

L'opinione pubblica è **connessa**: un nuovo modo di **fare politica**

I sistemi di pubblicazione personale, con i Weblog in testa, stanno aprendo nuovi spazi di espressione e interazione tra comunità d'interesse. Ecco come e perché questi sistemi stanno cambiando il mondo in cui vediamo il mondo e partecipiamo al dibattito politico.

Nel dicembre del 2002, quando ancora in pochi immaginavano un impatto della Rete sulla politica reale, durante la festa per il centesimo compleanno di Strom Thurmond, ex candidato alla presidenza degli Stati Uniti, il senatore repubblicano Trent Lott si abbandonò a dichiarazioni razziste, sostenendo che se nel 1972 avesse vinto Thurmond oggi avremmo una nazione diversa. Poiché Lott non era assolutamente nuovo a uscite segregazioniste, i mass media praticamente ignorarono la cosa, con l'eccezione del *Washington Post* e di *ABC News*, che la riportarono brevemente.



Giuseppe Granieri

Di professione knowledge architect, si occupa in particolare di Internet e di editoria. Nel 1996 ha fondato Bookcafé, uno dei primi siti letterari italiani. Autore di Blog Notes (www.bookcafe.net/blog), è tra i punti di riferimento della comunità blog italiana.

In Rete, però, le dichiarazioni del leader della maggioranza repubblicana non passarono affatto inosservate e, considerate inaccettabili, animarono una profonda discussione. Attraverso i Weblog la questione assunse una rilevanza tale da farla tornare all'attenzione dei media. Nel giro di qualche giorno persino il presidente Bush dovette prendere le distanze dalle affermazioni del senatore, allora leader della sua maggioranza. Lott fu costretto a dimettersi e John Podhoretz, sul *New York Post*, scrisse una frase ormai celebre: i Weblog «hanno reclamato il loro primo scalp».

La Rete e il processo di agenda-setting

Il caso di Trent Lott è abbastanza famoso, poiché testimonia il momento dello «scarto» negli equilibri dell'ecosistema informativo. Ormai i fisici (e sui dati dei fisici, gli studiosi di scienze sociali) hanno dimostrato ampiamente che un network diventa efficace dopo aver superato una soglia critica. Oltre un certo numero di nodi, comincia a funzionare perfettamente. La vicenda Lott è il primo sintomo storico di un cambiamento che progressivamente sta guadagnando evidenza, malgrado lo scetticismo dei detrattori e dei disinformati. I Weblog, portando in Rete milioni di persone e collegandole tra loro in quella che tutti chiamano *The Big Conversation*, hanno configurato una «sfera pubblica» molto efficace sulla base di quella che era una grande infrastruttura di comunicazione. Il risultato, nelle parole di Jimmy Orr, guru della comunicazione alla Casa Bianca, è semplice: «Ecco cosa fanno i blogger. Si accorgono di qualcosa di importante nelle notizie, o di qualcosa che i media tradizionali non hanno trattato o hanno trattato poco. Pensano che questo qualcosa sia importante. Quindi gli danno una seconda (o prima) vita. E ne parlano. Poi altri ancora ne parlano. Prima che tu possa rendertene conto, la questione è finita in prima pagina.» (citata dal *Washington Post* [www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A7835-2004Aug17.html]). Sebbene molti riducano l'argomento «Rete e politica» a una mera questione di marketing elettorale (ottenere più voti) o, nel mondo anglosassone, a un fattore importante di raccolta fondi, il

