

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BOLOGNA

FACOLTA' DI LETTERE E FILOSOFIA

Corso di laurea in Scienze della Comunicazione

Comunicare la pace online: il caso PeaceLink

Tesi di laurea in

Teorie e tecniche del linguaggio giornalistico

Relatore

Professore Mauro Sarti

Presentata da

Filippo Piredda

Correlatore

Dottor Nicola Rabbi

Sessione III

Anno accademico 2004/05

L'eccessiva ambizione dei propositi può essere rimproverabile in molti campi d'attività, non in letteratura. La letteratura vive solo se si pone degli obiettivi smisurati, anche al di là d'ogni possibilità di realizzazione: solo se poeti e scrittori si proporranno imprese che nessun altro osa immaginare la letteratura continuerà ad avere una funzione. Da quando la scienza diffida delle spiegazioni generali e delle soluzioni che non siano settoriali e specialistiche, la grande sfida per la letteratura è il saper tessere insieme i diversi saperi e i diversi codici in una visione plurima, sfaccettata del mondo.

- *Italo Calvino* -

Andare dove?

Non ci sarà mai nessun vento che potrà portarti lontano se non sai dove andare.

Non ci sarà mai nessun sogno che potrà portarti lontano se non hai dei sogni da realizzare.

Non ci sarà nessun vento che potrà portarti alla felicità se non pensi di rendere felici anche gli altri.

- *Vilmo* -

Indice

Indice	5
Introduzione	10
1. Il giornalismo e l'informazione online	15
1.1 Storia	16
1.2 Caratteristiche di Internet	20
1.3 Effetti sulla professione giornalistica	23
<i>1.3.1 Massificazione</i>	<i>23</i>
<i>1.3.2 Personalizzazione</i>	<i>25</i>
<i>1.3.3 Disintermediazione tra giornalisti e pubblico</i>	<i>27</i>
1.4 Il rinnovamento della professione rinnova i problemi	29
<i>1.4.1 Credibilità intaccata.....</i>	<i>29</i>
<i>1.4.2 Alla ricerca di una nuova deontologia.....</i>	<i>30</i>
<i>1.4.3 Come cambia la natura giuridica della professione</i>	<i>32</i>
1.5 Modelli economici	33
<i>1.5.1 Giornali online: i conti non tornano</i>	<i>33</i>
<i>1.5.2 Dal modello a pagamento al “free for all”</i>	<i>34</i>
<i>1.5.3 Il futuro è diversificare l'offerta.....</i>	<i>36</i>
2. L'informazione alternativa	38
2.1 Chi fa informazione alternativa	39
2.2 Partire dal basso	45
<i>2.2.1 Come diventare fonte e ottenere credibilità</i>	<i>46</i>
2.3 Essere interattivi	47
<i>2.3.1 Assenza di interattività</i>	<i>47</i>

2.3.2	<i>Informazione alternativa uguale dialogo</i>	49
2.3.3	<i>Interattività e comunità</i>	50
2.4	Essere indipendenti	51
2.4.1	<i>Mancanza di indipendenza</i>	51
2.4.2	<i>Il problema italiano</i>	54
2.4.3	<i>Professionalità e volontariato</i>	56
2.5	Tecniche e modalità della professione	57
2.5.1	<i>Sensazionalismo e omogeneizzazione</i>	57
2.5.2	<i>Approfondire per costruire</i>	58
2.6	La rete è di tutti	59
2.6.1	<i>Digital divide</i>	60
2.6.2	<i>Software libero e open source</i>	62
2.6.3	<i>Condivisione dei file</i>	63
2.7	Blog	64
2.7.1	<i>Un fenomeno dilagante</i>	64
2.7.2	<i>Le critiche</i>	67
2.7.3	<i>Sono o non sono giornalismo? Sono o no il giornalismo del futuro?</i>	68
3.	Comunicazione di pace	71
3.1	Movimenti pacifisti	72
3.1.1	<i>Dalle origini sino alla seconda guerra mondiale</i>	72
3.1.2	<i>Dopo Auschwitz e Hiroshima</i>	74
3.1.3	<i>Pacifismo in Italia</i>	76
3.1.4	<i>Pacifismo oggi</i>	79

3.2 Comunicare la guerra	80
3.2.1 <i>Le fonti in tempo di guerra</i>	81
3.2.2 <i>Patriottismo informativo</i>	82
3.2.3 <i>Giornalismo indipendente</i>	84
3.2.4 <i>La fabbrica delle notizie</i>	84
3.2.5 <i>Il linguaggio</i>	86
3.2.6 <i>La logistica e la sicurezza personale</i>	87
3.2.7 <i>I valori: “bad news is a good news”</i>	89
3.3 Comunicare la pace	90
3.3.1 <i>Cosa vuol dire comunicare la pace</i>	90
3.3.2 <i>Problemi e difficoltà</i>	92
3.3.3 <i>Proposte della “Tavola della Pace”</i>	95
4. Il caso PeaceLink	101
4.1 La nascita della telematica per la pace	101
4.1.1 <i>Il pacifismo ad un punto di svolta</i>	101
4.1.2 <i>I vantaggi offerti dalla telematica</i>	103
4.1.3 <i>Telematica per la pace: una definizione</i>	105
4.2 Dalle reti amatoriali ad Internet	107
4.2.1 <i>I Bulletin Board System</i>	107
4.2.2 <i>L’apertura del sito web</i>	111
4.2.3 <i>Verso un altro web: il PhPeace</i>	113
4.2.4 <i>Come si scrive sul sito</i>	115
4.2.5 <i>Come è strutturato il sito</i>	118
4.3 La redazione	121

4.3.1	<i>La scelta del volontariato</i>	121
4.3.2	<i>Una redazione “comunità virtuale” radicata nel territorio</i>	122
4.3.3	<i>Come lavora la redazione</i>	124
4.3.4	<i>Formazione</i>	128
4.3.5	<i>Modello economico e struttura dell’Associazione</i>	130
4.3.6	<i>Cifre e dati</i>	132
4.4	Campagne, temi e iniziative	133
4.4.1	<i>15 anni di pacifismo</i>	133
4.4.2	<i>Italian crackdown</i>	138
4.4.3	<i>MediaWatch</i>	141
5.	Conclusioni	144
	<i>“Comunicazione per la pace”, informazione alternativa e giornalismo</i>	144
	Appendice A	152
	Estratti dal seminario “Convivio dei popoli” dedicato al tema “Comunicare la pace”	152
	• <i>Intervento di Enrico Paissan, giornalista della Provincia Autonoma di Trento e responsabile dell’ufficio stampa dell’ordine nazionale dei giornalisti</i>	152
	• <i>Intervento di Carlo Gubitosa, segretario di PeaceLink e coordinatore del progetto “MediaWatch”</i>	153
	• <i>Intervento di Flavio Lotti, coordinatore della “Tavola della Pace”</i>	156

