamo così, non è questo che cambia il mondo. Questo è l'opportunità di cambiarlo, e l'opportunità, in effetti, conta.

Però, quello che conta è, poi, coglierla. Il tema è che è stata colta fino adesso in modo tale da contestare il pensiero unico economicista nel mondo dell'economia, da contestare il pensiero unico della mediologia della manipolazione delle coscienze, dall'altra parte.

Però non è arrivato a dichiarare finito quello che una ipotesi rivoluzionaria poteva pensare che dovesse essere da far finire.

Perché le reti si dimostrano potentissime per contestare la gerarchia e il pensiero unico gerarchico, ma non si dimostrano sufficienti a generare un'agenda intorno alla quale le persone si aggregano per condividere la loro capacità di decidere.

Per questo, andando oltre il lavoro che ho fatto per il libro che è uscito, e che sta facendo il gruppo di NOVA attentamente, si scopre che c'è bisogno di una riconfigurazione della relazione tra rete e gerarchia, perché occorrono dei luoghi di aggregazione, e che vanno organizzati secondo regole condivise: ovviamente non è più pensabile che in un sistema mediatico sia tutto definito da una centrale produttrice di tutti i contenuti, che vanno poi a tutti i telespettatori.

Però è chiaro che non è nemmeno del tutto soddisfacente affidarsi totalmente alla spontaneità delle relazioni che si formano nel mondo dell'altruismo egoista i cui parlavo prima.

Facebook lo dimostra, in un certo senso, perché è la moltiplicazione quantitativa della partecipazione delle persone, ma è anche un luogo in cui con estrema difficoltà si distingue tra le cause di aggregazione significative e quelle scherzose o addirittura finte.

La difficoltà non è eliminabile, la strategia dell'attenzione che avevamo supposto essere particolarmente vincente nella rete, nella quale le persone hanno una forte relazione tra loro e dunque si affidano agli altri con fiducia e attenzione, in realtà sta trovando una controstrategia, una strategia della disattenzione proprio negli stessi ambiti nei quali speravamo di trovare maggiore forza relazionale tra le persone.

Per cui da questo punto di vista si osserva la necessità di riconfigurare anche gli strumenti mediatici di tipo professionale gerarchico, in modo da accettare da un lato la fine del loro potere assoluto, ma dall'altro in modo da offrirsi alla rete, al servizio della rete, per dare alla rete quel qualcosa che da sola non sa aut organizzare ... sono mille le fasi che abbiamo attraversato, credo che questa sia quella attuale ... per lo meno i giornali e i media tradizionali devono riconfigurarsi per essere accolti dalla rete, non più per cercare di imporre il loro punto di vista.

Se questo è vero, ci possiamo agganciare al discorso precedente, sulla città [cfr. intervento Andrea Ranieri]. Per dire che in questi quindici anni di lavoro su internet le cose sono cambiate molto, all'inizio internet si presentava e si spiegava con la metafora della città, era l'agorà, era il luogo dei forum, era la piazza ... oggi per parlare della città, della vita quotidiana, delle persone in chiave innovativa si usa la metafora di internet, la città è diventata una piattaforma innovativa che deve essere aperta al nuovo e all'economia della conoscenza. Ho l'impressione che questo sia un modo per tirare una sintesi di quello che abbiamo detto, perché ci dice che prima o poi smetteremo di parlare di internet, che finirà coll'affondare nell'insieme più vasto e più importante, più fisico, più serio, più relazionale del mondo delle relazioni sociali e diventerà uno dei suoi strumenti, lasciandoci una cultura e una consapevolezza precisa: l'apertura è ricchezza, la chiusura è povertà. Grazie.



Intervento di Carlo Formenti

Università di Lecce

“Quel che resta delle cyberutopie”

Il fatto che Franco avesse dedicato questo spazio alle riflessioni critiche nei confronti dell'ideologia del web 2.0, a partire da quella di Gert Lovink, ma io ci metterei anche Castells, che non ha fatto ancora una riflessione specifica su questo, ma metodologicamente e come apparato scientifico è quello che parte da una riflessione sugli elementi conflittuali e negativi della spontaneità della tecnologia in integrazione con il mercato, dopo di che ci fa vedere come si aprano anche degli spazi.

Degli spazi che ho sempre cercato di descrivere nella mia analisi in termini però appunto non di tendenze spontanee ma di conflitto, proprio perché non ha più senso parlare di internet come qualcosa di separato dalla società. Internet è totalmente integrato all'interno delle relazioni sociali, soprattutto per quanto riguarda le nuove generazioni.

Fare un convegno su internet fa ridere. Quindi, essendo “la” società, riflette tutti i conflitti sociali, in una fase storica determinata, che si è evoluta e trasformata anche in relazione all'uso delle nuove tecnologie. Avendo poco tempo a disposizione, centro due punti. Uno è la questione: l'economia del dono è sovversiva?

Ed è davvero altruista?

In parte sull'“è davvero altruista” ha già detto De Biase, non è solo altruista, ci sono analisi molto precise sul fatto che mai nessuna economia del dono è stata altruista, neanche quella analizzata da Malinowski e compagni, è sempre una funzione sociale che riguardava, nella tradizione dell'economia del dono, soprattutto le comunità, pensiamo all'analisi di Malinowski sulle Trobriand e sul fatto che aveva una funzione strutturale di garantire gli scambi, mentre noi dobbiamo ragionare sugli effetti che ha a livello individuale, soprattutto; perché gli individui partecipano spontaneamente e gratuitamente a network di produzione cooperativa come Wikipedia, gli sviluppatori delle comunità di sw open source ...

Però, detto questo, secondo me l'economia del dono, se presa alla lettera, è sovversiva, mentre, se viene realizzata nei suoi termini di compatibilità, come fanno economisti come Benkler, ma anche Dan Tapscott, ed altri, non è sovversiva ma è funzionale allo sviluppo di una nuova fase capitalistica.

Quando noi parliamo in termini di capitale sociale, capitale reputazionale, capitale culturale ecc. ecc, stanno proliferando, attenzione al primo termine dell'endiadi, cioè al capitale. Gli analisti, i nuovi economisti hanno scoperto una verità vecchissima, che Polanyi ci aveva spiegato mezzo secolo fa.

L'economia non capitalistica non è un puro residuo, è sempre rimasta dentro fino in fondo le relazioni sociali, ad esempio la riproduzione, le relazioni familiari, tutta la produzione gratuita fatta dalle donne, nella famiglia ma non soltanto, tutte le relazioni sociali che continuano a non essere governate dal mercato.

Quest'analisi è stata recentemente ripresa da Rifkin, sette otto anni fa, quando ha analizzato la nuova industria culturale come processo di recinzione dei beni comuni immateriali, esattamente come alla fine del '600, primo '700 i landlord inglesi si erano appropriati dei beni demaniali delle comunità di contea trasformandosi in capitalisti agricoli, oggi l'industria culturale recinge emozioni, sentimenti, esperienze ... cercando di costruire un'economia dell'accesso nei confronti di queste cose.

Questa è una fase; però la cosa interessante, secondo me , è che qui abbiamo uno sviluppo rapidissimo del capitalismo immateriale che sta bruciando questa nuova fase molto rapidamente.

Google, Youtube, Myspace, Facebook ecc. stanno sviluppando un'economia capitalistica che non ha nemmeno più bisogno della proprietà intellettuale, anzi la considera come un ostacolo.