primo impatto della Rete sulla politica passa proprio attraverso il ruolo dell'informazione. L'opinione politica del cittadino non connesso si riduce spesso a un collage casuale di informazioni ottenute dai media. L'elemento di casualità è imposto da molti fattori: il tempo e l'attenzione che ciascuno può dedicare a informarsi, il momento in cui i media informano e la scelta delle priorità nelle informazioni da dare, la sintesi con cui necessariamente i media devono rendere l'argomento comprensibile, il tipo di media (e dunque la sua prospettiva) utilizzato per informarsi, e così via. La Rete, anche quando non influisce direttamente sul processo di selezione e proposta delle notizie (noto come *agenda-setting*), agisce pesantemente su metodo e quantità di informazioni che il cittadino ha a disposizione. Attraverso i Weblog, che filtrano l'informazione ufficiale e aggiungono expertise (sotto forma di *fact-checking*, analisi o ulteriori informazioni), ogni individuo può scegliere a che cosa dedicare la sua attenzione, con quale approfondimento e con quale approccio. Inoltre, non è più un consumatore passivo di informazioni. Può lavorarci su, indagare (la Rete è una potentissima memoria collettiva) e a sua volta ridistribuire l'informazione o l'opinione che risulta dal processo cognitivo di elaborazione. Ci sono esempi famosi: l'imprenditore Robert Cox, leggendo la trascrizione completa dell'intervista sul sito della Casa Bianca, ha notato che un virgolettato attribuito a Bush, sul *New York Times*, è parziale e fazioso. L'osservazione diventa pubblica e il *Times*, di conseguenza, ha modificato i suoi processi redazionali. O ancora: Tim Blair, un blogger australiano, si accorge che un giornalista del *Chicago Tribune* ha falsificato un'intervista con un presunto psichiatra in un articolo sugli aborigeni e la carriera del giornalista autore del pezzo, al *Tribune* da diciotto anni, finisce in pochi giorni. Tuttavia, al

di là di ogni episodio noto, cambia il modo in cui i cittadini in Rete si rapportano all'informazione. E l'informazione è la materia su cui si costruiscono le decisioni, anche quelle politiche.

Il nuovo dibattito politico

Il 2004 sarà ricordato come un anno fondamentale nella storia della Rete. I Weblog sono ormai oltre tre milioni e sono riconosciuti come soggetto pubblico. Sia alla Convention democratica sia alla Convention repubblicana, molti blogger sono stati accreditati (ruolo di solito riservato ai giornalisti) per raccontare l'evento sul Web. La Cnn ha ufficializzato l'accordo con **Technorati** [www.technorati.com] (il «motore» tecnologico che traccia le discussioni nella blogosfera) come fonte per monitorare il dibattito politico. Non si contano più gli eventi in cui si realizza l'interrelazione tra Rete e mass media. La possibilità di produrre video digitali a basso costo e la capacità della Big Conversation di fare da cassa di risonanza aprono nuovi canali: i gruppi politici al di fuori dei partiti tradizionali, ma anche i singoli individui, trovano un terreno fertile per lanciare gli spot video autorealizzati, a favore di un candidato e dell'altro. L'ironia, la creatività, spesso anche le prese in giro, conquistano il loro spazio. Ma, soprattutto, a essere diversi sono i modi e i tempi del dibattito politico. Innanzitutto, al di fuori della Rete ci si scontra con un'ormai cronica incapacità delle nostre democrazie di coinvolgere i cittadini sui temi politici. Ovunque si lamenta indifferenza e si annota che la maggior parte degli individui è incapace di inquadrare i problemi e di ricostruire anche solo i temi più importanti. La comunicazione dei politici, sfruttando una lacuna strutturale dei media tradizionali e la carenza di attenzione del pubblico, ormai è strutturata per «lavorare» su un'audience senza memoria, su cui