Conferenza stampa di presentazione della “DIAMO VOCE ALLA PACE! VENTIQUATTRO ORE PER UNA INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DI PACE”	160
Appendice B	163
Conversazione personale con Alessandro Marescotti, fondatore di PeaceLink. 21 dicembre 2005	163
Conversazione personale con Mao Valpiana, direttore della rivista “Azione nonviolenta”. 10 gennaio 2006	169
Conversazione personale con Marco Trotta, coordinatore informativo di PeaceLink. 11 gennaio 2006	172
Conversazione personale con Alessandro Marescotti, fondatore di PeaceLink. 23 gennaio 2006	178
Appendice C	184
Home page di PeaceLink, www.peacelink.it	184
Home page tematica,	188
Home page di “MediaWatch”	192
Bibliografia	194
Storia di PeaceLink	194
Informazione Alternativa	194
Storia, tendenze e sviluppi di Internet	194
Giornalismo	195
Pacifismo	196
Altri	197
Sitografia	198
Informazione Alternativa	198
Media mainstream	199
Pacifismo	200
Altri	201

Introduzione

Sono numerosi gli spunti e gli interrogativi di partenza di questo lavoro, tuttavia possono essere riassunti nell'interesse verso il modo in cui i valori del pacifismo trovano spazio all'interno dello sviluppo delle tecnologie informatiche, e di conseguenza indagare su come nella galassia multiforme di Internet avviene la "comunicazione per la pace" e se questa può avvicinarsi a forme, anche amatoriali e artigianali, di giornalismo.

"Comunicazione per la pace" è incontrare fisicamente le persone e discutere, dialogare con loro. Un concetto che verrà ripetuto più volte e che la metodologia di questo lavoro ha cercato di seguire grazie alle preziose chiacchierate, anche dal punto di vista umano, con Mao Valpiana di "Azione nonviolenta" sulla "comunicazione per la pace", e quelle con Alessandro Marescotti, Marco Trotta e Francesco Iannuzzelli, indispensabili per entrare nel mondo e nelle idee di PeaceLink. Allo stesso modo sono state fondamentali le indicazioni fornite da Gilberto Ciavatta, dell'Ufficio Pace del Comune di Riccione, che ha gentilmente messo a disposizione gli atti del "Convivio dei popoli" svoltosi a Riccione nell'ottobre 2004 e Alessandra Tarquini della "Tavola per la pace", che ha fornito i comunicati stampa della "Tavola per la pace. Oltre a ciò lo studio si è basato soprattutto sulla navigazione in Internet, sull'esplorazione di siti dei principali media italiani, di quelli che si occupano di informazione alternativa e di pacifismo. In questo senso è stata data dimostrazione di come l'ipertestualità, il poter passare da una pagina all'altra, da un sito all'altro, attraverso i link, sia una risorsa preziosa quanto efficace; parallelamente si è avuta riprova che la mole di informazioni, persone che popolano la rete, sia sì preziosa e vitale, ma anche caotica e disordinata. Per questo l'apporto dei testi, degli studi

“cartacei” è stato fondamentale per poter usufruire di un generale quadro di riferimento.

Il primo capitolo descrive la storia del giornalismo e l'informazione online, cerca di capire quali sono le sue caratteristiche, come queste lo rendono differente dal giornalismo tradizionale e soprattutto quali sono gli effetti che Internet ha sulla professione. Il giornalismo infatti si sta profondamente rinnovando e i primi frutti di questa trasformazione sono per certi versi paradossali: da un lato si parla di “massificazione” in quanto si sta allargando il numero delle persone in grado di produrre informazioni e di riflesso accresce la mole delle informazioni stesse; dall'altro lato c'è il *personal journalism*, ossia il giornalismo “fai da te” dei blog, e quello a richiesta dei motori di ricerca e delle *newsletter*. La conseguenza è che il ruolo del professionista subisce una disintermediazione con il pubblico, ossia vengono scavalcati dai lettori che cercano, o producono le notizie da soli; un fenomeno che i giornalisti vedono come un pericolo e che li porta a difendere le proprie competenze professionali. Ma non solo, i problemi e dubbi sul futuro investono anche antiche questioni irrisolte come quelle sulla credibilità del mestiere, sulle norme deontologiche e giuridiche che dovrebbe darsi e dovrebbe regolarlo. Un ultimo aspetto del giornalismo online tocca infine i modelli economici, sinora infatti non si è trovata una definitiva quadratura del cerchio che permetta alle testate che approdano su Internet di mantenersi e di guadagnare: si è passati dal modello a pagamento totale, a quello gratuito, oggi invece la tendenza è quella del diversificare e moltiplicare l'offerta, non solo contenuti giornalistici in senso stretto, ma anche intrattenimento e svago.

Nel secondo capitolo l'analisi si concentra sulle nuove forme di giornalismo amatoriale che si stanno affermando con l'avvento di

Internet e che contribuiscono a mettere in crisi il giornalismo tradizionale e il sistema dei *media mainstream*. Esse prendono il nome di “informazione alternativa” e rispondono a due esigenze parallele: la prima è quella di comunicare, di avere una voce ascoltata e di sentirne diverse provenienti da tutto il mondo; la seconda è quella di informare: scontenti del sistema dei media, gli attivisti propongono il loro punto di vista su ogni aspetto della vita politica, sociale, economica. Per capire quali sono gli obiettivi, le esigenze e le critiche si è partiti da una rassegna veloce quanto incompleta dei siti che fanno informazione alternativa; fare un censimento sarebbe impossibile e forse sarebbe contro la natura stessa della rete. Segue poi un esame delle proposte e delle contestazioni lanciate ai *media mainstream*: dall’aprire a forme allagate di giornalismo che partono dal basso alle richieste di partecipazione e interazione, dalle accuse di essere dipendenti e collusi con i poteri forti della pubblicità, della politica e dell’industria che pensano solo a fare lauti guadagni, all’impegno per forme di volontariato dell’informazione e *mediattivismo*, dalla disapprovazione per le tecniche e le modalità con cui i media sono costruiti alla necessità di abbandonare il sensazionalismo e tornare all’approfondimento i temi trattati, dall’idea che la cultura della rete sia cultura della estensione e della condivisione delle tecnologie, hardware e software, e dei contenuti che grazie ad esse si diffondono, al fenomeno dei blog che consentono a chiunque, anche digiuno di competenze informatiche, di aprire e gestire il proprio sito, o meglio diario, personale.

