

Web partecipazione, limiti e opportunità.

Gruppo di lavoro gestito da Nelson Belloni a cui hanno partecipato: Marco Giacinto, Maria Vittoria Lochi, Paolo Filippi, Dante Castellano, Simone Fissolo, Aurora Patera.

INTRODUZIONE

Internet è uno strumento utilizzato e celebrato da molti esponenti politici di tutto l'occidente ma anche del resto del mondo. Lo strumento web permette di raggiungere in pochi istanti moltissimi altri utenti in tempi e costi praticamente nulli.

Mentre in termini di produzione internet ha indubbiamente rivoluzionato il modo di produrre portando al fenomeno della globalizzazione, nel momento in cui ci si domanda se internet possa aiutare a migliorare la democrazia la questione diventa delicata.

Da un lato emergono ipotesi legate al fatto che internet possa da sé, con il tempo, rovesciare le dittature e favorire il progresso nelle democrazie verso una società ideale. In cui la dialettica tenderebbe ad essere sviluppata perfettamente tra i cittadini grazie ad internet (cyber utopismo). Dall'altro emergono ideologie che pongono internet al centro del mondo (cyber centrismo) arrivando a sostenere ad esempio che internet è una fonte di istruzione, di espressione e di comunicazione equiparabile e sostituibile al mondo reale e che quindi tutto ciò che di politico può essere realizzato a livello di vita reale può anche essere realizzato a minor costo e "più democraticamente" nel mondo telematico.

Sul versante degli autoritarismi il tema è stato affrontato in tre sezioni:

- l'uso poco costoso ed efficace della censura
- l'uso di internet per controllare i cittadini
- la propaganda

Sul versante delle democrazie il tema è stato diviso in altre tre sezioni:

- l'uso del web nelle campagne elettorali
- l'uso del web nel mondo dell'attivismo e della propaganda
- infine l'uso del web e la struttura di partito

CENSURA NEI REGIMI AUTORITARI, di Dante Castellano

Censura, dal latino "censeo", vale a dire "valuto", "stimo". Essa da sempre è stata considerata l'arma silenziosa per combattere l'oppositore e per evitare la circolazione di notizie scomode. Dapprima era un processo riservato al solo mondo della carta stampata, in seguito alla radio, alla filmografia, alla televisione. Mutava ogni qual volta si annoverava la nascita di una nuova tecnologia. Nuovi erano i campi di libera espressione che si avevano, nuova era la strategia da attuare per eclissare le voci

fastidiose. Oggi dove e soprattutto come si “valuta” o si “stima” ciò che può essere dannoso? La tecnologia che ci sta accompagnando in questo nuovo millennio è quella di internet. Con la diffusione in scala mondiale dell’accesso alla rete, le notizie circolano in tempo reale viaggiando dagli estremi del globo terrestre. Ciò nonostante la nostra società gode di una libertà di informazione che cambia da uno stato all’altro: in alcuni la censura è praticamente assente, mentre in altri arriva a limitare la propagazione delle notizie e a reprimere le discussioni fra il web e i cittadini. Nel saggio *The net delusion*, il sociologo e giornalista bielorusso, Evgeny Morozov, ha denunciato quanto la rete possa essere uno strumento ingenuo e manipolato. Sostiene che le nuove tecnologie digitali non sono né in grado di produrre un rafforzamento della democrazia, né di portare a mutamenti positivi; bensì vi è sempre un cervello invisibile che manovra e il più delle volte elimina tutto ciò che può essere pericoloso o in contraddizione. Leggiamo nelle sue pagine: “ogni nuova tecnologia è stata osannata per la sua capacità di alzare il livello del dibattito pubblico, accrescere la trasparenza politica, limitare il nazionalismo e condurre tutti noi nel mitico villaggio globale.” La maggior parte delle volte questi risultati sono antitetici rispetto alle previsioni. Nel libro, infatti, si spiega come non solo venga repressa la libertà di informazione, ma come parallelamente siano sviluppate condizioni atte a inserire sul web delle notizie che possano assicurare l’utente. I nuovi dittatori adottano la tattica di informare la popolazione solo di elementi filtrati e allo stesso tempo gestiscono e pagano dei blogger per pubblicare dei post a favore del loro operato. È quello che avviene in Russia. Il tenore di vita rispecchia i modelli occidentali (“come gli occidentali, si sveglino con la stessa cantilena di Lady Gaga che canta a tutto volume nell’iPhone”) tuttavia la popolazione non è alla ricerca della libera informazione, o del bombardamento elettronico di leggende urbane, o di tweet vibranti, bensì ricercano una democrazia che consista nella giustizia ordinaria e non nella presenza di libere elezioni e altre istituzioni associate al modello di giustizia liberale. In più anche nella istruzione e nelle cure mediche.

Anche altri stati come la Cina, la Corea del Nord o l’Iran, basano la loro politica su azioni di censura del mondo informatico. La manovra serve per monitorare, controllare e filtrare le principali notizie presenti sul web, che potrebbero creare uno stato di agitazione fra la popolazione e mettere in seria crisi la stabilità di queste nazioni. Come nota il professore di giurisprudenza Tong Zhiwei, sorge una contraddizione: da una parte le notizie online sono una seria minaccia per l’equilibrio politico, ma dall’altra internet rappresenta il mezzo più efficace a favore di una campagna contro la corruzione.