Come seguire le conversazioni nella blogosfera

Nel sistema Weblog ci sono due modi per partecipare ad una discussione. Si può innanzitutto decidere di lasciare un commento direttamente sotto il «post» dell'autore che ha avviato la discussione, oppure si può scrivere qualcosa sul proprio Weblog, linkando l'annotazione cui si fa riferimento. Poiché la blogosfera è composta da milioni di persone che si incrociano nella lettura e nei commenti, spesso diventava impossibile seguire (o anche solo ricostruire) l'intera discussione. Molti dei sistemi utilizzati erano abbastanza parziali e quindi poco affidabili. Il *trackback*, per esempio, collega automaticamente un post a un altro cui fa riferimento, ma solo a condizione di utilizzare la stessa piattaforma o piattaforme compatibili. Così, poiché l'innovazione tecnologica nasce dai problemi quotidiani, sono nati moltissimi servizi che monitorano la blogosfera con l'obiettivo di tracciare le discussioni e permettere agli utenti di seguirle. Tra questi: lo storico **BlogDex** [blogdex.net], **DayPop** [www.daypop.com] e gli italiani **Bloggz** [www.bloggz.it] e **SkipPop** [pop.skipintro.org]. In termini di affidabilità e precisione, con i suoi quasi quattro milioni di Weblog censiti e monitorati e pur scontando a volte lentezze di aggiornamento, la scelta obbligata è **Technorati** [www.technorati.com], che secondo i suoi fondatori è «l'autorità per capire cosa si dice nel mondo dei Weblog». È un motore di ricerca che traccia le conversazioni che avvengono nella blogosfera attraverso i link del *blogrolling* (cioè i collegamenti ad altri blog inseriti nella home page dei weblog) ed i *permalink*, ovvero i link permanenti di ogni singola annotazione all'interno di un blog. Come *Page Rank*, l'algoritmo di **Google** [www.google.com], interpreta ciascun link come un voto del webmaster e in base al numero di collegamenti in ingresso determina il *rank* per ogni weblog. Questo sistema consente all'utente di ordinare i risultati della ricerca in ordine cronologico e in ordine di autorevolezza, sebbene la definizione più esatta sarebbe «in ordine di visibilità», poiché i link in un network determinano la capacità di un nodo di essere raggiunto e non descrivono necessariamente una voce autorevole. Recentemente, in occasione dell'accordo con **Cnn** [cnn.com], che ne ha fatto una fonte ufficiale per le *views* politiche, Technorati ha lanciato un servizio di monitoraggio delle conversazioni sulla campagna

hanno influenza solo le affermazioni di oggi e delle ultime ore. Inoltre le nostre società globali sono complesse e i temi politici sono spesso ancora più complessi. I media tradizionali sono obbligati a raccontarli in maniera esageratamente semplificata, per una questione di larga audience e di tempi disponibili. Le voci del dibattito politico ufficiale sono citate per slogan, poiché la *par condicio* obbliga le televisioni a dar voce a tutti e lo spazio a loro disposizione non è infinito. La Rete, a differenza degli altri media, ha memoria e la memoria viene utilizzata

elettorale, **Election Watch 2004** [politics.technorati.com] che aggrega in maniera immediata le informazioni principali. Tra gli strumenti particolarmente innovativi c'è il **Political Attention Index** [politics.technorati.com/links/index.html?c=a], un indice che monitora l'attenzione sulle conversazioni cui stanno partecipando i blogger e sulle voci più autorevoli, basato sui dati delle ultime 12 ore. Attraverso questo indice si può sentire subito il polso al dibattito politico monitorando i temi e le voci che stanno ricevendo maggiore ascolto. Ma c'è anche un diagramma che registra l'andamento dell'attenzione nei confronti dei due candidati alla Presidenza e, nella sezione interna sono a disposizione ulteriori grafici che seguono l'andamento delle principali conversazioni in corso tra i blogger. Naturalmente, essendo un motore di ricerca, si possono impostare *query* specifiche su temi e personaggi. Se il modello *Technorati* consente di tracciare l'attenzione del network e di seguire i temi più importanti misurando i «voti» che ogni singolo blog ha ottenuto, **BlogRunner** (un altro dei tanti servizi che monitorano i Weblog) ha elaborato un indice di autorevolezza basato sulla logica piena del *Page Rank* di Google, basando cioè anche il valore di ogni singolo link in entrata in funzione della visibilità di chi costruisce il collegamento in uscita. L'indice di Blogrunner, chiamato **Top Bloggers - The most influential reporters and bloggers on the Web** [www.blogrunner.com/snapshot/top-authors-00.html], monitora i dati per circa 60 giorni ed elabora il risultato su una media, fornendo la lista dei duecento personaggi più influenti in Rete, tra blogger e giornalisti. Oltre a questo indice, BlogRunner fornisce anche le liste dei **Top Posts** [www.blogrunner.com/snapshot/BRTOPBLOG01.html] e dei **Top Media Articles** [www.blogrunner.com/snapshot/BRTOP01.html]. **OverStated** [overstated.net] propone invece un indice di autorevolezza basato su due differenti misurazioni, quella del *blogrolling* e quella dei *permalink*, individuando dei dati importanti. Nel primo caso (il *blogrolling*) le posizioni più autorevoli sono mantenute da blogger famosi (come **Dave Winer** [www.scripting.com] e **Jason Kottke** [www.kottke.org], per esempio) mentre i dati sulle conversazioni segnalano l'autorevolezza di blogger emergenti (per esempio **Joi Ito** [joi.ito.com]). Infine, un altro modo per seguire le conversazioni politiche sui weblog è l'aggregatore di **Yahoo!** dedicato ai Weblog nella sezione news [news.yahoo.com/electionblog], che raccoglie un certo numero di blogger, l'osservatorio della Columbia Journalism Review e, naturalmente, i Weblog dei candidati.