Se analizziamo i discorsi di Dan Tapscott, i discorsi di Benkler, vediamo un tentativo di descrivere le condizioni che consentano alle imprese "smart", sgamate, di appropriarsi gratuitamente del lavoro sociale, dell'intelligenza collettiva che viene creata all'interno dei social network.

Youtube è interessata al progetto genovese [cfr. intervento Ranieri], fine a che punto è puro chiacchiericcio e fino a che punto può diventare la base di creazione di contenuti che servano? Youtube ha un problema, gli ads non si possono mettere sul chiacchiericcio, ci vuole più audience per poter mettere gli advertising, quindi bisogna creare contenuti originali. Non a caso ha cominciato a ospitare ... anche lì stanno tentando di superare la fase del copyright, si aprono i network televisivi, si apre l'industria cinematografica che offre contenuti da postare su Youtube.

Persino l'industria discografica se ne è accorta, stanno per togliere il digital right management, stanno per mettere gratuitamente la musica in rete, hanno dovuto prendere atto che hanno perso una battaglia, che siamo in una fase di fruizione di questi contenuti completamente nuova.

Il capitale è molto veloce nell'adattarsi, nell'adeguarsi alle trasformazioni sociali e culturali, molto più veloce di noi. Allora, una cosa è un'economia del dono pensata nei termini di Benkler, Tapscott e di un'economia smart che riesce a fare profitti appropriandosi dell'intelligenza collettiva dei network sociali in rete, e una cosa è l'economia del dono come la pensano nel bel libro di Meo e Berra, di qualche anno fa, sul paradigma del software open source, che invece resta sovversiva dal punto di vista del capitale, perché è proiettata in una dimensione di cooperazione sociale, o di economia della felicità se vogliamo chiamarla nei termini che usa De Biase, che è incompatibile, in conflitto di interessi strutturale, esattamente come resta in conflitto di interessi strutturale un'idea della rete come strumento di e-governement, di e-democracy , di comunicazione e di recupero di consenso nei confronti dei cittadini considerati come "clienti" elettori -customer satisfaction- e invece l'idea della partecipazione dei cittadini al processo decisionale, è un'altra cosa.

Oggi non abbiamo qui Stefano Rodotà, che ha proposto un concetto decisivo, quello di "democrazia continua".

Quella è sovversiva rispetto al discorso della democrazia rappresentativa classica. Leggevo ieri in aereo venendo qua "Obama in the web", questo dossier di materiali raccolti dall'Osservatorio di comunicazione politica di Torino, in cui ci sono articoli, dati, statistiche sulla campagna elettorale e abstract di contenuti scientifici, c'è un'osservazione molto interessante: Facebook ha avuto un ruolo fondamentale, hanno costruito un network di dieci milioni di persone, era importante perché non era semplicemente una petizione online pro Obama, ma perché mobilitava sul territorio queste persone che, utilizzando dati di precedenti campagne elettorali, che stavano sui database del Partito democratico, andavano porta a porta a contattare le persone e a convincerle ad andare a votare, sapete che in America bisogna iscriversi alle liste elettorali, se no non si vota, bisogna fare un lavoro preliminare molto importante, che è stato decisivo.

La differenza è stata che hanno votato molti più elettori democratici, molti più giovani, molti più neri.

I latinos, che sembrava non fossero per Obama, alla fine hanno votato per Obama, eccetera. Hanno fatto la differenza.

Ora, il problema qual è, mette in rilievo un articolo, non ricordo se di Newsweek o di un altro grande giornale americano, queste persone vengono “smobilitate”; cosa vuol dire, Obama non può portarsi dietro questo patrimonio per usarlo per le “conversazioni del caminetto” come Frankling Delano Roosevelt alla radio, per questioni di privacy ... per altre questioni ... la democrazia formale non funziona così: non puoi rivolgerti ai tuoi “sostenitori” e continuare un dialogo che giorno per giorno tenga sotto controllo ... quelli non decidono più, il loro peso decisionale è il momento in cui eleggono, poi dopo non può più Obama tener conto di quello che pensano i suoi sostenitori giorno per giorno, li può magari “sondare”, può utilizzare questi canali per capire come tira il vento

Però il meccanismo della decisione politica resta un meccanismo che è incompatibile con un meccanismo di democrazia diretta giorno su giorno; quel libro si chiamava “Cybersoviet” perché facevo dei confronti tra alcune forme storiche di democrazia diretta e forme di democrazia diretta che si sono sviluppate in rete nelle prime comunità, gli hacker, le comunità virtuali come quella messa insieme da Reingold, prima ancora che ci fosse il web e poi andate avanti per un po’.

Facebook non può essere questo, come giustamente diceva De Biase, perché se andate a vedere i gruppi e le cause, c’è di tutto e di più. Non può essere usato per questo, ma soprattutto perché le forme della democrazia diretta sono “frustrate” dai meccanismi della democrazia rappresentativa.

Perché possano effettivamente essere non dico integrate, ma un momento propulsivo dei processi decisionali, vanno fatte riforme profonde, tipo quelle che sono state sperimentate in Brasile, nella partecipazione delle comunità locali alle sedute in cui vengono decise le cose ... magari non con diritto di voto direttamente, però con presenza, che può essere virtuale, attraverso la rete, e/o fisica, le due cose non sono incompatibili.

Adesso stiamo facendo una ricerca coordinata tra l’Osservatorio politico della facoltà di Scienze della comunicazione di Lecce, dove lavoro, e gli amici della facoltà di Scienze della Formazione della Bicocca di Milano, dove seguiremo, monitoreremo la blogosfera locale e i gruppi di Facebook locali, in previsione delle elezioni amministrative e europee.

Abbiamo già potuto notare come Facebook diventa interessante quando viene usato a livello locale, quando viene integrato, quando diviene uno strumento per rinsaldare momenti di socializzazione che non sono più presenti spontaneamente sul territorio, sono andati in crisi sul territorio. Questo ci porta al discorso di Castells, ripreso da Ranieri, ma ci porta anche a una dimensione di conflitto obiettivo tra le dinamiche delle istituzioni e ... cioè non è una cosa pacifica: voi [Comune di Genova, ndt] fate il progetto ... e quando cambia l’amministrazione? Non c’è nessuna garanzia di continuità, c’è discontinuità. Queste forme, come dice Rodotà nel suo libro “Tecno politica” potranno entrare in atto se vengono istituzionalizzate, altrimenti no ... e per istituzionalizzarle bisogna fare “molto casino”!



Intervento di Andrea Rocco

Direttore Genova – Liguria Film Commission

“Decentramento e democratizzazione della produzione di immagini”

La mia è una comunicazione che parte da un episodio legato a Franco. Nel fine luglio, inizio agosto 2007 ci incontrammo casualmente mentre a Genova c'era un set cinematografico in piedi.

Era il set del film di Michael Winterbottom, per altro non ancora distribuito, e qui ci sarebbero da fare delle riflessioni su quanto le forme di distribuzione abbiano la possibilità di essere innovative e quando invece ci sia di blocchi tradizionali che impediscono a prodotti, anche di alta qualità, di farsi vedere.

Ma comunque, eravamo in piazza Matteotti e c'era questo set di film in corso, girato in digitale da un regista abbastanza giovane e considerato uno dei registi di tendenza a livello europeo.

Non so se vi è capitato di vedere come vengono girati i film tradizionali.

Di solito c'è una lunga fila di camion dove dentro ci sono gruppi elettrogeni, magazzino luci, ecc, che occupano intere strade. Ecco, lì non c'era niente, c'era un piccolo furgone parcheggiato sul lato di piazza Matteotti e basta e questa troupe di una quindicina di persone contro le sessanta, settanta tradizionali che faceva questo film che, peraltro, è venuto fuori anche molto bene.