Nel terzo capitolo si entra nello specifico della “comunicazione per la pace”, nata ben prima di Internet, ma che grazie alla rete è riuscita a fare un salto di qualità, affiancando nuove forme di comunicazione a quelle tradizionali del pacifismo, come le

manifestazioni, le marce e i sit-in. In questa svolta i movimenti pacifisti hanno tratto linfa vitale non solo dai classici valori della nonviolenza, del disarmo, della solidarietà, ma anche dalla critica alla globalizzazione: se l'economia e la politica oramai si muovono su scala planetaria, allora oggi più che mai pace, giustizia ed equità sociale, debbono avere un valore e una necessità davvero universali. Un problema che è strettamente collegato ai media, veicolo della formazione democratica dell'opinione pubblica, e quindi alla sensibilità della stampa verso la "comunicazione per la pace". Per questo si è entrati nel merito della "comunicazione di guerra" e delle sue innumerevoli difficoltà e paradossi: sebbene i media dispongano dei migliori mezzi, in termini di tecnologie e professionalità, tuttavia è arduo farsi un'idea precisa su quanto accade veramente durante i conflitti, anche per ragioni pratiche e di sicurezza; l'opinione pubblica e i giornalisti stessi sono consapevoli di questo tanto che ogni giorno si sentono notizie su complicità tra i media, i governi e gli apparati militari, su dossier spacciati per veri e poi smascherati come falsi o viceversa. Come può emergere allora una "comunicazione per la pace"? I problemi strutturali, organizzativi degli operatori di pace, sono molteplici, tuttavia esistono proposte, che possono, sul lungo periodo, portare ad una maggiore visibilità dei valori della pace sui media e di riflesso sull'opinione pubblica.

Il quarto capitolo, prende in esame un caso emblematico di "comunicazione per la pace" veicolata attraverso le nuove tecnologie. L'Associazione PeaceLink è stata tra i primi in Italia a intuire l'importanza e le possibilità offerte dall'informatica, quando sin dal 1991, un anno prima della nascita del world wide web protocollo alla base di Internet, entra nel mondo delle reti amatoriali e dei BBS (Bulletin Board System), per mettere insieme una rete telematica

nazionale del pacifismo. L'idea di PeaceLink è che quindi si possa costruire una “telematica per la pace”, ossia che oggi le nuove tecnologie possano felicemente coniugare forme di giornalismo dal basso, indipendente e aperto all'impegno sociale e pacifista. In questo ultimo capitolo sarà allora raccontata la storia di PeaceLink e attraverso esso sarà presentato il loro modello di progresso tecnologico e informatico, di giornalismo e di volontariato dell'informazione.

Nelle tre appendici poste dopo le conclusioni, sono infine inseriti alcuni dei materiali raccolti durante lo svolgimento di questo lavoro. L'appendice A raccoglie alcuni estratti, le trascrizioni più significativi e attinenti, dei lavori del seminario “Convivio dei popoli”, facenti parte de “ComunicAzioni di Pace: Sessione plenaria di proposte per comunicare la pace”, a cui hanno partecipato, tra gli altri Enrico Paissan, giornalista della Provincia Autonoma di Trento, Carlo Gubitosa, segretario di PeaceLink e coordinatore del progetto “MediaWatch” e Flavio Lotti, coordinatore Tavola della Pace. L'appendice B contiene invece le conversazioni personale avute con Mao Valpiana, Alessandro Marescotti, Marco Trotta e Francesco Iannuzzelli. L'appendice C infine mostra le immagini della home page di PeaceLink, della mappa delle aree tematiche del sito e l'home page del sito “MediaWatch”¹.

¹ Le pagine sono aggiornate al 29 Febbraio 2006.

1. Il giornalismo e l'informazione online

L'avvento di Internet ha rivoluzionato il giornalismo online: in poco più di dieci anni si è passati dalle 13 testate statunitensi presenti sul web nel 1992 alle migliaia presenti oggi¹; nella sola Italia secondo l'Osservatorio dell'informazione online², al gennaio 2005 sono presenti 122 quotidiani, 1765 riviste, 1982 webzine. Un successo crescente anche di pubblico che mostra sempre più di gradire Internet come fonte d'informazioni³: il rapporto del Censis⁴ sulla comunicazione in Italia nel 2005 afferma che tra le attività preferite dagli utenti di Internet il genere "informarsi sull'attualità" è passata dal 22,3% al 35,9% dei favori⁵, mentre una ricerca dell'Istat⁶, sempre datata 2005, rivela che il 41,5% dei navigatori utilizza la rete "per la lettura di giornali, riviste, news, per ascoltare la radio o guardare la televisione"⁷. Una rivoluzione che inoltre inaugura una nuova fase del giornalismo, chiamata per questo "Giornalismo 2.0" da Staglianò, e che riguarda ogni aspetto della professione: dalla quantità di testate e di notizie alla loro qualità, dalle tecniche e pratiche di lavoro alla

¹ Riccardo Staglianò citando un rapporto redatto da "Editor & Publisher" afferma che nel 2000 le testate online fossero più di 4.400 in tutto il mondo. R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0 : fare informazione al tempo di internet*, Carocci, Roma , 2002, pag. 11.

² www.ipse.com

³ Un dato diffuso dall'Online Publisher Association (www.online-publishers.com), nel 2003 afferma che l'audience dei giornali su internet cresce del 20% l'anno. A. PAPUZZI, *Professione Giornalista: tecniche e regole di un mestiere*, Donzelli, Roma, 2003, pag. 162.

⁴ www.censis.it

⁵ CENSIS, 2001-2005 Cinque anni di evoluzione e rivoluzione nell'uso dei media, Fondazione Censis, Roma, 2005, pag. 44

⁶ www.istat.it

⁷ A. BALBI, *Internet, ecco come "navigano" gli italiani*, in "la Repubblica" del 4 gennaio 2006

forma e sostanza delle notizie, dalle tipologie di lettori alle sue abitudini, dai modelli economici redditizi per le testate e alle retribuzioni dei giornalisti.