comunemente per confrontare l'oggi con la Storia, recente o lontana. Il Web, che oggi milioni di individui possono leggere e scrivere, consente di avere spazio per argomentare e criteri di selezione molto differenti, il che porta a una personalizzazione totale del livello di approfondimento e della scelta dei temi da approfondire. Inoltre, poiché ci sono molti *insider* che utilizzano il Weblog, e poiché moltissimi individui sono in grado di aggiungere competenze e sensibilità culturali al dibattito (e all'evoluzione della conversazione su

un tema) si genera un approccio molto diverso da quello cui siamo abituati.

Tim Dunlop [evatt.labor.net.au/publications/papers/91.html], analizzando il ruolo dei Weblog, parla di nuovo status di «intelletuali pubblici» per i singoli individui: «*Se l'obiettivo è stabilire nuove e migliori connessioni con i cittadini, bisogna anche trovare il modo di permettere ai cittadini di interagire e di contribuire alla creazione della conoscenza sociale [...] e non solo costruire dei consumatori della conoscenza di intellettuali che si immaginano se stessi come "pubblici" e il cui scopo è solo "persuadere". [...] Non sto dicendo, alla Monty Python, che "siamo tutti intellettuali". Anzi, sto dicendo che la distinzione tra "l'intellettuale" e il cittadino è spesso esagerata e tende a essere antidemocratica, assegnando alla massa il ruolo di spettatore passivo in moltissimi dibattiti sociali.*»

Eredità della Storia

Non è un caso che le posizioni basate sulla «qualità» degli argomenti abbiano sempre accompagnato gli attacchi alla democrazia. Già nell'Atene del V secolo a.C. veniva contestata la *parrhesia* ovvero la libertà per tutti di esprimere liberamente e pubblicamente le proprie opinioni, che i critici, a partire da Isocrate e Platone, definivano irresponsabile. Proprio in virtù di queste critiche al «governo della moltitudine», i latini modificarono il concetto di «libertà di parola» vincolandolo all'*auctoritas*. Tuttavia sebbene la popolazione di Atene fosse composta in larga parte da contadini e operai che non erano in grado di comprendere le questioni complesse, aveva nel «metodo» una soluzione efficace. Nel 415 a.C., quando venne votata una grande spedizione militare in Sicilia, Tucidide raccontò, senza celare l'irrisone, che la decisione venne presa da una assemblea per la maggior parte ignara delle dimensioni e del numero di abitanti dell'isola. Come nota lo storico Moses Finley nel suo classico studio *La democrazia degli antichi e dei moderni*, «*Tucidide commetteva l'errore di confondere le conoscenze tecniche con l'intelligenza politica. Ad Atene c'era un numero sufficiente di esperti per informare l'Assemblea.*»

La Rete oggi, unendo la capacità cognitiva di milioni di persone a un potentissimo strumento di connessione, ha realizzato un modello che coniuga la libertà del dibattito tipica dello spirito ateniese, con la valutazione individuale dell'*auctoritas* latina. Di fronte ai problemi complessi delle democrazie moderne e ai numeri insostenibili, in un mondo non digitale, dei partecipanti al dibattito, lavora con un sistema di filtri assolutamente decentralizzato. Una miriade di piccole comunità si raggruppa intorno a interessi e affinità. Ciascun individuo, allo stesso tempo, appartiene a più comunità differenti, in base alle sue scelte di selezione degli argomenti e degli interlocutori. Quindi tutte le comunità finiscono per essere collegate da moltissimi individui che le filtrano e ne trasportano la contaminazione e le idee in altri ambienti collettivi. Ogni voce è giudicata implicitamente, poiché nella Rete non tutti i nodi hanno la stessa visibilità e la ripartizione dei link gioca un ruolo molto efficace. Le voci più credibili hanno maggiore ascolto e maggiore attenzione, diventando veri e propri *hub* cognitivi che hanno un ruolo fondamentale nel filtro dei contenuti. Ogni nuovo utente che entra nella «conversazione», per propensione naturale, tende a scegliere chi reputa interessante, per gli argomenti e per il modo in cui li tratta. In questo modo ciascuno ha il suo pubblico e ogni lettore ha le fonti che gli appartengono per registro linguistico, competenze e sensibilità. In più ci sono due tendenze che regolano il flusso, una dall'alto verso il basso e l'altra dal basso verso l'alto. Il primo è un flusso di traduzione. Gli argomenti più profondi vengono tradotti e semplificati di *hub in hub* attraverso una selezione naturale, arrivando in basso fin dove c'è interesse per quei temi. È il caso, per esempio, di testi scientifici e studi approfonditi. Il primo blogger li legge e ci fa un post, «digerendoli» per un certo numero di persone, che a loro volta, se interessate, faranno altrettanto per i loro lettori. Per cui si può facilmente arrivare al caso, realmente monitorato, di una ricerca di fisica sperimentale sui modelli di crescita del network che arriva all'interno