Con Franco si rifletteva su come stava cambiando anche questo modo di produrre immagini attraverso uno dei media più tradizionali e ormai ultra centenario com'è il cinema.

Questo ci può fare capire quello che sta succedendo.

Do qualche dato che ci può aiutare a capire. A livello mondiale, partendo soprattutto dall'America che ha più o meno il 60 - 65 per cento del mercato mondiale del cinema, c'è una tendenza divaricata.

Da un lato c'è la tendenza ad avere meno film prodotti e film che sono più ricchi.

La tendenza è cresciuta alla fine degli anni novanta, si è un pochino rallentata all'inizio degli anni 2000, ma ha ripreso a crescere come costi unitari dei film. Siamo a livelli di un centinaio di milioni di dollari per ogni film prodotto medio, questi sono i dati 2007. Di cui i due terzi per il costo puro di produzione e un terzo per i costi di distribuzione e di marketing. I costi di marketing e distribuzione sono fermi o calanti, questo dovuto anche al crescente peso della distribuzione digitale dei film, ci saranno, l'anno prossimo, negli Stati Uniti il 25 per cento di sale che saranno sale digitali. Dall'altro lato il costo di produzione, dei talenti, degli artisti e della produzione fisica di un film ha ripreso a salire in maniera piuttosto consistente. Tenete presente che 100 milioni sono grosso modo 20 volte i costi di un film italiano.

A livello dei consumi, non parlo di quattrini ma parlo del tempo passato davanti ai vari media, quelli che crescono maggiormente sono quelli della TV satellitare.

C'è una statistica che viene fatta ogni anno dalla Motion Picture Association americana, che dice che i media che crescono maggiormente come consumo di tempo da parte dell'audience sono la TV satellitare, internet e i contenuti mobili.

Quelli che scendono maggiormente sono: la TV generalista, ma questa non è una novità, la musica e i quotidiani. Il crollo vero è quello dei quotidiani, del tempo dedicato alla lettura dei quotidiani, qui non parliamo di copie vendute.

Mentre da un lato c'è questa grande concentrazione su pochi blockbuster con investimenti molto alti, dall'altro c'è la possibilità con le tecnologie digitali - quello che vedevamo appunto con Franco durante le riprese del film "Genova" di Winterbottom - di lavorare con dei budget molto più bassi, quindi di produrre molti più prodotti, non necessariamente film, a cui possono accedere soggetti sempre più diffusi.

Questo è già in atto da parecchio tempo ma la cosa si sta concretizzando.

Questo aspetto, non secondario - e nel mio lavoro fondamentale - comporta anche un decentramento geografico delle possibilità di produzione.

Fino a poco tempo fa il cinema e la televisione, ma soprattutto il cinema, in ogni grande mercato era concentrato in uno o due centri produttivi: Milano e Roma in Italia, Parigi in Francia, Londra, Los Angeles e New York negli Stati Uniti. Adesso è cambiato già parecchio e anche la produzione di e-entertainment è diventata molto più policentrica.

Il fatto che si sono sviluppate le Film Commission è anche una conseguenza di questo fatto.

La ricerca di mettere insieme, spesso anche malamente, finanziamenti a livello locale e regionale è un'altra di queste conseguenze. Si può produrre anche fuori dai luoghi tradizionali e si inizia a farlo anche in maniera abbastanza costante.

Che cosa si produce? Uno dei fenomeni più interessanti degli ultimi tempi è la rinascita del documentario.

Un genere che era dato per morto e che ora è rinato sia dal punto di vista della diffusione televisiva, ad esclusione dell'Italia dove questo non avviene assolutamente, sia a livello dei successi che avvengono in sala. Questo ha portato alla crescita di una serie di nuovi documentaristi, anche in Italia, di grandissimo livello, anche perché, dovendosi "sbattere" molto di più rispetto a quelli di altri Paesi, quelli che riescono a farli sono davvero bravi e con dei progetti davvero estremamente interessanti.

Qui c'è un discorso che è già stato fatto: un immediato e forte conflitto con il nodo dei diritti.

Come sapete, i documentari molto spesso utilizzano immagini sotto copyright e su questo, proprio perché c'è stato questo successo, i detentori di questi diritti si sono immediatamente scatenati.

Voglio farvi un esempio bizzarro. "Up dreams" che è un bellissimo documentario americano di Peter Gilbert che raccontava la storia di due giovani afroamericani che cercano di diventare campioni di basket di strada, il produttore del film ricorda come, ad un certo punto, questi due ragazzi cantano "Happy birthday" e lui ha dovuto pagare, per una strofa di questa canzone, 15 mila dollari di diritti.

C'è un centro americano che si chiama "Center for social Media" che è uno dei migliori centri che si occupano di questa questione dei diritti riferiti alla libertà di espressione e riferito soprattutto al documentario. Ho intervistato, qualche anno fa per il manifesto, la direttrice che mi diceva che le gravi conseguenze di questa situazione per i documentaristi nuovi è che sta nascendo una generazione di generatori di immagini, di filmmaker, che sono coscienti di questa situazione e che, con un riflesso automatico, si tengono lontani da soggetti controversi, dalla critica alla commercializzazione dei saperi perché sanno che portare questi argomenti e portarli sullo schermo può metterli nei guai e rendere difficile il loro lavoro.

Si autocensurano a un punto tale che non vedono che c'è una soppressione, una limitazione alla libertà creativa. Lo scenario è quello di avere da un lato una grossa concentrazione di risorse su grandi prodotti, dall'altro una grande vivacità creativa che è diffusa a tutti i livelli e in tutti i territori.

Noi, in questi giorni, abbiamo proposto l'apertura di una specie di piccolo incubatore per aziende di produzione audio visiva qui a Genova, chiedendo una manifestazione di interesse per localizzarsi in

questo spazio che abbiamo qui a Cornigliano, nella periferia di Genova.

Solo questa richiesta qui ha fatto emergere e a me ha fatto conoscere una realtà estremamente interessante di gente che produce e cerca di fare delle cose anche a livelli molto interessanti.

Il mio dubbio – e qui chiudo – è che tutto questo mondo qui resta sempre un po' al di sotto o si rapporta in modo difficile e problematico con quello che è il mondo alto del mercato.

Che cosa succede tra questo e l'altro? Alcune esperienze di passaggio da Youtube o da altri social media, al successo mi lasciano un po' perplesso perché sembra che il meccanismo attraverso il quale chi produce queste cose e chi ha successo viene cooptato nei media alti sia da un lato un trucco - nel senso usiamo questo per poi fare quello che è sempre stato tradizionale - dall'altro lato viene usato come un vivaio a basso costo per essere coinvolti.

Mi sembra che neanche quello che è stato chiamato il meccanismo della "coda lunga" ovvero la possibilità di poter accedere a queste cose attraverso la moltiplicazione delle occasioni distributive funzioni in questo senso, questa la riflessione su cui chiudo.