1.1 Storia

Tra la fine degli anni '80 e l'inizio dei '90 negli Stati Uniti si pensava ad un giornale elettronico che ampliasse il pubblico e abbattesse i costi sempre più onerosi dei tradizionali giornali cartacei. Tuttavia delle forme di videotext, teletext, audiotext e BBS (Bulletin board system), nate per soddisfare questa esigenza nessuna offriva prestazioni soddisfacenti che potessero reggere il confronto con la tradizionale carta stampata. I primi progressi arrivarono solo a partire dalla nascita del world wide web: nel 1992 13 quotidiani statunitensi su 1570 offrivano una rudimentale edizione online⁸, ancora senza un'impaginazione e un corredo iconografico adeguati, ma già con la possibilità di accesso all'archivio e di contatto diretto con la redazione via email. Nel 1994, dopo soli due anni, mentre tutte le principali testate americane si limitano ancora ad un semplice link all'interno dell'edicola di AmericaOnline⁹, portale di servizi commerciali sul web, il piccolo "News & Observer"¹⁰ è il primo giornale online con un proprio sito indipendente, completo di sezioni con tutti gli articoli e interattivo¹¹. A partire da quell'anno è chiaro che la presenza sul web è obbligatoria, ma nessuno sa ancora come realizzarla, come farla

⁸ R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0 : fare informazione al tempo di internet*, cit., pag. 16-17

⁹ www.aol.com

¹⁰ www.nandotimes.com

¹¹ Fu anche il primo giornale ha investire cospicuamente nella rete tanto che oltre alla lettura degli articoli offriva da subito anche il collegamento alla rete e l'email.

funzionare e come potesse essere economicamente proficua. Staglianò descrivendo quegli anni parla di:

una vera corsa all'oro, quella delle testate che decisero durante il 1996 di andare online ... senza l'oro, però. [...] circa il 12% dei quotidiani statunitensi aveva, nel febbraio 1997, una presenza elettronica (circa il doppio dell'anno precedente), ma soltanto una ventina stava registrando dei pur magri profitti¹².

Anche in Italia nel 1995 i più piccoli “l'Unità”¹³ e “L'Unione Sarda”¹⁴ inaugurano le loro edizioni online anticipando i grandi quotidiani nazionali che, come già accade negli Stati Uniti, preferiscono un atteggiamento prudente verso un nuovo supporto che ai loro occhi presenta più incognite che rosee prospettive. Per cui la scelta più diffusa è quella del *repurposing*, ossia riversare in rete gli stessi contenuti del cartaceo servendosi di società informatiche esterne, senza quindi assumere una propria redazione, e cercando di guadagnare con la pubblicità. Il primo giornale che offre contenuti aggiuntivi a quelli tradizionali è “la Repubblica”¹⁵, che apre nel 1997 presentando da subito una struttura simile a quella odierna che ne fa il leader italiano nell'informazione online.

Sin dai primi anni dopo lo sbarco dei giornali in rete, il web si è guadagnato il titolo di medium a sé stante grazie ad una serie di eventi che per la loro portata, spesso tragica, sono riusciti a svelarne

¹² R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 26

¹³ www.unita.it

¹⁴ www.unionesarda.it. Il quotidiano sardo ha un pubblico troppo ristretto e localizzato anche per star dietro all'intraprendenza, spesso al limite della speculazione finanziaria, del suo editore Nichi Grauso, che è anche l'inventore di VideoOnline, il primo grande provider italiano, che sarà poi acquistato da Telecom.

¹⁵ www.repubblica.it

potenzialità, pregi e difetti. Ad esempio secondo Staglianò¹⁶ l'attentato del 1995 all'Oklahoma City Federal Building fece capire per la prima volta che i media elettronici possono essere più tempestivi e ricchi di informazioni degli altri media. In Italia nel 1996 l'apertura temporanea e sperimentale del sito de "la Repubblica" in occasione delle elezioni politiche registrò il record di 350mila contatti in soli venti giorni ed evidenziò il legame tra partecipazione politica e web. Il caso Monica Lewinski – Bill Clinton invece è considerato da Carlini¹⁷ uno spartiacque nella storia della rete in quanto dà prova di due delle principali caratteristiche della rete: in primis il fatto che la notizia della loro relazione viene diffusa dal sito pettegolo e spericolato "Drudge Report"¹⁸ illustra la possibilità di scavalcare i media tradizionali per chiunque, comprese fonti poco credibili e senza scrupoli; secondo, la pubblicazione in soli cinque minuti del rapporto d'accusa per impeachment del procuratore Starr nei confronti del Presidente Clinton e il susseguente tilt dei siti per i moltiplicarsi degli accessi mostra la facilità di reperire documenti originali anche per i non professionisti dell'informazione. Allo stesso modo durante la guerra in Kosovo del 1999 è stato possibile "collegarsi direttamente ai siti delle opposte fazioni in lotta, bypassando le eventuali manipolazioni dei media *mainstreaming*"¹⁹. Internet significa non solo attingere una gran mole di informazioni, ma anche produrne forme di *personal journalism*: la moda dilagante dei blog, i diari della rete, mostrano il desiderio e la agevole capacità del pubblico di raccontare qualsiasi cosa, su qualsiasi tipo di argomento. Rappresentativo a

¹⁶ R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 31

¹⁷ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, Einaudi, Torino, 2004, pag. 40-45

¹⁸ www.drudgereport.com

¹⁹ R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 36

questo proposito è l'11 settembre: lo shock collettivo che investì la società americana spinse a tal punto molte persone a testimoniare la propria esperienza che un mese dopo l'attacco al World Trade Center, il sito www.blogger.com aumentò del 30% gli utenti che volevano aprire un diario sulla rete blog, e su un totale di quasi 300mila, ben 43mila parlavano dell'11 settembre²⁰.

Gli ultimi anni '90 sono quelli del boom delle aziende Internet in tutte le borse del mondo, in Italia ben esemplificate dalla clamorosa ascesa di Tiscali²¹ che in poco più di un anno arriva a capitalizzare 35mila miliardi di lire, quasi quanto la Fiat²². Sono gli anni di investimenti faraonici anche per le testate giornalistiche statunitensi ed europee che convincono le loro migliori firme a trasferirsi online grazie a grandi aspettative e lauti stipendi. Le previsioni sul successo inarrestabile della *new economy* erano talmente rosee che si pensava alla gratuità dei contenuti come all'unico modello di business praticabile e si pronosticava che la pubblicità avrebbe finanziato la rete. Una tesi suffragata in primo luogo dal fatto che il web è sempre stato percepito come una tecnologia aperta nata e cresciuta dal basso; secondariamente la facilità di produrre e ricercare informazioni anche per un non esperto o professionista fa sì che Internet sia svista dal pubblico come un insieme di contenuti gratuiti. L'incantesimo si rompe quando nell'aprile 2000 inizia lo *sboom* delle internet company: le quotazioni in borsa crollano, molti dichiarano bancarotta, tagliano i costi, ridimensionano gli investimenti, gli impegni e licenziano. In un simile contesto il modello *free for all* viene ripensato

²⁰ R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 184

²¹ www.tiscali.it

²² R. STAGLIANÒ, *Anatomia di uno sboom*, in "Affari & Finanza", 1 ottobre 2001. È la prima parte di un'inchiesta scritta da per "la Repubblica", in www.repubblica.it/online/economia/sboom/sboomuno/sboomuno.html.

con formule che prevedono contenuti totalmente o parziale a pagamento. Le testate che meglio riescono a funzionare sono quelle che già hanno una solida posizione finanziaria e un grande prestigio in termini di credibilità e affidabilità, ad esempio il “Wall Street Journal”²³ o in Italia “la Repubblica”.