Technorati [www.technorati.com] è il principale elaboratore dei contenuti rilanciati dai Weblog. Analizzando parole chiave e link, permette di analizzare le tendenze emerse nei siti personali ed evidenziare le sfere di influenza dei blogger più noti.

di comunità normalmente concentrate su tematiche più interpersonali. Ma è anche, per esempio, lo studio di informazioni originali in lingue straniere: laddove c'è qualcuno in grado di comprenderle, le traduce (letteralmente in questo caso, da lingua a lingua e non da sensibilità a sensibilità) e le rende comprensibili anche a chi non conosce la lingua originale, e così via. Entrambi i flussi si fermano laddove cessano di essere interessanti. È un modello eccezionalmente innovativo, poiché mai prima di oggi i media erano arrivati a tanto. Infine, c'è un secondo flusso orizzontale, che funziona allo stesso modo del cervello umano. Le informazioni sono modificate, arricchite, approfondite e sviluppate di nodo in nodo, poiché chi riceve non è più passivo, ma ripubblica. Spesso due informazioni diverse vengono associate sotto forma di analogie e diventano «altre informazioni», producendo nuovo sapere e nuova coscienza in chi le riceve.

Gli effetti del dibattito

Negli Stati Uniti delle Presidenziali 2004 si sono già avvertiti fortissimi impatti. La Rete, forzando la tendenza bipolare della politica a stelle e strisce, ha registrato una fortissima tendenza a schierarsi anche da parte di individui non necessariamente attenti ai temi politici. Il processo di *endorsement*, di suo, suppone una partecipazione e un interesse che nasce laddove prima non era presente. La natura stessa delle relazioni in Rete, basate sulla fiducia e sulla credibilità, fa sì che lo schieramento sia spesso esplicito o dichiarato, mentre nel giornalismo la deontologia professionale dibatte da anni con l'umanità dell'autore delle cronache.



Blogdex [blogdex.net] è un prototipo elaborato dal Media Lab del MIT che ha l'obiettivo di tracciare la diffusione delle informazioni attraverso la comunità dei Weblog.



DayPop [www.daypop.com] aggiorna tutti i giorni il proprio database per fornire informazioni e commenti sugli eventi in corso.



Bloogz [www.bloogz.it] è un motore di ricerca e analizzatore di popolarità dei Weblog basato sui feed Rss rilanciati dagli stessi Weblog.



Analizzando i link pubblicati sui Weblog italiani, **SkipPop** [pop.skipintro.org] crea classifiche quotidiane degli argomenti e delle fonti più citate.

Come sosteneva in una intervista alla **Online Journalism Review** [ojr.org/ojr/glaser/1082521278.php] Michael Cornfield, direttore della ricerca all'*Institute for Politics, Democracy & the Internet* della George Washington University, è importante comprendere la differenza tra l'informazione di parte e l'informazione ideologica, perché «non c'è nulla di sbagliato nel dialogo di parte, se basato sui fatti, orientato al fare politica e permeato di rispetto. Certo, qualcuno dei dialoghi online non incontra questi standard, ma noi possiamo criticare e cliccare su una pagina diversa».