Il governo cinese, dopo aver censurato il principale motore di ricerca, Google, ha attuato delle strategie per oscurare i più famosi social network, Facebook e Twitter. Al posto di questi siti internet, ne sono stati creati altri, controllati indirettamente dai potenti di Pechino: stiamo parlando di Baidu, gemello di Google, e di Sina Weibo, un social network dalle caratteristiche simili a quelle di Twitter. Sembrerebbe una mossa autarchica cinese rivolta al mondo virtuale. Tuttavia gli esperti concordano sul fatto che la Cina vuole opporsi alla diffusione di “rumors” mediatici presenti sul web. Tale ipotesi è stata confermata dalle recenti parole del premier Li Keqiang, pronunciate durante il vertice di Davos. Ha ribadito la solida posizione del governo

nel contrastare le informazioni “false” che circolano in rete, attaccando pubblicamente i funzionari corrotti e i blogger. La pena prevista è quella del carcere. Ma chi sono i censori? Gary King, docente di Harvard, ha indagato sull’argomento. Ha scoperto che a pochi chilometri da Pechino sorge un palazzo gestito dalla Sina, il Twitter cinese. Al suo interno lavorano ragazzi, spesso laureati, sottopagati che censurano giornalmente 90mila post sospetti e segnalano gli attivisti pericolosi. Il rischio è quello che il web si dimostri non essere un campo di libera informazione e che alcune nazioni possano continuare nella loro politica di repressione mediatica. Il libro di George Orwell, “1984”, sembra oggi più che mai la fotografia esatta di quello che avviene in regioni globali, dove la forte persecuzione viene accompagnata da una storia riscritta.

CONTROLLO TRAMITE INTERNET NEI REGIMI AUTORITARI, di Paolo Filippi

Si è molto discusso in questi ultimi tempi, anche all’interno del MFE, sull’importanza di internet come strumento di lotta politica e diffusione di idee nuove, in particolare per i movimenti che si oppongono ai regimi politici esistenti e per quelli che vogliono diffondere opinioni e comportamenti politici nuovi.

Per chiarire questo tema, è utile partire dall’analisi dei rapporti tra internet e i regimi autoritari, perché si presta a mettere in risalto alcune caratteristiche di fenomeni che sono comunque presenti, anche se in modo meno marcato, nei regimi democratici.

Da sempre i regimi autoritari hanno bisogno di controllare i propri cittadini per garantire la stabilità necessaria al regime per sopravvivere. Infatti, se i cittadini oppressi riuscissero ad organizzarsi e a ribellarsi, il regime sarebbe messo a dura prova. E' per questo che i regimi impiegano ingenti risorse economiche e umane per il controllo delle comunicazioni e delle attività dei propri cittadini ed in particolare di quei cittadini che risultano potenzialmente pericolosi per la stabilità del regime. E' noto che i regimi autoritari fanno uso della censura e che all'occorrenza non disdegnano l'uso della violenza contro quelli che vengono etichettati come loro nemici. Si crea così una rivalità tra chi controlla e chi invece, per difendere le proprie idee e la propria libertà, è costretto a nascondersi oppure a aggirare i controlli.

La diffusione di internet ha rivoluzionato le strategie di azione di entrambi gli schieramenti spostando gran parte delle attività proprio sulla rete. Infatti, internet è ad oggi il principale mezzo di comunicazione di massa e quindi di scambio di informazioni. E' evidente che, per un regime autoritario, internet può significare un enorme ostacolo per la propria stabilità ma al tempo stesso può essere una risorsa da sfruttare.

Internet vive nel dualismo libertà/controllo. Quando utilizziamo internet possiamo accedere ad una enorme quantità di dati e possiamo svolgere numerosissime azioni come comprare o vendere qualcosa, leggere un libro, conoscere nuove persone oppure esprimere il proprio pensiero su un blog. Ciò fa in modo che la nostra percezione di internet sia quella di un mondo in cui siamo liberi di fare ciò che vogliamo, facilitando l’instaurazione di un rapporto di fiducia tra l’utente e internet.

Per esempio, quando mandiamo una mail ad un amico diamo per scontato il fatto che quella mail venga letta solo dal nostro amico e non pensiamo che qualcuno possa accedere alle informazioni contenute nella mail; così come quando riceviamo una mail da un nostro amico diamo per scontato che sia stato proprio lui ad avercela inviata.

La fiducia che abbiamo verso internet è in realtà un punto debole molto sfruttato dai regimi autoritari per le loro attività di controllo. Spesso essi riescono ad avere importanti informazioni proprio grazie all'eccessiva fiducia che riponiamo in alcuni meccanismi di internet. Per esempio, il governo del Vietnam ha sostituito un famoso programma per computer scaricabile da internet con uno identico, ma con l'aggiunta di un virus che permette lo spionaggio del computer sul quale è stato installato (il programma in questione era scaricabile dal sito della Vietnamese Professionals Society e serviva per facilitare la scrittura a tastiera in lingua vietnamita¹). Grazie a questa e ad altre tecniche simili, i governi riescono a reperire informazioni utili sulle persone e le organizzazioni che stanno tramando contro il regime e su come esse hanno intenzione di agire, ma riescono anche a condizionare l'opinione pubblica e a combattere gli oppositori.

L'intervento del regime su internet mira a scoraggiare gli attivisti, che temono di essere identificati. Questa paura porta alcuni di loro a rinunciare alla loro attività per il timore di essere controllati. Questo meccanismo che si instaura è molto simile al concetto che sta dietro al panopticon, la prigione perfetta proposta dal filosofo Jeremy Bentham: la struttura della prigione era fatta in modo tale che ogni cella poteva essere controllata da un unico custode posto su una torretta, il timore di essere sempre controllati dal custode obbligava i carcerati a mantenere un comportamento disciplinato.