1.2 Caratteristiche di Internet

Carlini²⁴ descrive lo specifico del medium Internet in cinque caratteristiche, precisando che solo le prime tre sono note, mentre le altre due di solito sono poco considerate:

- *Iperstualità*. È la possibilità di creare un insieme di testi o pagine in maniera non sequenziale tramite particolari parole che si chiamano *link* e che costituiscono un rete di informazioni organizzate secondo criteri paritetici o gerarchici. Il sistema d’ipertesto più diffuso e più ampio è appunto il *World wide web*, nato nel 1989 presso il CERN di Ginevra (Centro Europeo di Ricerche Nucleari)²⁵, su idea di Tim Berners-Lee e di Robert Cailliau. I link innovano la scrittura e la lettura perché costituiscono gli “snodi narrativi”²⁶ del testo che se da un lato viene concepito e strutturato fin dall’inizio seguendo la disposizione dei link, dall’altro invece fornisce la possibilità di approfondire e spaziare la lettura in modo più ampio.

²³ www.wsj.com

²⁴ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 39

²⁵ www.cern.ch

²⁶ R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 17

- *Multimedialità*. È la possibilità di comunicare un'informazione avvalendosi di molti supporti di comunicazione diversi: immagini (in movimento o statiche), audio e testo. Ad esempio la convergenza dei supporti viene sfruttata da “la Repubblica” che nella sua sezione “RepubblicaMultimedia”²⁷ offre online servizi video, un videogiornale e una radio che affianca ai tradizionali articoli scritti e corredati da foto, le interviste e i commenti audio delle firme più prestigiose dell’edizione cartacea e di tutto il gruppo “L’Espresso”, da Radio DeeJay e Radio Capital, alla televisione AllMusic sino ai cartacei de “L’Espresso” e “la Repubblica”²⁸; allo stesso modo il gruppo Rcs²⁹ che recentemente ha sviluppato sia la piattaforma audio inaugurando “PlayRadio”, un’emittente, diffusa via etere e via streaming sul web, che unisce le redazioni del “Corriere della sera”, della “Gazzetta della sport” e dell’agenzia di stampa Agr, sia il canale video sul sito del “Corriere” mettendo a disposizione una breve edizione online di telegiornale, servizio meteo e radio news.
- *Interattività*. Un sistema si dice interattivo quando grazie all’informazioni fornite dall’utente è in grado di scostarsi dal suo comportamento prefissato e adeguarsi alle esigenze dell’utente. L’interattività è la base del creare una comunità virtuale in rete, si pensi ad esempio ai *newsgroup* (forum o gruppi di discussione), all’*instant messaging* (scambio in tempo reale, fra utenti di due computer connessi in rete, frasi e brevi

²⁷ <http://multimedia.repubblica.it/?ref=hpmm>

²⁸ I siti dei media del gruppo editoriale “L’Espresso” sono :www.gruppoespresso.it, www.deejay.it, www.capital.it, www.espressonline.it

²⁹ I siti dei media del gruppo editoriale Rcs sono: www.rcsmediagroup.it, www.playradio.it, www.corriere.it, www.gazzetta.it, <http://new.agr.it>

testi) e al *P2P* (letteralmente “connessioni da pari a pari” che permettono lo scambio di file tra computer diversi connessi in rete). Allo stesso modo l’interazione tra utente e sistema online fornito da un’azienda o un giornale online consente la personalizzazione dei contenuti secondo le preferenze dell’utente.

- *No limits.* Grazie al costo insignificante dei supporti di memoria elettronica cade ogni limite fisico delle dimensioni dei materiali che possono essere distribuiti nella rete. Tale limite costituisce invece un problema per gli altri media, che ad esempio hanno un numero fisso difficilmente aumentabile di pagine di giornale o di minuti di trasmissione, o ancora non possono offrire agli utenti un archivio di facile e immediata consultazione.
- *Real time.* Internet significa tempestività quasi istantanea 24 ore su 24, sette giorni su sette. Per questo i media elettronici non hanno periodicità, non sono costretti ad aspettare il lento meccanismo di messa in stampa e distribuzione.

Sempre secondo Carlini³⁰ da queste caratteristiche esclusive consegue che il giornalismo online è in grado di proporre un’offerta ineguagliabile per quantità e qualità di:

- Notizie fresche, punti di vista, informazioni di contesto e accesso a documenti originali.
- Modo originale di riportare parole e immagini, testo e video e di mescolare diversi generi di giornalismo.
- Relazione interattiva tra produttori e lettori di informazioni.

³⁰ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 45.

1.3 Effetti sulla professione giornalistica

Secondo Papuzzi il processo che a partire da queste caratteristiche attraversa il nuovo giornalismo online porta da un lato ad una paradossale quanto contemporanea massificazione e personalizzazione della professione, dall'altro comincia ad avvertirsi una *disintermediazione* tra giornalisti e pubblico, data dal fatto che per la prima volta i lettori hanno la possibilità di fare a meno dei professionisti.

1.3.1 Massificazione

In primo luogo dal momento che tutte le peculiarità di Internet sono facilmente accessibili e producibili da qualunque non professionista, la base sociale del pubblico fruitore si allarga progressivamente e diventa essa stessa creatrice di informazioni, costituendo così “una possibilità che prima non c’era e che arricchisce ogni cittadino del mondo, un fattore di democrazia”³¹. Una opportunità fatta propria dai siti come PeaceLink che si occupano di informazione alternativa e fanno volontariato anche attraverso la rete. Secondo PeaceLink infatti l’informazione che le nuove tecnologie consentono oggi parte dal basso, per cui è condivisa e decentrata, senza censure, centri di comando o controllo, e tutti i partecipanti hanno gli stessi diritti di informazione attiva, passiva e riflessiva. Ciò significa che hanno potere, oltre che voce, coloro chi non ne hanno mai avuto: comunicazione e computer costituiscono, come sostiene Howard Rheingold: “una convergenza tecnologica che rende possibile

³¹ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 45

l'esistenza di un nuovo medium, un medium dove i cittadini acquistano un nuovo potere che non hanno mai avuto prima"³², perché permette ai cittadini di scavalcare le autorità centrali e reinventare il giornalismo. L'esempio più immediato è il già accennato straripante fenomeno dei blog: chiunque può facilmente aprirne e gestirne uno, e quindi chiunque senza essere un giornalista professionista, ma solo dotato di creatività e originalità, può a suo modo diventare una fonte di informazioni per i suoi lettori; anche le principali testate giornalistiche online si sono adeguate alla moda chiedendo alle loro firme più importanti di aprirne uno sul sito ufficiale della testata per cui lavorano³³.