Inoltre, la possibilità di partecipare al processo di informazione e di analisi dei temi politici, prima delle Rete lontana dal quotidiano del cittadino non militante, ha solleticato l'interesse di molti che, in una situazione normale, non avrebbero dedicato molta attenzione agli sviluppi di una campagna elettorale lunga e particolarmente dura. Spesso la conseguenza è addirittura l'impegno in prima persona. Joe Trippi, manager della campagna di Howard Dean, nel suo libro *The Revolution Will Not Be Televised*, racconta come sia stato emozionante scoprire la partecipazione popolare, anche partendo con una piccola campagna e con un candidato *outsider* che aveva come scopo solo l'arrivo alle primarie. Laddove senza Rete è complicatissimo avere una presenza in tutti gli stati, utilizzando la Rete Trippi e il suo staff sono riusciti ad avere risultati eccezionali. Ovunque nasceva spontaneamente sostegno:

«C'erano gruppi chiamati *Generation Dean* o *Students for Dean* in più di 900 tra scuole e università. C'erano i *Doctors for Dean*, i *Kids4Dean* e persino i *Mormons for Dean*.

Ogni sostrato sociale che potete immaginare aveva un gruppo o un sito Web o una chat. E tutti volevano fare qualcosa.»

E non è un caso isolato. Anche **Nick Baldick** [radio.weblogs.com/0107946/2004/02/19.html#a1349], manager della campagna del senatore Edwards, conferma le sensazioni di Trippi: «Abbiamo sempre saputo che Internet è un grande strumento di raccolta fondi, ma ora stiamo imparando a capire quanto sia anche un potentissimo strumento di organizzazione. Stiamo avendo un enorme successo utilizzando la Rete per connettere e coinvolgere volontari in tutto il Paese.»

La rivincita della politica tradizionale

La Rete dunque sta contribuendo a spostare il concetto di democrazia elettronica dall'ambito degli strumenti di accesso ai documenti, su cui lavorano i progetti dei burocrati, verso un nuovo riesame della partecipazione popolare alla politica viva. Un modo nuovo di fare politica. Se anche da realtà diverse dagli Stati Uniti arrivano segnali incoraggianti (il parlamento portoghese, per esempio, ha invitato i suoi membri e i rappresentanti del governo ad aprire un Weblog per favorire la trasparenza), è tuttavia difficile disegnare uno scenario per i prossimi anni. In un recente studio intitolato **The Power and Politics of Blogs** [www.utsc.utoronto.ca/~farrell/blogpaperfinal.pdf], Daniel Drezner e Henry Farrell (rispettivamente della University of Chicago e della George Washington University) sostengono che la politica che conta ha già rivolto verso il basso la curva di apprendimento sulle nuove dinamiche di Rete. Se infatti da un lato i Weblog hanno raggiunto lo

status di nuovo soggetto politico, di voce dell'opinione pubblica, dall'altro i poteri forti cominciano a prendere le misure. I due ricercatori fanno l'esempio del «caso Santorum», che avrebbe potuto essere analogo al «caso Trent Lott», ma è stato subito disinnescato. È quasi una storia identica: Rick Santorum, terzo nella scala del potere nel Partito Repubblicano, si abbandona a gravi dichiarazioni contro l'omosessualità, definendola «cosa da bestie». I media tradizionali non concedono troppo spazio, ma la blogosfera si indigna e si dimostra poco propensa a far finta di nulla. Questa volta però la politica tradizionale interviene subito, quando la discussione sta ancora montando: Bush esprime immediatamente solidarietà al senatore e mostra di leggere con maggior benevolenza le sue dichiarazioni. «Creando un'alternativa alla lettura del tema sin dalle prime fasi, le élite politiche sono state capaci di attutire la critica della blogosfera con molto più successo che nel caso di Trent Lott». Santorum, infatti, non si è dimesso. È prevedibile che, con il riconoscimento del ruolo e la presa d'atto, i rapporti tra la nuova pubblica opinione e la politica tradizionale si assestino su nuovi equilibri. Per le nostre democrazie si tratta di una occasione, che anche i politici più illuminati non tarderanno a cogliere. Ségolène Royal, dopo la sua schiacciante vittoria alle elezioni amministrative francesi, ha tracciato una linea da seguire: «Ho fatto l'intera campagna elettorale facendo dei forum. Quando parli con la gente, alla fine della giornata sei stanca ma hai tante idee. Se continuiamo a farci la politica tra di noi, non arriveremo mai a nulla.»