In generale, chi ha intenzione di dar vita ad una forte protesta contro un regime autoritario ha bisogno di un megafono che sia in grado di raggiungere la maggior parte delle persone. Ovviamente internet può essere usato in questo modo e in particolare i social network. Infatti, tramite queste piattaforme, si può organizzare facilmente una qualsiasi azione (per esempio una manifestazione) che coinvolga un gran numero di persone, dato che ormai sono molto diffusi. Inoltre grazie alla messaggistica istantanea si possono mobilitare le persone in pochissimo tempo o addirittura durante l'evento. I social network hanno infatti il pregio di poter pubblicizzare un evento senza dispendio di risorse e fatica ma solo utilizzando una connessione ad internet e pochi click. Il lato sfavorevole per chi utilizza i social network per questi scopi è che, per poter raggiungere la maggior parte delle persone, deve rendersi visibile diventando vulnerabile. Inoltre, rischia di essere identificato come nemico non solo chi si espone sui social network ma anche la cerchia di persone con cui ha più relazioni. E così i governi, partendo da un attivista, possono identificarne molti altri. Emblematica è la frase scritta nel libro "The Net Delusion: the dark side of internet freedom" di Evgeny Morozov: "In the past, the KGB resorted to torture to learn of connections between activists; today, they simply need to get on Facebook".

Se però è vero che internet può facilitare l'attività di controllo dei regimi, è anche vero che il web è un mondo incredibilmente vasto dove è impossibile controllare tutto

ciò che avviene al suo interno. Tuttora molti attivisti continuano il loro operato su internet sfuggendo ai controlli dei regimi grazie anche a nuove tecniche che permettono di nascondere l'identità e i dati sensibili dell'attivista.

Si può dire quindi che, nonostante internet, la rivalità tra chi controlla e chi è controllato non cessa di esistere ma semplicemente ha cambiato campo di gioco. Internet non è lo strumento necessario e sufficiente per poter portare a compimento una rivoluzione, ma non è neanche lo strumento necessario e sufficiente con cui è possibile spiare e bloccare sul nascere ogni tipo di azione sovversiva. E' semplicemente lo strumento più moderno per tentare di sovrastare il proprio rivale, anche se comunque da solo non basta per poter avviare una vera rivoluzione che abbia delle probabilità di successo ma bisogna fare affidamento anche su quelli più datati ma che comunque sono ancora efficaci.

D'altronde le persone sono state mobilitate con una rapidità sorprendente e le rivoluzioni sono state fatte anche quando internet non esisteva ancora.

Per assegnare il giusto valore all'importanza di internet come strumento di lotta politica è decisivo ricordare quanto Mario Albertini ha scritto in "Esame tecnico della lotta per l'Europa"², pubblicato nel 1957 nel quadro della politica di formazione dei militanti del Movimento federalista europeo.

In tempi normali le masse si sentono legate al potere costituito, il quale domina l'intero spettro degli strumenti della comunicazione politica, in modo più o meno invasivo a seconda dei regimi. Per questo i movimenti che si oppongono ai regimi non possono ottenere risultati con la semplice propaganda. Al contrario "quando si tratta di ottenere dei cambiamenti, e nessuno ha un potere decisivo perché quello vecchio sta cadendo e quello nuovo sta formandosi, questo tipo di propaganda (la propaganda dei tempi normali) non si può fare, e non serve a nulla ... Si tratta di situazioni nelle quali tutti desiderano sapere che cosa accade e sono in grado di capirlo, e nelle quali tutti vogliono partecipare per contribuire a determinare la scelta ... il consenso delle masse si organizza pertanto rapidamente e spontaneamente attorno a coloro che conoscono meglio ed espongono più veracemente i dati reali della situazione e delle alternative di potere, indipendentemente dall'uso di forti apparati di mezzi di informazione. Migliaia di canali di comunicazione delle idee si aprono da soli. Certe immagini, certe parole d'ordine, quasi senza carta stampata e contro la carta stampata [e oggi ciò vale anche per internet], arrivano dappertutto e formano una possente corrente d'opinione che travolge partiti ed idee considerati fino al giorno prima assolutamente stabili".

1. The Net Delusion: the dark side of internet freedom, Evgeny Morozov
2. Il Federalista, anno 1959 n. 2

IL WEB ARMA A DOPPIO TAGLIO PER LA DEMOCRAZIA, di Maria Vittoria Lochi

La nascita di Internet ha portato una rivoluzione senza precedenti non solo

nell'ambito della comunicazione, ma anche nella sfera dell'informazione.

Le persone, infatti, attraverso il web possono informarsi in tempo reale su avvenimenti accaduti non solo nel proprio paese, ma a livello internazionale; possono leggere più notizie e formare una loro concezione sugli avvenimenti, ma non è tutto oro quel che luccica.

Infatti, il più grande problema di internet è la verifica delle fonti, quali fonti sono attendibili? Internet è veramente un veicolo d'informazione libera e indipendente?

Ovviamente no, se la tecnologia si evolve, diventando talvolta un mezzo d'informazione accessibile a tutti, anche i governi e le personalità politiche si adeguano utilizzando il web come loro personale mezzo di propaganda ponendo loro stessi "in gioco" in primo piano, oppure attraverso una campagna ben studiata e organizzata da esperti del settore.

Questo fenomeno di propaganda (più o meno mascherata) è molto frequente in paesi dittatoriali o dove la democrazia è sempre messa in discussione, i casi più eclatanti sono infatti quello venezuelano e quello russo.

Hugo Chávez nel 2009, intuendo l'importanza che internet e i social media stavano iniziando ad avere in quei paesi in cui poi sarebbe scoppiata la primavera araba, si iscrisse al famoso social network di micro blogging "Twitter" dove in pochi giorni raggiunse il tetto di ben 500.000 followers, diventando così l'uomo politico più seguito sul web. In realtà, la discesa in campo di Chávez sul social media non aveva niente di ludico, ma servì solo per evitare la censura di Internet in Venezuela (che verosimilmente avrebbe avuto un impatto opposto a quello desiderato) e diffondere in maniera mitigata e mirata la sua propaganda.

Chávez frequentemente rispondeva ad alcuni tweet ricevuti in modo molto educato e affascinante, stravolgendo l'immagine che il mondo si era creato di lui.