Senza dubbio la massificazione può essere un arricchimento professionale in termini di vitalità e forse qualità, tuttavia la conseguenza per il giornalista professionista è il notevole allargamento del numero delle fonti di informazioni disponibili su cui contare, da monitorare per non "bucare" la notizia e da verificare per accertarne l'autenticità. In questo magma, i blog costituiscono solo la punta di un iceberg: oggi qualsiasi associazione, ente, azienda di qualunque tipo può agevolmente dotarsi di un sito web, di una posta elettronica e diventare essa stessa fonte d'informazione. Questo sconvolge il modo in cui erano concepite finora le pratiche di lavoro. Sebbene grazie alle tecnologie informatiche le fonti sono più facilmente e più velocemente reperibili e confrontabili, nondimeno il loro moltiplicarsi richiede una più articolata capacità di padroneggiare il materiale notizia: trovare la notizia, verificarla, inserirla in un

³² C. GUBITOSA, E. MARCANDALLI, A. MARESCOTTI, *Telematica per la pace: cooperazione, diritti umani, ecologia*, Apogeo, Milano, 1996, pag. X

³³ "la Repubblica" per fare un esempio offre nel sito otto blog su otto temi diversi scritti da suoi importanti giornalisti

contesto, soppesarne l'importanza, sintetizzarla e darle una forma per la diffusione. In altre parole la moltiplicazione delle fonti necessita più tempo per un'analisi che per forza di cose deve essere più accurata e approfondita. Tuttavia ciò non accade, anzi al contrario, come spiega Sorrentino³⁴, il giornalismo cartaceo e online oggi soffre di un fenomeno di *velocizzazione* dei ritmi di lavoro dovuto sia alla mole crescente di informazioni, sia all'ampliamento degli spazi dell'informazione. La conseguenza è duplice: da un lato uno "schiacciamento sull'attualità rischia di produrre frammentazione, superficialità e contestualizzazione insufficiente, nonché un'eccessiva arrendevolezza dei giornalisti alle capacità comunicative di produttori di eventi", dall'altro invece "le pratiche di semplificazione nelle forme di rappresentazione della realtà"³⁵ portano a loro volta alla *personalizzazione* e al *sensazionalismo* quali forme di presentazione e confezionamento delle notizie.

1.3.2 Personalizzazione

La massificazione va di pari passo con la personalizzazione in quanto comporta sia il fenomeno del *personal journalism*, ossia del giornalismo "fai da te" che sta alla base dell'invenzione dei blog, sia la creazione di contenuti informativi specifici per il singolo lettore. Scrive infatti Staglianò che:

i nuovi media promettono - per la prima volta nella storia - di riuscire a diventare media *one-to-one*, che invece di puntare al "più basso denominatore comune" del pubblico di massa,

³⁴ C. SORRENTINO, *Il giornalismo: che cos'è e come funziona*, Carocci, Roma, 2002

³⁵ C. SORRENTINO, *Il giornalismo*, cit., pag 152

disconoscendo la sua “orgogliosa diversità”, cercano di soddisfare il fabbisogno informativo specifico di ciascuno³⁶.

Un primo passo verso questo giornale *on-demand* sono le *newsletter* tematiche, notiziari scritti o per immagini diffusi periodicamente per posta elettronica, a cui si abbonano coloro che cercano informazioni altamente specializzate, oppure i servizi Rss (Real Simple Syndication), tramite cui un sito spediscono, gratuitamente, gli ultimi aggiornamenti agli utenti sulla sua casella email o con un apposito programma web, chiamato aggregatore, che raggruppa tutti i vari Rss scelti; mentre in futuro il passo successivo potrebbe essere il *Daily Me*, un progetto a cui sta lavorando il Media Lab del MIT (Massachusetts Institute of Technology)³⁷, che si propone di costituire un giornale personale i cui contenuti siano composti sulle preferenze e abitudini dichiarate e registrate su un software dal singolo utente. Un progetto simile costituirebbe senza dubbio una rivoluzione sia per il pubblico che i giornalisti. Gli utenti infatti interagirebbero con la rete non solo per leggere i contenuti dei materiali informativi, ma anche, come dice Martin Nisenholtz amministratore delegato del New York Times Digital³⁸, per “poter fare cose” con quegli stessi contenuti, creati e organizzati *ad personam*. Anche se il rischio di una personalizzazione così radicale è per ora lontano per limiti tecnici, ma Staglianò immagina che la conseguenza sarebbe una frammentazione della società, da cui potrebbero derivare:

troppe nicchie comunicanti, un mosaico in cui le tessere non starebbero insieme per mancanza di quel gran collante

³⁶ R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.*, cit., pag. 52

³⁷ www.web.mit.edu

³⁸ www.nytimes.com

dell'immaginario collettivo, che sino ad oggi i mass media hanno contribuito a produrre³⁹.

I giornalisti invece con il *Daily me* si vedrebbero privati del loro ruolo di intermediari, selezionatori e confezionatori, di informazioni a favore dei *bot*, gli agenti intelligenti del software che memorizzano ed elaborano gusti, abitudini ed orari degli utenti.

1.3.3 *Disintermediazione tra giornalisti e pubblico*

La prospettiva della massificazione e del *personal journalism* confluiscono nel fenomeno, intrinseco alla rete, di *disintermediazione* tra giornalisti e pubblico. Se come visto finora grazie al web “ognuno è reporter”, qualunque lettore può quindi entrare in concorrenza con i giornalisti. Alla luce di ciò Carlini si chiede:

se chiunque può attingere direttamente alla sorgente delle notizie e produrle lui stesso, che bisogno c'è ancora di quotidiani e di reporter? [...] È il “fai da te” universale, reso infine possibile dalla tecnologia digitale⁴⁰.