Intervento di Enrico Grazzini

Giornalista, CorriereEconomia

“Il capitalismo e la knowledge economy”

Il mio libro (Ndr: *L'economia della conoscenza oltre il capitalismo*, Codice Edizioni, 2008) è dedicato a Franco Carlini perché lui mi ha aperto una visione, quella di un cambiamento radicale, di un cambio di paradigma in campo economico, culturale e sociale. E anche perché lui ha avuto un merito enorme tra gli altri: non solo era uno di sinistra che tuttavia ragionava con le altre culture, non solo stava dalla parte del torto e dei più deboli, ma soprattutto è stato in Italia quello che ha portato la cultura digitale americana, la cultura di internet. Io ho apprezzato Chips & Salsa, Totem, e il fatto che lui abbia portato in Italia la parte più innovativa, aperta, avanzata della cultura digitale americana che ci sopravanza di 5-10 anni. E l'ha portata non da un punto di vista conformistico, utilitaristico, economicistico, ma da un punto di vista di sinistra, di trasformazione.

Vorrei tornare un po' al “back to the basic”: Carlini mi ha iniziato ad autori come Tapscott, Benkler, Lessig, Barnes (*Capitalismo 3.0*). Qui si dice che è l'economia della conoscenza che cambia il paradigma dell'economia. Ci troviamo davanti a una grande crisi finanziaria e speculativa che impedisce lo sviluppo culturale e produttivo ed è anche una bancarotta morale, di persone che in maniera egoistica hanno guadagnato milioni e che trascinano l'economia in una situazione di profonda crisi. È la lotta aggressiva, cattiva del *turbocapitalismo*.

L'economia della conoscenza, i lavoratori della conoscenza e internet sono tre scandali, tre cambi di paradigma, perché la conoscenza è un bene comune, non può essere di proprietà privata, anzi a me non piace la parola condivisione, io parlo di moltiplicazione. Se io dico una qualche cavolata, voi moltiplicate la conoscenza rispondendomi. Questa è una economia dell'abbondanza, della moltiplicazione. Non è fondata sulla competizione: in questo momento noi non stiamo competendo ma ci stiamo arricchendo perché stiamo in qualche modo comunicando, collaborando e cooperando. Non è una economia fondata esclusivamente sullo scambio di mercati, sul denaro. E questa non è cosa da poco. Consideriamo che il capitalismo attuale è fondato sulla conoscenza e la conoscenza ha queste caratteristiche: è un cambio di paradigma.

L'economia attuale è fondata sul fallimento del mercato. Perché Cina e India avanzano? Per ragioni di mercato (salari bassi, agevolazioni) ma soprattutto per il loro sistema educativo, per il loro sistema di gestione e accumulazione delle conoscenze. Oramai lo sviluppo dell'economia si basa non sul mercato ma su educazione e ricerca che sono fondamentalmente pubblici e fuori mercato. Internet è nata dalla ricerca pubblica, in parte militare soprattutto universitaria, da Tim Berners Lee al Cern di Ginevra, non pagato. Le economie si basano sulle risorse umane, sull'educazione, sulla ricerca, e non solo e non più tanto sulle materie prime o sull'industria.

È un cambio di paradigma che Franco Carlini mi ha fatto vedere, introducendo altri autori, facendomi vedere che c'è una rottura.

I lavoratori della conoscenza: noi siamo abituati a vedere una società polarizzata, industriale, in cui ci sono da una parte gli operai e dall'altra i padroni, i capitalisti, gli imprenditori. In realtà quella che era considerata una classe residuale, il ceto medio, tra cui i lavoratori della conoscenza, è oggi la classe maggioritaria (uno studio recente di Butera a tal proposito dice che oramai la classe prevalente nei paesi avanzati sono i lavoratori della conoscenza). È un buco nero, e Butera dice che manca l'identità sociale di questi lavoratori. Questo provoca per esempio dei fenomeni di società liquida, di opacità, però tutti noi controlliamo il mezzo di produzione che dà il valore e che è la conoscenza.

In America Obama non ha vinto grazie al proletariato e alla classe operaia, ma perché è riuscito a coinvolgere in tutte le loro articolazioni i lavoratori della conoscenza; in Italia invece abbiamo ancora un dibattito ottocentesco da questo punto di vista. Vorrei focalizzare molto di più l'attenzione su questa classe che è la parte preponderante del ceto medio, non più fatto di commercianti o di piccoli proprietari di beni materiali. E questo è un punto banale ma sottovalutato.

E poi c'è internet, un altro scandalo (tutte queste tre cose, economia della conoscenza, lavoratori della conoscenza e internet sono circolari). Io ho fatto il consulente: una grande società di telecomunicazioni italiana mi chiamò ai tempi preoccupata perché internet rubava traffico ai fax. I dirigenti volevano bloccare internet. Ma noi dicemmo che solo il fatto che la gente stava attaccata a internet per tanto tempo surclassava il traffico dei fax, e ci fecero un sorriso...

Internet è uno scandalo, è una rete senza proprietari (fin quando lo sarà). Le pressioni per chiudere internet sia sul piano culturale sia sul piano della sicurezza e dell'architettura sono forti.

Ecco, queste cose me le ha introdotte Franco Carlini.

Oggi ci sono 120 milioni di blog nel mondo, e io per sapere tante cose non leggo più tanto e solo i giornali, io per sapere tante cose vado sul tale blog. Nel rapporto tra media tradizionali e nuovi uno non cancella l'altro ma il rapporto si sta rovesciando, il pubblico sta partecipando, i giornali dovranno sempre più far partecipare il pubblico. Sopravvivranno quelli che riusciranno a far partecipare il loro pubblico.

Io non vorrei che nel dibattito tra pessimisti e ottimisti ci scordassimo del basic, della novità radicale di questa economia che pone dei problemi. Perché l'economia del dono è molto bella ma l'altruismo non può essere fine a se stesso, e in realtà internet non è solo una rete altruista, ma è uno scambio. L'economia della gratuità è molto bella – io ne faccio parte - ma poi bisogna guardare il rapporto tra i beni comuni gratuiti (per esempio la scienza, la cultura, la comunicazione) e quello che giustamente è il mercato. Il mercato è uno stimolo enorme all'innovazione, però nello stesso tempo il mercato diventa anche un ostacolo all'innovazione e allo sviluppo culturale. Proprio perché il bene comune della conoscenza è intrattabile rispetto ai parametri di mercato. Proprio perché si basa sulla cooperazione e non tanto sulla competizione, perché si basa sui beni comuni e non sulla proprietà privata, si basa sugli scambi extramercato. Poi mi va bene che il mercato governi la tecnologia.

Il rapporto tra beni comuni e capitalismo, tra beni condivisi (o moltiplicati) e mercato è quello su cui in questa crisi probabilmente occorrerà riflettere. Anche dal punto di vista della democrazia, così come il pubblico partecipa ai media, gli internettiani dovranno partecipare alle decisioni che le istituzioni rappresentative prendono. Questo è un obiettivo per esempio che bisogna porsi. Le amministrazioni a qualsiasi livello decidono qualcosa? Ecco, devono tenere conto di internet. Obama ha chiesto che prima di promulgare le leggi vengano pubblicate in modo trasparente su internet in modo che la rete possa soprattutto in maniera preventiva discutere di questi provvedimenti. È in questo modo che la democrazia diventa continua e sostanziale.

L'ultima proposta che lancia è a Totem: continuiamo questa discussione in rete, magari con una piattaforma wiki, perché mi pare che ci siano diversi spunti e che nessuno di noi abbia la verità in tasca. Mi sembra opportuno riprendere tutti questi spunti e approfondirli.

L'economia della conoscenza è una rottura radicale che va discussa, approfondita in tutti i suoi aspetti, anche quelli molto concreti (cos'è la pubblicità su internet per esempio).