Lo scambio di tweet più incisivo fu con una ragazza messicana di sedici anni che lo accusava di essere un dittatore alla quale il presidente venezuelano rispose "Ciao Mariana, la verità è che io sono un anti-dittatore e amo il bellissimo Messico"; oppure le gentili parole ("Mia cara Desiree, ti mando un bacio") rivolte ad una ragazza venezuelana che gli aveva espresso tutta la sua ammirazione.

Già qualche giorno dopo l'adesione al social network, Chávez aveva così dissipato ogni illusione che Twitter fosse per lui solo una distrazione temporanea.

Tra il 2007 e il 2009 il ministro delle comunicazioni venezuelano ha censurato alcuni canali radio e televisivi perché ritenuti estremamente critici nei confronti del governo, con la scusa di non possedere le licenze adeguate per la trasmissione; non potendo imporre licenze sull'utilizzo di Twitter, la scelta di Chávez non si poneva tra la censura e la libertà di parola, ma stare su Twitter tutti insieme (rischiando di perdere il controllo delle conversazioni online) e cercare di infondere la sua ideologia nelle conversazioni.

Il caso russo invece è un po' diverso, il Cremlino ha avuto un particolare successo nel coltivare una forte connessione con la "cultura di internet" russa e nel creare una "Camera Pubblica di Russia", un'istituzione quasi statale, composta da celebrità pro-Cremlino (uomini d'affari ed intellettuali di forte impatto sulla società russa) che approvano qualunque iniziativa il Cremlino chieda loro.

Colui che meglio rappresenta la sofisticata macchina della propaganda via web è

Konstantin Rykov, fondatore di uno dei primi magazine on-line in cui mescolava articoli sulla vita notturna di Mosca con quelli sull' arte, con il quale ha creato un vero e proprio impero propagandistico. Grazie a questa sua visione positiva, ottimistica e divertente della Russia, che miscela le forti tradizioni russe con la modernità dei tempi, ora Rykov è uno dei più giovani e rispettati componenti della Duma.

Ma la carriera propagandistica di Rykov al Cremlino è nata con la creazione del documentario :“Guerra 08.08.08. La Guerra del Tradimento”. Dove internet viene usato in modo tale da diffondere l'idea che la guerra in Georgia (2008) fosse un atto dovuto ed essenziale, il tutto venne analizzato con un forte punto di vista ideologico, raffigurando i georgiani nella peggiore luce possibile.

La trasmissione del video divenne virale e fu visto in pochissimo tempo da più di due milioni di persone sul web, facendo diventare così il film, una potente propaganda. Dopo la pubblicazione su internet il film fu trasmesso in televisione; ne fu addirittura tratto un libro. Il documentario divenne estremamente popolare e riuscì a stravolgere totalmente l' idea della guerra in Georgia, trasformandola in una missione di pace.

Sempre in modo propagandistico il governo russo ha promosso il blog di Maria Sergeyeva, ragazza venticinquenne particolarmente patriottica, facendola diventare un “modello” che i cittadini devono seguire. Nel suo blog esalta il suo amore per la Russia alternando commenti in linea con le decisioni del Cremlino a foto e “recensioni” di party russi ai quali ha partecipato, in modo da coinvolgere la popolazione mostrando “i lati positivi” del Paese.

Peccato che Maria Sargeyeva sia membro della Giovane Guardia, una delle associazioni giovanili del Cremlino, è evidente quindi che lo scopo del suo blog fosse decisamente finalizzato.

È chiaro come il web non sia un canale d'informazione totalmente libero e bisogna sempre prestare attenzione alla fonte e all'affidabilità delle informazioni, bisogna sempre guardare le notizie con occhio critico e talvolta scettico. L'unico antidoto è confidare nella consapevolezza degli utenti delle “trappole” della comunicazione via web e che gli “internauti” siano disposti a scavare sotto l'apparenza delle notizie per trovare informazioni più libere da condizionamenti.

INTERNET E LE CAMPAGNE ELETTORALI, di Aurora Patera

Nonostante negli ultimi anni sia in ascesa l'idea di "pulpito sociale" e la maggior parte dei politici abbia in una certa misura aperto dei canali di comunicazione sociali con l'elettorato, l'epoca delle campagne elettorali prevalentemente online non è ancora giunta al suo pieno compimento.

Se il successo della campagna elettorale di Barack Obama del 2008, fortemente improntata sui social media può portare a immaginare, per il futuro, un'epoca di smaterializzazione della politica, occorre fare dei distinguo nei confronti della scena politica europea e in particolare di quella italiana.

Non bisogna per questo sminuire i risultati della campagna di Barack Obama e sottovalutare le sue potenzialità. I numeri parlano chiaro: secondo il rapporto

Edelman del 2009, Obama ha raggiunto 13 milioni di elettori sulla sua mailing list; 3 milioni di donatori che hanno fatto un totale di 6.5 milioni di donazioni per la sua campagna; 5 milioni di sostenitori su 15 diversi social network, di cui 3 milioni solo su Facebook; 80 milioni di visite su youtube che hanno prodotto a loro volta 442.000 video generati dai fan; 2 milioni d'iscritti al sito mybarackobama.com che a loro volta hanno prodotto 400mila post sui blog e 35mila gruppi di volontari che si sono occupati di organizzare 200mila eventi offline e raccogliere 30milioni di dollari.

La caratteristica vincente della campagna è stata quella di responsabilizzare i simpatizzanti, fornendo loro i mezzi per produrre contenuti e dare loro la possibilità di occupare un ruolo tradizionalmente occupato dagli uffici stampa, disintermediando la produzione e la divulgazione d'informazioni e investendo sulla mobilitazione delle platee condiscendenti attraverso la creazione di diversi gradi di coinvolgimento che andavano dalla semplice iscrizione a uno dei canali di contatto con il leader democratico, fino all'organizzazione di eventi locali, campagne di sensibilizzazione, raccolte fondi autonome.