La risposta secondo Carlini va cercata nella distinzione tra il dato grezzo di una notizia, l'informazione strutturata e l'interpretazione all'interno di una “griglia culturale coerente”⁴¹. Staglianò aggiunge che dal momento che viviamo in un'epoca in cui il sovraccarico di informazioni è parallelo alla scarsità di tempo per leggerle e digerirle, il giornalista ha il dovere di fare “il lavoro sporco”⁴²: solo il professionista esperto che padroneggia competenze specifiche e informali sull'argomento della notizia, sa trasformare il grande

³⁹ R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 52

⁴⁰ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 41

⁴¹ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 41

⁴² R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 118

volume di informazione in conoscenza e in sapere. Una tesi che trova suffragio dall'esempio di Google News⁴³: una speciale sezione di Google⁴⁴ il motore di ricerca più "cliccato" in tutto il mondo, che seleziona e impagina un giornale online in automatico, senza cioè l'aiuto umano, ma basandosi al contrario solo sugli *spiders*, algoritmi di ricerca che schedano il web 24 ore su 24. Se come molti dicono siamo arrivati al giornale senza giornalisti, come cambierà allora professione? Secondo Carlini⁴⁵ Google News più che un giornale è invece un'edicola dove si possono trovare molti giornali, dove è il giornalista a scrivere e il lettore a scegliere cosa leggere. La macchina è più veloce a "sfogliare, catalogare e proporre", ma lì si ferma. Sebbene grazie a siti come Google News la rete costituisca uno strumento di lavoro irrinunciabile per ricchezza e completezza, tuttavia non elimina i giornalisti intermediari - interpreti delle realtà, piuttosto li costringe:

a prendere atto che la rete c'è e che i loro clienti sono in grado di fare a meno di loro. Perciò, per non scomparire, essi devono aggiungere valore alle loro prestazioni e operare meglio. Sono stati obbligati a ripensare se stessi e a migliorare il loro servizio⁴⁶.

⁴³ <http://news.google.it>

⁴⁴ www.google.com

⁴⁵ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 57

⁴⁶ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 42

1.4 Il rinnovamento della professione rinnova i problemi

1.4.1 Credibilità intaccata

Nel momento in cui tutti possono farsi giornalisti e tutto può essere informazione allora, come osserva Papuzzi, tutto il giornalismo può perdere di credibilità perché corre il rischio “di non poter garantire la correttezza della notizia, di fronte alla grande quantità e alla fisiologica estemporaneità dell’informazione su Internet”⁴⁷. Sulla fiducia verso i giornalisti del web, Papuzzi⁴⁸ cita alcune inchieste: secondo una ricerca condotta da Online News Association⁴⁹ nel 2002, circa il 78% di un campione di lettori e giornalisti ritengono l’informazione della rete credibile quanto quella tradizionale e la considerano complementare ad essa, tuttavia il 70% dello stesso campione dà fiducia ai siti affiliati ai *media mainstream*, mentre non giudica credibili *webzine* (riviste online), e grandi portali; tesi confermata anche da uno studio di Pew Research⁵⁰ da cui si evince come il pubblico ritiene più affidabili le firme e le testate online già presenti in formato cartaceo; da una sua ricerca l’italiano .Com⁵¹ invece afferma che il 70% degli intervistati ha un buon giudizio sul giornalismo del web, specie se l’informazione è di qualità e di approfondimento. Secondo Papuzzi⁵² i siti che non hanno già una loro

⁴⁷ A. PAPUZZI, *Professione Giornalista*, cit., pag. 172

⁴⁸ A. PAPUZZI, *Professione Giornalista*, cit., pag. 172

⁴⁹ S. ROMAGNOLO, Informazione online: lettori entusiasti, giornalisti scettici, 21 febbraio 2002 www.romagnolo.it/giornalismo/lettori.htm. Il sito di Online News Association è www.journalists.org

⁵⁰ V. ZAMBARDINO, *Internet meglio del tg svolta nei “media” americani*, in “la Repubblica” 15 giugno 2000

⁵¹ Citata da A. PAPUZZI, *Professione Giornalista*, cit., p. 172. Il sito di riferimento è www.puntocom.it

⁵² A. PAPUZZI, *Professione Giornalista*, cit., pag. 174

credibilità consolidata soffrono di tre ordini di pregiudizi: l'informalità e la mancanza di regole etiche dei giornalisti web, la selezione professionale basata su competenze informatiche piuttosto che giornalistiche, una minor cura nel verificare informazioni e errori tecnici a causa delle poche risorse a disposizione. Il problema della sfiducia e dei pregiudizi nasce dalla forza destabilizzante con cui Internet è entrata nel sistema dei media: da un lato il web non ha ancora trovato una sua collocazione rispetto ai media concorrenti, dall'altro la professionalità degli addetti ai lavori, soprattutto i giornalisti, deve ancora imparare "a confrontarsi con nuove strumentazioni e novi processi produttivi"⁵³. Il risultato è che i lettori preferiscono testate che già conoscono di cui sanno di potersi fidare, di cui sanno che esiste una redazione che garantisce la credibilità della notizia. Un dato confermato dalla classifica Site Census-RedSheriff⁵⁴ sui siti italiani d'informazione più visitati che vede in testa i siti de "la Repubblica" e del "Corriere della sera", i due giornali cartacei più venduti in Italia⁵⁵.

1.4.2 Alla ricerca di una nuova deontologia

In un simile contesto la questione etica assume un'importanza centrale e l'unico modo che i giornalisti hanno di affrontarla è l'uso massimo della trasparenza. Steve Outing, direttore del sito Content

⁵³ A. PAPUZZI, *Professione Giornalista*, cit., pag. 176

⁵⁴ www.redsheriff.it

⁵⁵ La classifica mostra anche la progressione del numero degli utenti: gli utenti unici mensili di Repubblica.it sono passati dai 3,8 milioni di gennaio 2005 ai 4,7 di dicembre 2005; mentre Corriere.it sale da mezzo milione a settecentomila mila utenti unici. Fonte, www.repubblica.it/2006/a/sezioni/scienza_e_tecnologia/repubblicaonline/repubblicaonline/repubblicaonline.html

Spotlight⁵⁶, propone ad esempio un decalogo per provare a migliorare l'opinione del lettore:

- evidenziare il prestigio della testata
- presentazione dell'articolista, con link alla sua biografia
- pagina del sito *Chi siamo*, accessibile da tutte le pagine, dove si spiega la proprietà
- pubblicizzare esplicitamente la linea politica del giornale
- possibilità di scaricare un *codice etico* e uno *style book*
- elencare le professionalità delle risorse impiegate fra *writers* e *editors*
- disponibilità a pubblicare rettifiche

La Online News Association⁵⁷ ha stilato un codice etico ricalcato sulla tradizione liberale del giornalismo americano:

- integrità editoriale (distinguere chiaramente le notizie vere e proprie da altre informazioni (ad esempio pubblicità).
- indipendenza redazionale: giornalisti online devono mantenersi fedeli ai principi di imparzialità, precisione, obiettività e cronaca responsabilmente indipendente.
- eccellenza giornalistica: giornalisti online devono più di altri controllare le fonti delle notizie, specie se arrivano dalla rete.
- libertà di espressione: non devono esserci restrizioni nell'attingere nuove fonti di informazione attraverso il web.
- libertà d'accesso: le organizzazioni che lavorano su Internet devono avere pari diritti e possibilità.