Intervento di Anna Masera

Giornalista – La Stampa

“Il giornalismo all’epoca della rete”

Una bella sfida quella che mi affida Totem ed è il tema (“come i giornali cartacei stanno cercando di adattarsi ad un nuovo contesto, quello della rete”) che è stato in realtà il lite motive della mia amicizia sia professionale che umana con Franco Carlini.

Ci conosciamo da quando il giornalismo è andato on line in Italia. Ed è stato quindi un tema che ha segnato il nostro rapporto direi quasi quotidianamente, via mail, via telefono, a cene.

Abbiamo discusso e litigato moltissimo su questi temi, lui mi ha dato molti consigli e si rivolgeva a me perché ero quella che faceva sempre le cose di corsa. Io facevo un sito internet ,mentre lui era quello che inventava progetti ed era in grado di staccarsi dalla routine quotidiana e mi guardava da fuori con un sorriso ironico.

Leggeva le cose che scrivevo, ci consultavamo ed era un grandissimo amico perché mi mandava moltissimo materiale di supporto per aiutarmi a lavorare meglio.

Ricordo con grande piacere il suo libro “Lo stile del web” che mi aiutò a rifare il sito internet della Stampa. Io fui assunta alla Stampa per fare il sito internet alla fine del '99 e, in quindici giorni di tempo, perché la Fiat aveva deciso di andare su internet – era il boom della net economy – e aveva deciso di investire di colpo su internet. Si investì su internet per circa quindici giorni, facemmo il sito, poi la Fiat fece “Ciao web”, era l’era dei grandi portali internet, vi ricorderete tutti, nel 2000 non si riuscirono a quotare in borsa e “Ciao web” fu un flop abbastanza disastroso.

Ricordo con grande dispiacere tutti i soldi che furono investiti in quel progetto e i miei amici giornalisti che lavoravano a internet si mangiavano le mani perché speravano di avere tanti investimenti nei loro giornali on line. Perché in Italia si investe tantissimo ma molto a breve e poi si ritira subito la mano e si decide di disinvestire di colpo tutto. Così successe alla Stampa, ma la Stampa è soltanto un caso di molti altri posti, un microcosmo di quello che è la realtà italiana aziendale: strategie a lungo termine zero e a breve subito.

O i risultati si raccolgono subito oppure si ritira tutto. Mentre, in realtà, internet è sempre cresciuta in questi anni, non è mai tornata indietro.

Però il problema è che se gli editori poi disinvestono è difficilissimo poi riprendersi. Io mi sono vissuta tutto questo periodo frastagliato, difficile per la Stampa che è stato un po’ una case history di giornalismo on line italiano.

Abbiamo addirittura chiuso, c’è stato lo stato di crisi, io sono tornata al giornale di carta e non mi sono più occupata di internet per due o tre anni. Per poi essere ributtata su internet nel 2005 quando si ci accorse che non aveva senso aver disinvestito perché la pubblicità, in quel momento, era decollata tantissimo su internet e in realtà nel 2005 erano cominciati ad andare in crisi i giornali di carta, mentre internet continuava a crescere.

Allora si ci è chiesti: perché non farlo – il sito internet della Stampa – fatto bene? Per cui dal 2005 ad oggi ci stiamo provando con grandi difficoltà come tutti i giornali on line.

E' un fatto ed è una frase su cui abbiamo sempre discusso io e Franco Carlini che l'innovazione non è più rimandabile sui giornali se vogliamo sopravvivere, perché i giornali, di fatto, sono in crisi di sopravvivenza - non è un caso che il contratto dei giornalisti non sia ancora stato firmato – si trascina da anni, siamo una categoria che oramai considerata dal pubblico una casta di privilegiati che cercano di attaccarsi al loro piccolo punto di potere senza mollare niente e senza però dare in cambio quello di cui parlavamo: l'economia del dono, la condivisione, lo scambio di conoscenza, l'accesso, quello che poi era il nostro servizio primario, quello di dare un servizio all'utente, ai nostri lettori. Spesso, nella nostra categoria, dobbiamo fare un mea culpa perché non siamo stati, in questo ultimo periodo, tanto al servizio del lettore, e ora i lettori un po' si stanno rivoltando contro.

E non solo i lettori parlo di tutti i media, non soltanto i giornali di carta. Anche la televisione, se guardate i dati dell'audience, dei canali televisivi tradizionali, stanno crollando rispetto a quelli che sono i multicanali. L'offerta è talmente vasta che finalmente la gente fa zapping e non guarda più la Rai o Mediaset ma va su Sky e su altri canali, si cercano altre cose.

I giovani non guardano più la televisione ma preferiscono stare su internet per cui evidentemente non è tanto il giornale cartaceo ma sono tutti i media che sono messi in discussione da una competizione fortissima che arriva dal basso o da altre fonti. Altre fonti, non è necessariamente che arrivi dal basso perché non possiamo dire che Sky è basso, è un editore enorme, però offre una concorrenza in Italia che è benvenuta, per fortuna, per scardinare certi monopoli o duopoli.

Vorrei fare un passo indietro. Perché la cosa che mi piace ricordare di Franco Carlini è che per lui il "personale era politico" è una frase che sembra un po' ridondante però bisogna ricordare un po' la provenienza di Franco e la nostra provenienza. Ricordare che la passione di Franco era fatta di piccoli dettagli e non solo di massimi sistemi e Franco quando parlava di giornalismo parlava di democrazia e di poteri scardinati ma parlava anche di dettagli su come si fanno i siti internet per renderli più belli per poi arrivare a quel fine lì.

Con lui abbiamo discusso tantissimo sia dello stile di come si fanno i siti internet per renderli più facili, più fruibili per i lettori, sia di concetti fondamentali per giornalismo, che sono fondamentali ovunque, non soltanto per i siti: ricordarsi di citare sempre le fonti e di linkarle.

Per un sito internet di un giornale, rispetto ad un giornale di carta è fondamentale.

Quando racconti una notizia e la tua fonte è un giornale straniero è buona norma citare l'articolo da cui proviene la storia. Spesso in Italia i giornalisti leggono i giornali stranieri e non c'è niente di male raccontare ma se uno va poi a vedere l'articolo spesso sono le stesse cose dette in quell'articolo. Purtroppo siamo molto dipendenti dalla straniera però almeno internet rende trasparente questa cosa. Se un buon giornalista è già capace a raccogliere tutto questo tipo di fonti e proporle al lettore in maniera sensata e con una sintesi originale è già un passo avanti, un fatto di trasparenza e di correttezza.

Queste sono regole che lui dava per scontate ma che invece nel nostro mestiere non sono scontate per niente.

Ho grosse discussioni nella Stampa perché io tendo a citare altri giornali mentre su carta se una notizia è data dal Corriere, noi non possiamo dirlo perché il Corriere è un giornale concorrente. Aspettiamo che sia l'Agenzia a riprendere la notizia per poterla dare perché noi non possiamo dire che è del collega del Corriere.

Questa è una bruttissima abitudine che internet può scardinare.

Ormai su internet i blog lo hanno insegnato a tutti, si ci scambiano informazioni e si citano sempre e non è nemmeno un argomento di discussione, mentre per noi giornalisti lo è ancora. Siamo rimasti indietro rispetto a come l'informazione è cresciuta e si è evoluta.

Siamo una casta perché tendiamo ancora ad attaccarci al possesso della tessera per considerare una persona giornalista o no, mentre nel resto del mondo i giornalisti sono quelli che si fanno valere come giornalisti, in base alla qualità di quello che scrivono e all'attendibilità delle cose che dicono.