Da notare come ogni passo della campagna, dalla scelta dei social network su cui consolidare la propria presenza, fino alla creazione delle oltre 7000 diverse mail diffuse alle liste, è stato pensato, misurato, ottimizzato con il preciso scopo di ottenere i voti e i fondi necessari alla vittoria elettorale. Lo staff di Obama ha saputo solleticare i diversi pubblici di nicchia tipici della comunicazione sulla rete diversificando le comunicazioni e utilizzando un approccio appropriato, dal basso, opposto a quello che viene solitamente proposto dai media di massa tradizionali. Non a caso sono stati creati profili di Obama su social network numericamente meno importanti ma demograficamente cruciali, quelli visitati dalle minoranze etniche e dai gruppi di elettori tradizionalmente più vicini al partito democratico: lo staff di Obama è andato a colpire gli snodi di conversazione in cui era più facile ottenere una sensibilizzazione del pubblico.

Il metodo Obama rappresenta una piena comprensione delle dinamiche di comunicazione "many to many" tipiche dei nuovi media, opposte rispetto al rapporto "one to many" che ha il suo pieno compimento nei sistemi di comunicazione di massa (radio, tv, stampa) in cui avviene un ascolto passivo dei contenuti e non c'è possibilità d'intervento da parte dei destinatari del messaggio. La rete al contrario permette di trasformare l'elettore in produttore di contenuti, che si erga a sua volta su un pulpito. Un'autorialità percepita come più affidabile dagli utenti, che tendono a confrontarsi più efficacemente con interlocutori a loro somiglianti. È risultato infatti da uno studio Nielsen che i consumatori si fidano, nel 70% dei casi, di opinioni di altri consumatori trovate sulla rete. Quindi è plausibile ritenere che questo dato, solitamente applicato al marketing, possa essere sfruttato anche nella comunicazione politica. È importante però rilevare che, all'indomani della vittoria elettorale, Obama ha dimostrato di voler continuare a sfruttare la rete di partecipazione costruita, aprendo il sito change.org in cui cittadini possono proporre le proprie idee, e affidando al suo partito il vasto database di contatti creato durante la sua campagna. In questo modo ha dimostrato che è possibile, al di là del marketing politico, che si creino sulla rete nuovi spazi di condivisione democratica.

Un diverso tipo di partecipazione è stato ottenuto dalla campagna elettorale di François Hollande. In questo caso, come nel precedente statunitense, si è puntato alla mobilitazione dell'elettorato piuttosto che alla conversione, però in modo molto più mirato e sicuramente meno digitale. Il pubblico francese, infatti, si è dimostrato più sensibile al contatto diretto che ad altre forme di comunicazione. Per questo si è puntato alla creazione di una campagna porta a porta chirurgica nelle zone in cui un'azione del genere sarebbe stata più efficace per l'alta percentuale di potenziali elettori del Partito Socialista. Alla campagna hanno partecipato sia i volontari che i candidati e l'approccio "vis à vis" si è rivelato cruciale per assicurare la vittoria del partito di Hollande.

Un approccio "diversamente sociale" è quello che è stato utilizzato sul mercato elettorale italiano durante le elezioni politiche del 2013. Se il Movimento 5 stelle di Beppe Grillo è stato citato, all'indomani del prevedibile ma non annunciato exploit che gli ha permesso d'intascare un quarto dei voti, per la radicata e storica presenza in rete del suo esponente più noto, bisogna però notare come dal punto di vista comunicativo il Movimento si sia mosso in modo decisamente tradizionale. Grillo ha puntato tutto su un tipo di comunicazione top-down, tipica dei media di massa e che ha fatto più presa sul pubblico televisivo grazie alla cassa di risonanza mediatica creata da media del secolo scorso. La partecipazione sulle piattaforme create ad hoc è stata limitata in termini numerici e in termini qualitativi si vede come l'approccio pentastellato si presti al liderismo di piazza dei grandi comizi organizzati da Beppe Grillo che fungevano da catalizzatore dei malesseri dell'elettorato italiano. Per questo non si può parlare di una campagna elettorale propriamente "social": il suo successo non è dovuto alla partecipazione intesa come conversazione e co-creazione di contenuti politici.

In sintesi, la rete può diventare un nuovo terreno di costruzione della democrazia, solo se vengono rispettati alcuni principi caratterizzanti del medium e presenti nella sua architettura fin dagli albori: condivisione, conversazione, collaborazione. Senza questi requisiti la rete rischia di diventare un pericoloso e potente strumento nei confronti delle demagogie.

WEB NELLE DEMOCRAZIE. ORGANIZZAZIONI A CONFRONTO: MOVIMENTI ONLINE E MOVIMENTI OFFLINE, di Simone Fissolo

Il contributo che vado a sviluppare per l'Ufficio del Dibattito dell'ottobre 2013 mette a confronto recenti studi sociologici e politologici, documenti elaborati da personalità politiche (di rilievo nel panorama italiano) e testi di cultura federalista. Il tentativo critico confronta, tra le poche righe a disposizione, le innovazioni organizzative del Movimento a cinque stelle e la crisi strutturale del Partito democratico. Il confronto riflette inevitabilmente sulla forma organizzativa del Movimento Federalista Europeo, che vanta lunga vita. La breve analisi che segue non presenta giudizi politici, al contrario vuole contribuire alla discussione interna sul futuro del M5S, fornendo alcune riflessioni che appaiono oggi necessarie. Tuttavia, la mia attività di militanza presuppone che io debba anticipare all'analisi due considerazioni: a) la

partecipazione territoriale è necessaria affinché il dibattito pubblico attivo¹ arrivi nei luoghi periferici del paese. Luoghi lontani dalle sedi istituzionali, nelle quali le decisioni vengo prese, ma, allo stesso tempo, luoghi che inevitabilmente si trovano coinvolti dalle decisioni prese in queste sedi. b) Il diritto all'aggregazione sociale e la partecipazione politica (diremmo più avanti 'offline') sono due elementi fondanti la democrazia rappresentativa parlamentare.

