

**addirittura spenta. Lo ha fatto Mubarak, lo fa la Cina...**

«La libertà di internet in un paese dipende dal grado di diffusione della sua rete. Quello che abbiamo visto in Egitto, ma che vediamo di frequente in Cina o in Iran, è dovuto al fatto che la rete funziona solo grazie a pochi network controllati dal governo. Più aumentano i network e meno facile è il controllo. La libera concorrenza è un fattore fondamentale per la libertà

#### **BAUMAN E FACEBOOK**

**Il grande sociologo ottantenne alle prese con le relazioni "liquide" del più popolare dei social network nella conferenza di sabato 9 aprile a Roma (Auditorium - Sala Sinopoli, ore 18) per "Libri come. Festa del Libro".**

della rete».

**È ipotizzabile un mondo senza più digital divide?**

«Non credo, anche in futuro avremo enormi disegualanze nell'accesso alla rete. Se però guardo a com'era la situazione dieci anni fa, vedo progressi enormi. Il tipo di accesso che la gente ha nel Medio Oriente è ridicolo se paragonato a quella che la gente ha in Francia, in Inghilterra o nelle parti più avanzate degli Stati Uniti. Nonostante questo, sono stati capaci di spingere decine di migliaia di persone a scendere in piazza. Anche una scarsa diffusione di internet può convincerti a pretendere migliori condizioni di vita».

**I social network stanno cambiando il concetto di comunicazione di massa?**

«Il termine mass media va aggiornato. Oggi settori sempre più ampi di persone possono mettersi in collegamento con settori altrettanto ampi

di altre persone. Sta cambiando il concetto di comunicazione mediatica: prima si ascoltava, oggi si parla; prima si subiva, oggi si agisce. Internet moltiplica all'ennesima potenza il concetto di libertà di scelta. E sono io che decido».

**Esiste un conflitto di interessi tra tv e internet?**

«Sono due mondi destinati a entrare in collisione. In Italia, in particolare, esiste un conflitto di interessi tra come è impostato l'attuale business televisivo e le esigenze di sviluppo e crescita di internet. Da una parte c'è un modello che massimizza i profitti portando pochi programmi a tantissime persone, dall'altra c'è internet che fa esattamente l'opposto: tantissime proposte a ogni singola persona. Non mi sorprende che nei Paesi dove poche mani controllano la tv, internet sia cresciuto lentamente. Temo che in Italia siate in questa situazione». ♦

#### **Mobtag**

### **Videointervista a Lawrence Lessig**



**Qui trovi il link alla videointervista a Lawrence Lessig realizzata da Maddalena Loy un anno fa: in quell'occasione il padre dei Creative Commons parlava del diritto d'autore al tempo della rete e delle "economie ibride": «Chi non è pronto, non è pronto per Internet».**

## **Parole nuove per mondi nuovi**

# Crowdsourcing: la folla interattiva

**Le nuove forme della partecipazione offerte dal web 2.0. Così la rete renderà sempre più pubblica la res publica**

**CARLO INFANTE**

carlo@urbanexperience.it

**C**rowdsourcing: sentiamo già il rumore di chi protesta per tutti questi neologismi di stampo anglosassone. Ma è inevitabile: le parole nuove nascono dove nascono i modi e i mondi nuovi qual è, appunto, il web.

Una parola nuova come *crowdsourcing* è in questo senso emblematica: coniuga *crowd* (gente comune, folla) con *outsourcing* (approvvigionamento esterno). Ciò significa, fondamentalmente, riconoscere come risorsa le dinamiche della partecipazione sollecitata in rete. In questo neologismo risiede una potenzialità che va ben oltre il dato tecnologico, riguarda il principio base della socialità, quello della condivisione, meglio ancora quello dell'intelligenza distribuita che il web 2.0 sta attuando nell'espansione dei commenti a blog e social network. Un aspetto che molti considerano come un aumento del rumore di fondo ma che allo stesso tempo permette di allargare la base d'accesso al sistema della comunicazione. Attenti: quell'allargamento non è solo un dato quantitativo bensì qualitativo. Si stanno infatti riconfigurando gli assetti della comunicazione, riscoprendo l'approccio che ne è all'origine, il *comunicare con*, cosa ben diversa da quel