Questa cosa ci mette in grosse difficoltà. Io, per esempio, non posso utilizzare persone che non hanno la tessera giornalistica e non posso farli scrivere sul giornale. Allora ho aperto la possibilità ai lettori o a chi volesse scrivere di aprirsi dei blog e abbiamo riservato sul sito una zona che si chiama "lo spazio del lettore" dove i lettori posso farsi dei blog e affiancare alle cose che scriviamo noi delle loro interpretazioni alle notizie o dei luoghi dove loro possono dire no queste cose che avete scritto sono sbagliate o migliorabili come si fa nella migliore tradizione del giornalismo collaborativo.

Però non possiamo integrarli, dobbiamo tenerli ben separati proprio per dictat del giornale non si possono integrare le due cose mentre non ha senso, non è un servizio al lettore non integrarle.

Perché sarebbe bello vederle affiancate queste cose. Ma sono sicura ci si arriverà. Siamo in un momento storico difficile e delicato per i giornali e per i giornalisti in Italia, nel mondo, ma in Italia in particolare proprio per questo discorso del contratto e della tessera e delle abitudini consolidate.

Quando prima si parlava che non è solo un problema tecnologico ma organizzativo è perché la tecnologia mette in discussione l'organizzazione.

Internet ha reso il giornalismo on line trasversale perché non c'è la gerarchia con il capo.

Perché se io dovessi essere lì a fare il capo adesso non aggiornerebbero il sito. Non può essere piramidale ma trasversale, orizzontale, a nodi, un sistema dove il controllo è fatto un po' da tutti, anche dai lettori che mandano, avvertono. Se io sbaglio una cosa posso correggerla.

Questo è il grande vantaggio, l'opportunità che dà internet, perché non sfruttarla?

Anche a livello organizzativo, perché non c'è un bottone rosso per mandare on line il sito, chiunque può farlo via web.

E' un passaggio faticoso ed io per riuscire ad ottenere questa cosa ho dovuto fare forti pressioni perché nel giornale si ci chiedeva : ma gli altri come fanno? Al Corriere c'era uno che schiacciava il bottone, il capo, poi c'era il capo redattore, poi gli altri capi sotto e ci doveva essere una situazione verticale che noi siamo riusciti a disinnescare alla Stampa.

Innanzitutto perché non avevamo le forze, non eravamo abbastanza capi presenti, internet vuol dire tempo reale, come le agenzie, da mattina a sera, 24 ore su 24, devi aggiornare. Se devi andare in bagno e c'è una notizia da aggiornare, deve esserci qualcuno che aggiorna, non è possibile che il capo sia sempre presente. Per cui ci deve essere la fiducia e la possibilità di correggere.

A parte la mancanza di personale per cui bisognerebbe essere in tanti mentre noi siamo in pochi e questa è stata forse una fortuna perché ci ha costretti ad ingegnarci e a fare un sito comunque sempre aggiornato, ha più senso, non è una capacità che soltanto il caporedattore ha di capire quando una notizia è importante.

La può avere benissimo un redattore che lavora a internet che vede la notizia "A Gaza scoppia la guerra", non aspetti che tornino per pubblicarla, se non ci sono, la pubblichi e poi, al massimo mi chiami per avvisarmi che l'hai pubblicata.

Da noi è una gestione del sito abbastanza democratica.

Questa gestione democratica del sito non sta bene però al giornale di carta, perché nel giornale cartaceo non è così, è rimasta l'organizzazione vecchia, dunque ci sono due organizzazioni.

Una più democratica, internettiana condotta con uno spirito di condivisione, per cui non c'è l'attaccarsi al cartellino, all'orario, ai diritti ... per cui tutti lavorano tantissimo. E questo apre un altro discorso quello dei nets-slaves, cioè gli schiavi di internet che sono sempre collegati, siamo tutti operai alla catena di montaggio e questo significa lavorare tantissimo tutti, dal primo all'ultimo.

Non c'è un privilegio, è un nostro progetto e ci teniamo molto, come quelli che fanno Wikipedia, ci tengono e regalano il loro tempo e noi facciamo lo stesso. Esageriamo perché lo consideriamo ancora una start – up, una cosa nostra, è un lato bello ma è anche il lato cattivo della medaglia, la qualità della vita non è il massimo.

Se io dovessi dire a dei ragazzi, venite a fare i giornalisti a internet, direi “dipende da quello che volete fare perché vuol dire stare davanti al computer dalle sette della mattina fino alla fine del proprio orario senza neppure fare una pausa perché i tempi sono molto stressanti”.

Però è anche entusiasmante, non vedo nessuno che viene a internet a lavorare da noi dallo stagista che sta ancora laureandosi e vuole fare un'esperienza in un giornale a quelli invece che hanno tanta esperienza e stanno lì da molto tempo, nessuno che non abbia voglia o entusiasmo o che dica “voglio prendermi il tempo libero per far la pausa caffè”, vengono perché si divertono.

E' un lavoro che piace molto.

E' ovvio che hanno lo stipendio, siamo tutti pagati, ma c'è una passione che va oltre. Nei giornali di carta questa passione non c'è più. I giornalisti dei giornali di carta si attaccano ad ogni privilegio per fare il meno possibile. Non lo dico, ovviamente, di tutti, però tendenzialmente il clima è quello. Un clima di rabbia per cose che negli anni non si sono realizzate e poi di vedere che le cose non stanno andando bene per cui c'è risentimento e c'è la paura dell'ignoto e tante altre cose che intervengono e che non fanno più vivere la passione per il proprio mestiere.

Il senso di missione, che, almeno io, quando ho scelto di fare questo mestiere avevo, e che penso che i giornalisti dovrebbero avere, la missione è come quella del medico, il giornalista dovrebbe avere la voglia di cercare la verità e di raccontare in maniera il più trasparente possibile le cose che succedono, informarsi, essere curiosi. Questa cosa sta un po' venendo meno nei giornali tradizionali, mentre su internet c'è questo desiderio di farlo però è un piccolo luogo perché gli investimenti sono pochissimi e i giornali stanno ancora cercando di capire quanto devono investire su internet e quanto no.

Non c'è scampo. Ci sarà una convergenza delle varie redazioni e i vari giornalismo dovranno integrarsi uno con l'altro ma non è ancora successo.

Discutevamo, un anno e mezzo fa con Franco Carlini e non è successo ancora nulla. Tutto è stato molto veloce, perché internet esiste solo da una dozzina di anni in Italia nei media ma siamo ancora in un punto di emparse in cui dobbiamo ancora fare il salto di qualità.

Il digital divide è fortissimo nelle redazioni. Ci sono ancora dei giornalisti che non usano internet come strumento di lavoro.

Tanti lo usano tantissimo, sono tutti su Facebook, ho molti colleghi che passano il tempo su Facebook per divertirsi e non si rendono conto che potrebbero usarlo per il giornale. Se poi metti la redazione su Facebook e poi non aggiorni ... Ho visto il Secolo XIX, per citare un giornale di Genova che è su Facebook ma poi non è tanto aggiornato, diventa un boomerang.

Essere su Facebook e poi non essere aggiornati non ha molto senso. Non deve essere una moda, ma uno strumento utile bisogna avere un obiettivo per queste cose.

Fare i blog, andare sui telefonini, fare un social network, l'obiettivo qual è? Bisogna tener presente qual è l'obiettivo. Se questo è dare e avere migliori informazioni e avere la partecipazione dei lettori per migliorarsi e per avere un'identità più forte sul territorio, allora va bene. Se però è solo per dire ci siamo....