Ora, entrando nell'analisi, Damien Lanfrey² sottolinea che "il contesto italiano offre un esempio innovativo dal punto di vista del rapporto tra attivismo, organizzazione e tecnologia"³. Ed è proprio il Movimento a cinque stelle a offrire al sociologo italiano il suo caso studio. IL M5S ha una storia particolare: parte da blog, si trasforma in meetup.com (un sistema di condivisione d'informazioni) e contemporaneamente prende le forme di movimento. In altre parole, incomincia come pagina web, si trasforma in un sistema di partecipazione online⁴ e passa a essere a tutti gli effetti una forma organizzativa di partecipazione offline. Il M5S è per Lanfrey una meta-organizzazione, "intesa come reticolo di micro organizzazioni largamente eterogenee nelle loro manifestazioni e parzialmente coordinate a livello centrale"⁵. La meta-organizzazione di Grillo (Ahrne e Brunson nel loro testo del 2008 identificano l'ONU una meta-organizzazione) ha tre caratteristiche distintive: è composta da gruppi organizzativi e non da membri; la linfa vitale dell'organizzazione non è la partecipazione dei militanti, ma l'internazionalizzazione dell'ambiente informativo e infine la meta-organizzazione offre meta-capacità, ovvero agisce da facilitatore, ad esempio: costruisce reti o organizza campagne. I grillini sostengono che le tecnologie web debbano essere utilizzate a scopo democratico e che tuttora loro sono gli esperti di monitoraggio della democrazia italiana (il lavoro di Lanfrey analizza alcuni studi e ricerche, tra le quali sono presenti interviste qualitative ai grillini). Mentre John Kaene nel 2009 parlava di 'democrazia del monitoraggio' (in "The Life and Death of Democracy"), Stefano Rodotà nel 2013 elabora la sua 'democrazia in pubblico' (la Repubblica, 16.6.13, "La fine del segreto"). Tra le molte riflessioni che possono generare queste due definizioni di nuova democrazia, appare condivisa l'idea che il presente abbia in qualche modo modificato la partecipazione alla vita democratica. Quale crisi dunque subisce la democrazia italiana? Sono, forse, le organizzazioni politiche a essere in crisi? Così pensa Fabrizio Barca, ex ministro senza portafoglio del governo Monti, che, terminata la sua esperienza istituzionale, ha sviluppato una riflessione nel Partito democratico.

Alla luce dei risultati delle elezioni italiane del 2013 il PD riuscirà a riorganizzare la

1 Un esempio di dibattito pubblico passivo sono i salotti televisivi italiani, nei quali non vi è forma partecipativa per il pubblico. Due esempi chiarificatori: *Porta a Porta* o *Ballarò*.

2 CV di D. Lanfrey:

http://damienlanfrey.net/web/index.php?option=com_content&view=article&id=144&Itemid=57.

3 Damien Lanfrey, *Il movimento dei grillini tra meetup, meta-organizzazione e democrazia del monitoraggio*, in Vaccari, C., Mosca, L. Nuovi media, nuova politica?, 2012, FrancoAngeli, pp.143.

4 Per partecipazione online e offline vedere Giovanna Mascheroni, *I giovani e i siti di social network*, in Vaccari, C., Mosca, L. Nuovi media, nuova politica?, FrancoAngeli, 2012, pp.116-140.

5 Damien Lanfrey, *Il movimento dei grillini tra meetup, meta-organizzazione e democrazia del monitoraggio*, in Vaccari, C., Mosca, L. Nuovi media, nuova politica?, 2012, FrancoAngeli, pp.145.

propria forma di partito? Nel suo testo Barca afferma che: “Per il buon governo dell’Italia serve, dunque, un partito di sinistra saldamente radicato nel territorio che, essendo animato dalla partecipazione e dal volontariato di chi ha altrove il proprio lavoro e traendo da ciò la propria legittimazione e dagli iscritti parte rilevante del proprio finanziamento, torni, come nei partiti di massa del passato, a essere non solo strumento di selezione dei componenti degli organi costituzionali dello Stato, ma anche ‘sfidante dello Stato stesso’ attraverso l’elaborazione e la rivendicazione di soluzioni per l’azione politica.”⁶ Ciò che evidenzia fin qui Barca non è ‘niente di nuovo sul fronte occidentale’, anche se l’evidente mancanza di democrazia interna al M5S fa riflettere su cosa sia nuovo e cosa non lo sia. Forse, l’aspetto più innovativo della provocazione dell’ex ministro per la coesione territoriale è una sorta di ritorno all’ideologia, chiamata però ‘mobilitazione cognitiva’. L’ex ministro preme sul ‘credere in qualcosa tutti insieme’, sul ragionare nelle sezioni piani d’azione indipendenti e a volte in contrasto con il governo, spinge per tornare a fare formazione, per pensare al partito non come trampolino di lancio per un lavoro futuro (‘agenzia di collocamento’), ma come cantiere della politica del domani. Eppure, nonostante che l’accento alla mobilitazione cognitiva faccia pensare a un ritorno alle idee, in contrasto con la campagna elettorale del M5S incentrata sulle azioni, ciò che fa più paura della sua argomentazione è la parola ‘tornare’. Non si può tornare indietro nella storia e non si può tornare ai partiti di massa e non si può pensare che la partecipazione politica aumenti per miracolo, soprattutto in un periodo in cui il benessere e la coesione sociale diminuiscono (in crisi anche il sistema di finanziamento pubblico ai partiti). Qual è dunque il futuro delle organizzazioni politiche che non desiderino tornare a vivere nel passato?