*comunicare a* su cui s'è basato l'intero sistema dei media. Mettersi in ascolto, condividere, dare la parola, espandere la sfera del confronto sulle scelte possibili, non sono solo dei buoni sentimenti comunitari ma nuovi modelli d'iniziativa politica e sociale. Si tratta anche di nuovi paradigmi economici come dimostra, nell'ottimo libro *Crowdsourcing*, pubblicato nel novembre 2010 da Sossella editore e TheBlogTV, Jeff Howe, il giornalista di *Wired* che nel 2006 ha coniato il termine. Tra i tanti esempi esplicativi, oltre a mettere in cima l'emblematica enciclopedia

#### **Ipse dixit**

**Internet congiura contro i sistemi chiusi**  
Jeff Howe

collaborativa *Wikipedia*, per quanto riguarda gli aspetti più commerciali si potrebbe citare l'esperienza di *InnoCentive* che ha saputo condividere con circa 140.000 scienziati di circa 170 Paesi diversi, alcune linee di ricerca nell'ambito chimico e medicale, creando un modello di business per il sistema del *peer review* (la revisione tra pari) grazie al web 2.0. In Italia piattaforme come *UserFarm* o *Zoopa* stanno promuovendo il fenomeno *user generated advertising*, dove sono gli utenti a produrre spot pubblicitari spesso ironici, capaci di

rivalutare quel marketing relazionale su cui molte imprese investono.

Può sembrare una forzatura accostare questi temi del business a quelli della politica, eppure qui risiede una chiave per sciogliere il nodo. In questi fenomeni partecipativi c'è il riconoscimento di un valore che può ridefinire sia i modelli del mercato sia quelli della società, cosa che la politica basata sul sistema della democrazia rappresentativa non riesce a fare se non con affanno.

Internet va considerato come un ambiente in cui i rapporti sociali di cui è intessuta stanno modellando l'ambiente stesso. La Rete non può essere considerata solo come uno strumento di comunicazione. E' anzi il contesto ideale in cui ridefinire il concetto di comunicazione, creando altre condizioni, come quelle ipertuali e interattive, basate sulla produzione diretta e non solo sul consumo d'informazione. È qui che è possibile intravedere una via d'uscita allo stallo in cui la società di massa si sta cacciando, iniziando proprio dall'epicentro della sua crisi terminale: l'inerzia del mass-media televisivo ormai insostenibile nella sua chiassosa autoreferenzialità. Per quanto possa essere triste (se non grave) ammetterlo, va detto che i luoghi del dibattito politico sono sempre meno i parlamenti e i partiti. La loro funzione sembra assolta dai salotti televisivi, allestiti come teatrini di una politica ridotta ad un canovaccio di commedia dell'arte di maniera, con le solite maschere. Ma sappiamo che così non può andare avanti a lungo. Non è solo un atto di principio ma di riconoscere quella "ricchezza informazionale", come direbbe Manuel Castells, capace di fare da volano allo sviluppo di un sistema economico e sociale innovativo che creda nel sistema a rete della partecipazione intelligente. ♦

## **Smau 2011**

# Il computer diventa una nuvola

**Un business da 16 miliardi. E Amazon brucia Google**

**GIUSEPPE RIZZO**

**U**no dei temi chiave dell'ultima edizione dello Smau Business Roma, tenutosi il 28 e 29 marzo scorsi, è stato il "cloud computing". È lo strumento su cui si misura il futuro di molte imprese dell'Information and Communication Technology e del mercato in generale: si tratta della fruizione di applicazioni e servizi (hardware e software) tramite internet, con addebito in base al consumo effettivo. Un sistema che fa gola non solo alle imprese ma anche ai clienti. Basti pensare al nuovo servizio proposto proprio in questi giorni da Amazon, l'*Amazon Cloud Drive*. Battendo sul tempo Google e Apple, il megastore virtuale statunitense consente ai clienti che hanno acquistato un album sul suo portale di archiviare le tracce su uno spazio web privato e riascoltarlo in streaming quando e dove si vuole.

Le ricerche di Idc stimano che il valore del mercato del *cloud computing*, che oggi è di circa 16,5mld di dollari, arriverà a 55mld nel 2014. La "nuvola" rappresenta il futuro del business. Allo Smau capitolino l'hanno capito: l'Italia non può permettersi ritardi anche su questo fronte. ♦