Noi siamo andati su Second life, ma la Stampa.it su Second life fa schifo. Noi abbiamo messo su Second life una roba che si chiama il "Day fax". Dovete sapere che la Stampa paga i giornalisti di carta per fare un'edizione a parte, cartacea, che vendono alle navi della Costa Crociere. E' un fax che arriva, con il riassunto di tutta la Stampa, fatto in formato A4, tre - quattro foglietti, che sembrano i ciclostilati di una volta, che vengono stampati e distribuiti ai croceristi che vedono un giornale in forma gratuita con il riassunto del giornale del giorno.

Se facessero questo sforzo per mettere una postazione internet gratuita con l'accesso a tutti i giornali del mondo, secondo me, sarebbe meglio. Nell'era di internet mettere un "Day fax" mi sembra demenziale. Costa Crociere paga la Stampa, è un servizio che si autoalimenta e l'editore continua a fare questa cosa e ci sono dei giornalisti che vengono pagati a parte nel loro stipendio per farla, mentre non vengono pagati a parte per lavorare internet. Per cui io non posso pagare i miei colleghi che lavorano su internet, devo farli lavorare gratis.

Abbiamo pensato di mettere su Second life il "Day fax", una versione ridotta della Stampa cartacea, non aggiornata, senza commenti, interviste. Non è la vera Stampa. Queste cose avrebbero fatto sorridere Franco e gliel'avrei raccontate e sono sicura che mi avrebbe presa molto in giro.

Franco credeva nei Service, nel fatto che il futuro del giornalismo potesse essere fatto non necessariamente all'interno delle redazioni ma da giornalisti free lance che si auto organizzavano e che creavano contenuti ad hoc per supportare i giornali.

Questa cosa qua, che ha fatto nascere Totem, è una cosa in cui avevamo provato a credere anche io e Luca de Biase con "Reporters online", avevamo anticipato Franco in questo e lui era un po' invidioso. L'anno dopo è nata Totem, a differenza di me e di De Biase, Franco era un imprenditore, è stato bravo e capace a fare Totem. Totem è un'agenzia giornalistica bellissima che crea contenuti ad hoc molto belli, che ha saputo fare i blog, l'agenzia, i fornitori di notizie, ha saputo monitorare il web facendo questo lavoro di fonti incrociate per cui fare un servizio al lettore, il meglio che c'è sul web nell'ambito delle notizie tecnologiche, con VisionPost, danno delle notizie belle, originali fatte come un reportage da Webzine e News magazine ma anche semplicemente il monitoraggio di quello che succede nel mondo tipo "Internazionale", ma fatto per la rete. Questa cosa gliel'ha insegnata Franco e trovo che sia una cosa meravigliosa e penso che sia una strada molto utile per i giornali tradizionali, come la Stampa.it, avere possibilità di usufruire di service di questo genere per integrare le news che vengono dalle agenzie e dai nostri giornalisti con cose più fresche e vive, legate al mondo della rete che aiutano a scegliere anche i modi per veicolare le notizie. Io mi sono chiesta: che cos'è cambiato, nel mondo del giornalismo on line da quando è morto Franco?

Vedo questo inedito che è stato appena pubblicato ed è ancora attualissimo. Io credo che le immagini stiano diventando più importanti dei testi su internet. Con l'ADSL, la banda larga, forse la gente ha sempre meno tempo di leggere lunghi articoli ma hanno fame di notizie.

Usare bene le fotografie e fare tante foto - notizie con il riassunto della notizia per avere dei flash, così come funziona tanto la free press, funziona molto bene.

Funziona bene anche per la pubblicità. La pubblicità su internet non è che sta diminuendo ma continua a crescere, rappresenta pochissimo rispetto al fatturato dei giornali, è circa il due per cento.

E' vero che il 2 per cento oggi era l'un per cento l'anno scorso e raddoppia ogni anno.

Con le immagini c'è più potenziale perché gli investitori pubblicitari puntano molto sulle immagini, tanto che il valore della pubblicità si calcola in base alle pagine viste sui siti e sui siti sono di più se sono fatte da immagini. Ogni immagine è una pagina.

Un articolo intero o un articolo intero, o un video al confronto di una fotogallery fatta di 10 immagini ... una fotogallery sono 10 pagine viste rispetto ad un video o a un testo. Questa cosa è pazzesca, penso dovremmo scrivere gli articoli in maniera diversa pensandoli come fotografici, visto che le immagini ci sono è una questione soltanto di diritti e qui bisognerebbe affrontare il tema dei diritti, ma userei dai miei tempi.

Se Franco fosse qui sono sicura che scriverebbe un nuovo libro sullo stile del web su come inventarsi un giornale che riesca a vivere di pubblicità e ad autofinanziarsi, fatto attraverso le immagini.



Intervento di Silvio Barbero

Slow Food

“Terra Madre. La comunità del cibo come scambio di saperi”

Noi siamo riusciti a fare Terra Madre, cioè a creare una rete di comunità del cibo perché di questo si tratta, e solo in questo senso Terra Madre avrà un suo sviluppo futuro perché l'incontro, di cui poi parlerò, che è stato un elemento centrale per far partire questa rete per dare dignità alle persone marginali, è un momento importante e significativo ma che poi si ferma lì e non va avanti, invece andare avanti significa ragionare in un rapporto di rete tra tutte queste comunità che erano comunità isolate ed è un isolamento frutto di scelte ben precise.

Attorno a questo concetto di rete è nata Terra Madre e questo concetto di rete, ce lo spiegò molto bene – è l'unica citazione che faccio di Franco – ce lo fece Franco nel 2004 in un seminario per i dirigenti territoriali di Slow food a Pollenzo.

Dove ci spiegò e ci parlò del concetto di rete ci disse che questo era un meccanismo di nuova democrazia che aveva rischi e vantaggi. In ogni caso era un concetto di rete che doveva prendere atto che la rete doveva un po' essere anarchica che non doveva avere meccanismi di gestione troppo forti e che lo sviluppo positivo della rete stava proprio in questa sua capacità di continuare ad essere anarchica.

Di qui partì il nostro ragionamento che io vorrei rifare qui da una certa angolazione che è poi la nostra di Slow food. Io non sono un esperto di reti informatiche e di internet, quindi parto dal tema della centralità del cibo.

Questo meccanismo che noi abbiamo messo in moto e che può vivere solo se queste comunità del cibo entrano in rete, parte da una diversa e nuova considerazione della centralità del cibo nella nostra società. Centralità vuol dire: centralità economica, di democrazia, di identità, ci siamo accorti che questa centralità è pesante ma poco percepita dalle persone.

La centralità del cibo ha vissuto, in questi ultimi anni, i meccanismi della globalizzazione nella produzione, distribuzione e consumo del cibo. Dei meccanismi in negativo.

La centralità del cibo vuol dire perdita della biodiversità quindi un elemento fondamentale della natura, ha voluto dire sfruttamento sia dell'ambiente sia delle persone, ha voluto dire e vuol dire perdita di saperi. Noi stiamo perdendo nel mondo i saperi, le ricette, i metodi di produzione che storicamente appartenevano alle comunità. Questa perdita sta cambiando profondamente il pianeta e i consumi.

E' attorno al cibo che si giocheranno il futuro delle economie del mondo. Ancora oggi il 70 per cento degli abitanti di questo pianeta sono gente che vive e lavora nelle campagne.

Ci sono i lavoratori della conoscenza ma ci sono ancora e in maniera forte e diffusa i lavoratori della terra. Sono questi i detentori dei saperi, delle conoscenze antiche di un rapporto vero con il territorio e dunque con i temi della biodiversità e della sostenibilità.