A tal proposito sembra doveroso far riferimento al Movimento Federalista Europeo, che vanta una vita lunga, una capacità di riformismo interno e un’ideologia ferma. E anche doveroso, però, non limitarci, a causa della brevità del testo, a lusingare l’età del Movimento o a ribadire la difficoltà dell’obiettivo ideologico o realistico del MFE. Sofferamoci, piuttosto, sul riferimento al riformismo interno e con esso il ruolo di Mario Albertini nel ridefinire la strategia più adatta al compito arduo della Federazione europea. Al contempo non dimentichiamoci, però, che il MFE ha vissuto tempi migliori soprattutto dal punto di vista della partecipazione. Se consideriamo le parole di Albertini ai giovani, è bene ricordare alla GFE quanto segue: “Se i giovani hanno responsabilità specifica nel fare politica, questa dev’essere caratterizzata proprio da un maggiore impegno nel battersi non solo per il possibile immediato, ma anche e soprattutto per il possibile futuro. Questo è il senso da attribuire all’aspirazione della G.F.E. di tornare ad essere la sinistra del M.F.E.”⁷ E cercando di adempiere questo ruolo, mi preme domandare a me stesso se oggi anche il MFE ha bisogno di un po’ d’innovazione. Leggendo le tesi precongressuali di Lucio Levi possiamo individuare alcune riflessioni innovative, due tra le molte: a) la consapevolezza dell’ascesa dei movimenti della società civile di fronte al declino dei

6 Barca F., *Un partito nuovo per un buon governo*, 2013, pp.34.

7 Albertini M., *Discorso ai giovani federalisti*, 1978, pp.1.

partiti e b) la necessaria ricerca delle forme possibili per mobilitare il consenso. Mi limito a sviluppare il secondo punto, essendo il MFE (insieme all'ANPI) uno dei movimenti politici italiani più longevi. E dunque come fare per mobilitare il consenso? Francesco Rossolillo, in "Senso della storia e azione politica", insiste sull'aspetto minoritario del Movimento che nel dopo guerra contava all'incirca di 30.000 iscritti e che oggi si è ridotto di parecchie migliaia. La domanda, dunque, si trasforma inevitabilmente in: cosa può fare un movimento di minoranza per mobilitare consenso? E' necessaria una nuova struttura organizzativa?

"Il progetto costituente...ha assoluto bisogno del sostegno popolare" ribadisce Levi nelle sue tesi e, in effetti, sembra difficile realizzare un'ennesima Convenzione costituente se poi i popoli europei decidono di porsi d'ostacolo come già successe nel passato, o meglio solo e solamente un'azione autoritaria potrebbe realizzare una Federazione senza il sostegno popolare. Mentre per quanto riguarda il fattore minoranza, quest'ultimo appare comunque inevitabile di fronte al calo di partecipazione offline diffuso in tutta Italia e all'interno di tutte le organizzazioni politiche e democratiche italiane. Tuttavia, sembra che anche una minoranza, soprattutto alla luce del lavoro di pressione delle lobbies al Parlamento europeo, possa influire incisivamente sulle decisioni politiche. Non certo modificando la struttura organizzativa del Movimento si può pensare di mobilitare oggi il consenso, ma forse si può grazie all'utilizzo del web, strumento differente da quelli necessari per la 'mobilitazione cognitiva' di Barca o per la lotta ideologica di Albertini.

MoveOn.org è il più grande gruppo di pressione nella politica americana contemporanea. "MoveOn è un caso paradigmatico per comprendere gli effetti di internet sull'impegno politico"⁸. MoveOn è partita dal 1998 come petizione online riguardante la famosa controversia relativa allo stato di accusa di Bill Clinton e oggi è diventata partner fondamentale delle campagne presidenziali di Obama. Il modello MoveOn necessita di un approfondimento scientifico che non può trovare qui sede, basti al fine del ragionamento indicare la differente base organizzativa della sua azione collettiva, e questa può esser brevemente descritta attraverso quattro caratteristiche distintive: a) la parola chiave è web; b) lo staff centrale presenta dimensioni ridotte (20/30 unità), anche se a volte è accompagnato da uno staff fantasma, ovvero da un centinaio di unità impiegate a tempo determinato; c) le infrastrutture fisiche non esistono; d) vengono utilizzate pratiche reticolari e ibride che rendono possibile sfruttare le potenzialità tecnologiche. Forse MoveOn ha ridotto la partecipazione politica al click (fenomeno del clicktivism), ma è anche vero che per utilizzare le odierne innovazioni tecnologiche le vecchie strutture organizzative ne impediscono il buon funzionamento. Ed è proprio alla luce del successo elettorale del M5S che viene da chiedersi: qual è sarà il destino di una vecchia e longeva struttura organizzativa, come quella del MFE, o persino quello del più grande partito italiano in termini di partecipazione offline, in un modo sempre più dominato dal web e dalla partecipazione politica online?

⁸ Karpf D., *MoveOn.org e la nuova generazione di gruppi di pressione*, 2011, in Vaccari C., Mosca L., *Nuovi media, nuova politica?*, FrancoAngeli, pp.167.

INTERNET E LA STRUTTURA DI PARTITO, Di Marco Giacinto

Struttura di partito (e di sezione) forte o agile comunicazione telematica? Le due cose sono contrapposte oppure si integrano? È una riflessione affrontata, in due recenti documenti programmatici, da due dirigenti del Partito Democratico: Pierluigi Bersani e Fabrizio Barca. Entrambi stabiliscono come prius di un'organizzazione democratica la discussione collettiva all'interno della sezione. Tuttavia, il ruolo (eventualmente integrativo) di una comunicazione efficace sul web è invece affrontato con due approcci differenti: per Bersani, questo rimane marginale e quasi pericoloso; per Barca, si tratta di un incentivo vero e proprio. Dicotomica, nel documento di Bersani, sembra quasi essere la contrapposizione tra un partito a partecipazione collettiva e movimenti basati sulla glorificazione mediatica del leader: o partecipazione o comunicazione mediatica. La politica ha lasciato insoddisfatte le richieste di riforme dello Stato e la conseguenza sarebbe stata una semplificazione del linguaggio in senso populista, quasi una supplenza dell'abilità comunicativa rispetto alla prassi di governo: "Questa spinta, non trovando alcuno sbocco in una riforma delle istituzioni e dei partiti, si è tradotta in un ulteriore scivolamento verso il modello dell'uomo solo al comando, il primato della comunicazione e la riduzione della partecipazione a delega plebiscitaria al leader. Un modello di cui Berlusconi è stato il principale interprete e che -lo abbiamo visto- porta consenso ma non soluzioni" (Bersani, "Fare PD", cit. p. 13). A tutto questo si opporrebbe il dover-essere di un partito (segnatamente, il PD), una parte del cui processo decisionale dovrebbe essere rimesso alla discussione collettiva - anche a livello delle singole sezioni, dato che il documento auspica una più marcata caratterizzazione "federale" di tale processo e delle stesse risorse finanziarie (ibidem, p. 14-15). Questa è, secondo Bersani, la vera "ricchezza di partecipazione sociale": non il web, che darebbe al cittadino unicamente l'opportunità di sfogare la propria rabbia repressa e la sola illusione di partecipare al dibattito collettivo. Anche se, poche righe di seguito, qualcosa viene concesso alla potenza dei mezzi contemporanei: "(...) dando uno sbocco costruttivo anche alle nuove spinte partecipative che emergono dalla rete" (ibidem, p. 13). Ma non sfugge, in questa posizione del problema, una certa ritrosia nell'utilizzo di uno strumento percepito, in qualche modo, come un corpo estraneo. Dove può essere recuperato un ruolo per la rete? Principalmente, nella messa in comune dei beni culturali elaborati dai think tank del Partito: associazioni, centri studi, fondazioni riconducibili ad aree differenti del PD dovrebbero infatti fare sintesi dei propri sforzi e renderli disponibili sul web - che diverrebbe, in questo modo, un mezzo per arginare il correntismo endemico tra i Democratici (ibidem, p. 15). Il web ridotto da strumento di comunicazione dinamicissimo ad archivio: troppo poco, per veicolare efficacemente alcune buone idee - tra le quali, non dimentichiamolo, i passaggi che parlano di ripensare in senso federale il destino dell'Europa, a partire dalla zona euro (ibidem, p. 5). Fabrizio Barca tiene verso lo strumento del web un atteggiamento più "liberale". Nella sua disanima del decadimento dello Stato e dei partiti, e delle forme per riportarli entrambi ad un'utilità collettiva, concede qualcosa all'onestà di tale

strumento: "Incentiva i cittadini a dare il proprio contributo: lo fa riducendone il costo, assicurandone la non manipolazione e offrendo la possibilità di verificare l'utilità del proprio contributo attraverso il numero di connessioni" (Barca, "Partito nuovo", cit. pp. 31-32). Non che tutto questo sostituisca il momento deliberativo collettivo (dato che risulta chiaro quanto nel testo precedente), così come è esplicitata l'impossibilità di una "concentrazione in poche teste di ciò che c'è da sapere" (ibidem, cit. p. 32): ma l'elenco dei pregi comunicativi del web dimostra, quantomeno, un minore imbarazzo nei confronti del mezzo. La base necessaria del partito (di sinistra), e la base della stessa possibilità di rinnovare l'Italia, resta comunque la vita partecipativa della sezione, il volontariato "di chi ha altrove il proprio lavoro" (ibidem, cit. p. 34): una soluzione che ricorda il "rivoluzionario a tempo parziale" di Mario Albertini. E lo scopo del "partito nuovo" risiederebbe nella "mobilitazione cognitiva": l'elaborazione teorica, cioè, di soluzioni per il Paese, la mobilitazione delle coscienze attraverso questi contenuti, il confronto con associazioni terze e indipendenti; e la sua configurazione di partito del "confronto pubblico informato" (ibidem, pp. 35, 41, 43). E questa "mobilitazione cognitiva" trae linfa esplicitamente da due fattori: il confronto con altri movimenti analoghi presenti in Europa e l'economicità delle comunicazioni veicolate dal web - senza disconoscere, quindi, la "fame di informazione" popolare di cui parla Amartya Sen (pp. 36, 39, 42). È interessante che poi Barca individui i tipi di "sentimenti" contrapposti che animano il militante e che possono essere incanalati nell'utile comune del gruppo (quasi come le anime della "Repubblica" di Platone): da una parte la coppia egoismo-spirito pubblico, dall'altra quella indipendenza-imitazione. L'egoismo naturale dell'uomo, rinvigorito secondo Barca dalla morale individualista figlia degli anni Sessanta, troverebbe una sua esplicazione nel partito della "mobilitazione cognitiva" col desiderio di autoformarsi e di influenzare; laddove lo spirito pubblico si esplicherebbe nell'indole a discutere, consentire, dissentire. Stessa dialettica per la seconda coppia di "sentimenti": se lo spirito di indipendenza salva la diversità e individualità all'interno del partito, quello di imitazione salvaguarda il gruppo (ibidem, pp. 46-47). È poi demandato ai giovani un ruolo creativo: portare al gruppo l'esperienza delle associazioni indipendenti del territorio, dei gruppi auto-formati, dell'entusiasmo propositivo e non ancora macchiato dal cinismo (ibidem, pp. 47-48).