Questa che è la maggioranza del pianeta, è una maggioranza marginale, esclusa dai circuiti della comunicazione e della conoscenza ed è la parte più sfruttata dal punto di vista della globalizzazione.

Se questo è vero, dico che noi dobbiamo recuperare proprio questo aspetto, tornare a discutere e cercare di dare una soluzione alternativa al modello dell'economia globale. Sono i modelli di economia globale che stanno distruggendo la biodiversità, i saperi tradizionali gli elementi identitari.

Sono tutti elementi che diventano fardelli molto pesanti perché non aiutano a sviluppare profitto sono modelli che si contrappongono ai modelli produttivi dominanti. Il modello dominante richiede che non vi siano limiti nell'uso delle risorse.

E' globale per questo. Se il mercato ci chiede dieci milioni di prosciutti, noi troviamo il modo di farli.

Andremo a fare allevamenti di maiali, che sono inquinanti, in tutte le parti del mondo perché produrremo in tutte le parti del mondo, laddove è possibile, dieci milioni di prosciutti.

Il concetto della globalizzazione capitalistica è quello di non avere il senso del limite e quindi di utilizzare e sfruttare al massimo le risorse del pianeta senza porsi il problema che queste risorse non sono infinite.

Mentre se noi andiamo a riprendere i saperi, le conoscenze, delle comunità del cibo rurali, di pescatori, di artigiani, lì ritroviamo il senso del limite, dell'attenzione, della difesa del territorio.

Ritroviamo il concetto di terra madre che in quanto madre deve essere accudita, rispettata.

E' pensabile ripensare ad un modello che si contrapponga al modello di economia globale?

Un modello di economia locale, e, questo modello di economia locale da dove deve trarre gli elementi su cui ricostruirsi?

Noi diciamo che li deve trarre dai saperi e dalle esperienze tradizionali che sono in grado di darci alcune risposte di grande innovazione.

Recuperando la centralità del cibo e recuperando il fatto che dobbiamo tornare a pensare ad un'agricoltura fatta di gesti, di lavoro, di persone, recuperiamo una serie di saperi e conoscenze che possono aiutarci a risolvere alcuni problemi.

Faccio un esempio: quello dell'energia. Pensare di risolvere i temi dell'energia in una logica di economia globale, l'unica risposta possono essere le centrali nucleari.

Sono grandi situazioni in cui pochi gestiscono il modello di produzione dell'energia. Se invece si ritorna a dei modelli di piccola economia locale, rispettosa del territorio e dell'identità, forse si possono trovare quei modelli di produzione di energia che nascono dal locale che fanno scattare meccanismi di diverso consumo di energia.

Localmente è possibile coinvolgere e convincere le persone a cambiare un modello di vita.

Questo è quello che ha spinto Slow food a dare un luogo fisico di incontro di tutte queste migliaia di piccole comunità che avevano nella difesa della loro identità e della loro capacità di gestirsi autonomamente, dargli un luogo di confronto dove percepissero che c'era qualcuno che puntava su di loro.

Che questa maggioranza negletta di contadini, di agricoltori, gli ultimi sulla terra, invece avevano conoscenze e saperi che in futuro risolvono una parte dei problemi drammatici del pianeta e quindi creare un meccanismo di autostima.

Questo modello, è un modello difensivo? Vecchio, arretrato? Può essere un modello molto moderno se questi saperi e queste esperienze virtuose che ci sono ancora nel mondo – perché le donne pescatrici della Mauritania che fanno ancora una pesca sostenibile, fanno la bottarga, mantengono un loro modello di vita – sono un modello virtuoso di sfruttamento delle risorse marine.

Tra due mesi faremo di nuovo Slow fish qui a Genova dove discuteremo di queste cose.

Quella pratica di queste poche donne della Mauritania che è marginalissima, è antica, può diventare un modello virtuoso importantissimo. Se affrontiamo le questioni attraverso questo modello di sapere, probabilmente il Mediterraneo, che sta diventando un mare morto, forse, non è detto, lo recuperiamo. Far entrare questi saperi in rete, farli conoscere, trattarli con la dignità di cui hanno bisogno, può essere un obiettivo che, attraverso la rete e attraverso i lavoratori della conoscenza che rispettino i saperi tradizionali ...

Abbiamo tentato una nuova alleanza tra queste comunità del cibo e le Università.

A Terra Madre abbiamo portato anche duecento Università con l'obiettivo di metterle in rete di far incrociare i saperi contadini tradizionali, che noi riteniamo innovativi, con la scienza.

Abbiamo introdotto anche l'elemento delle comunità dei suoni perché anche la musica è un'espressione importante di queste comunità. Abbiamo lanciato un messaggio per dire ai giovani che devono ritornare all'agricoltura perché il futuro di questo pianeta non può essere un futuro dove sempre meno persone lavorano in agricoltura e sono attente e si impegnano in questo settore.

La rete e lo scambio di conoscenze possono aiutare? Io dico di sì.

In un momento come questo, dove si parla molto di felicità e di dono, la cultura contadina ha fatto del dono e dello scambio delle esperienze un elemento centrale. Noi dobbiamo recuperare il senso della materialità.

Se la rete, che è molto virtuale, si mette anche a disposizione della materialità, questo è molto importante.

Credo che franco sarebbe stato molto contento se sapesse della nostra Università, nei prossimi mesi, apriremo delle officine del cibo. Perché gli studenti devono tornare a una capacità di manualità.

Non so quanto ci potrà essere di alleanza tra l'immaterialità della rete e un recupero di materialità.

Però credo che questa sia una sfida che dobbiamo darci. Ridare valore e dignità al lavoro materiale e ai saperi antichi. Se in questo la rete, la conoscenza, l'umiltà di andare a ridare dignità agli ultimi, può aiutare, io credo sia molto importante.

E' vero che oggi, molte delle comunità che noi abbiamo portato a Terra Madre non sono in grado di gestire lo strumento internet. Possono farlo utilizzando altri personaggi che possono togliere un po' di autenticità, quindi bisogna fare molta attenzione.

Non bisogna confondere le esperienze virtuose e il lavoro di chi porta avanti le economie locali con dei modelli di sfruttamento che, anche da questo punto di vista stanno andando avanti.

Se parliamo anche di proprietà intellettuale, c'è un meccanismo di appropriazione dei saperi, delle conoscenze, dei modelli produttivi, anche da parte della grande industria e delle multinazionali che schiacciano questa autenticità e la proprietà. Noi abbiamo lanciato una campagna molto forte per la libertà dei semi.

Credo che così come le contadine indiane, con il movimento di Vandana Shiva, stanno recuperando i vecchi sementi e le mettono a disposizione di tutti e creano una rete di vera libertà e democrazia, credo che anche la rete debba farsi carico di questi aspetti e di muoversi su queste battaglie.

Vedo ancora poco presente questo perché mi sembra ci sia ancora abbastanza poco diffusa la consapevolezza che questa centralità del cibo, la difesa e la tutela di queste piccole comunità contadine nel mondo, lì stia il nostro futuro. Compito nostro e di tutti quello di battere su questo testo perché Terra Madre sia una rete attiva e funzionante.

Tutti quelli che vorranno darci una mano e aiutare sono ben accetti.

Informazioni per la stampa:

Web: www.totem.to - E-mail: totem@totem.to

Telefono: +39.010.564416 - Fax: +39.010.8600686