⁵⁶ S. OUTING, *Web sites, more than other media, need to build credibility*, in www.content-exchange.com 29 maggio 2000.

1.4.3 *Come cambia la natura giuridica della professione*

La rivoluzione che Internet ha portato nel mondo dei media del giornalismo tocca anche la natura giuridica del nuovo mezzo, in altre parole pone l'esigenza di definire quali comportamenti siano illeciti in rete, quali norme possano regolarne il funzionamento e tutelare i suoi utenti. Sebbene se ne senta la necessità ad oggi manca ancora una chiara regolazione nazionale e accordi internazionali largamente condivisi. Tale ritardo è imputabile alle caratteristiche di Internet che da Gardini viene definita come "un mezzo anarchico per natura", le cui caratteristiche lo rendono "refrattario ad una regolazione tradizionale" in quanto per le sue caratteristiche "Internet rompe tutte le convenzioni spazio/temporali che consentono la regolazione di un evento, favorendone la rappresentazione in termini di fenomeno giuridico"⁵⁸. Non c'è però alcun dubbio sul fatto che il web sia un mezzo d'informazione pari a quelli tradizionali e che quindi anche l'attività giornalistica svolta in via telematica goda sia delle garanzie sulla libertà di manifestare il pensiero, sia dell'applicabilità dei diritti di cronaca, critica e satira. Le peculiarità della rete implicano una serie di nodi la cui soluzione è lontana dall'essere raggiunta, e che Gardini⁵⁹ riassume:

- A-territorialità di internet e diritto nazionale applicabile. Internet è uno spazio non sottoposto alla territorialità di nessuno stato in particolare, ciò significa che è difficile stabilire da un lato dove e quando è stato commesso un illecito, dall'altro quale

⁵⁷ Fonte, <http://journalist.org/about/archives/000012.php>

⁵⁸ G. GARDINI, *Le regole dell'informazione. Principi giuridici, strumenti, casi*, Bruno Mondadori, Milano, 2005, pag. 193

⁵⁹ G. GARDINI, *Le regole dell'informazione*, cit., pag. 199

Stato e quale tribunale debbano esercitare il proprio potere giurisdizionale.

- Responsabilità soggettive. La giurisprudenza deve stabilire dove iniziano le responsabilità dei fornitori di accesso (access provider), di servizio (service provider) e di contenuti (content provider) alla rete e dove cominciano quelle dei singoli utenti (in particolare nei casi di anonimato).
- Tipologia di tutela da riconoscere alle nuove forme di proprietà digitale, al diritto di accesso e informazioni online. Il web infatti introduce tipi di beni finora sconosciuti.

1.5 Modelli economici

1.5.1 *Giornali online: i conti non tornano*

Dall'approdo delle testate giornalistiche su Internet non è ancora stata trovata una risposta alle domande “chi paga?” per realizzare i siti, “come fanno a mantenersi”? Come già visto molte aziende online nonostante l'entusiasmo iniziale e le migliori previsioni in pochi anni sono state costrette a ridimensionare le loro strategie o addirittura sono fallite. Nessuno infatti è riuscito a trovare un modello di business efficace perché i costi sono alti per via non tanto degli apparati di produzione e diffusione, dove anzi si risparmia rispetto ai media tradizionali, quanto piuttosto per “l'impegno di risorse umane”⁶⁰.

Carlini spiega che:

non c'è business perché la rete è rimasta imbrigliata – come dicono imprecando gli editori – nella sua cultura originaria di

⁶⁰ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 37

condivisione gratuita delle risorse ed è praticamente impossibile escogitare un prodotto informativo dotato di un tale valore aggiunto da risultare indispensabile e quindi vendibile⁶¹.

I costi salgono ancora se la testata è già presente su supporto cartaceo, in quel caso si rischia il pessimo effetto di aumentare i costi e contemporaneamente sottrarre lettori e vendite al prodotto tradizionale. Staglianò ricorda inoltre che l'avvento del digitale comporta l'abbondanza di informazioni, per cui:

è molto arduo convincere qualcuno che ciò che gli si offre non si possa trovare altrove e che quindi vale la pena mettere la mano al portafogli per ottenerlo⁶².

La conseguenza secondo Carlini è il delinarsi di due grandi bacini all'interno della rete informativa: da un lato un numero, ristretto, di testate che per prestigio non possono mancare dalla rete e che se va bene riescono a pareggiare entrate e uscite; dall'altro "una moltitudine enorme, variegata ma anche assai interessante" di siti vivono di volontariato senza badare alla priorità del profitto economico quindi enfatizzando "la propria vocazione no profit, almeno finché le forze e gli entusiasmi li sostengono"⁶³. Un esempio di questi ultimi è costituito come vedremo da l'associazione PeaceLink.

1.5.2 Dal modello a pagamento al "free for all"

I primi grandi giornali che aprono i siti Internet partono dal presupposto che carta e web fossero uguali: come si paga per acquistare un giornale in edicola, allo stesso modo e per lo stesso

⁶¹ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 38

⁶² R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 100

⁶³ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 38

giornale con il medesimo contenuto si doveva pagare per l'edizione online. Usa Today⁶⁴ è l'esempio di come tale ragionamento fosse sbagliato: nel 1995, forte dei suoi due milioni di lettori cartacei che ne fanno il quotidiano più diffuso degli Stati Uniti, Usa Today approda su Internet con un investimento faraonico (una redazione di 75 giornalisti e 225 collaboratori), e un'offerta dei contenuti a pagamento, ma dopo pochi mesi e solo un migliaio di abbonati è costretto a ridimensionare drasticamente la propria strategia. L'unica eccezione che si scosta da queste difficoltà è rappresentata dal Wall Street Journal che da subito riesce a offrire contenuti a pagamento traendone un ritorno economico. Il wsj però si giova sia di un prestigio e una tradizione centenari, sia dell'infungibilità delle informazioni finanziarie che per molti in tutto il mondo costituiscono uno strumento di lavoro insostituibile. Dal modello a pagamento allora si passa *free for all*, e il problema allora diventa trovare qualcuno diverso dall'utente finale che paghi il lavoro dei siti d'informazione. Come ovvio si ricorre agli inserzionisti pubblicitari basandosi sull'assunto che, come avviene da decenni per televisioni e radio commerciali, "la gratuità produce traffico e il traffico rende preziosi gli spazi pubblicitari"⁶⁵. Gli strumenti della pubblicità più diffusi sono i *banner*, immagini o applicazioni multimediali che comprendono suoni o animazioni visualizzate quando la pagina che le contengono viene aperta da un browser. Per la loro natura generalista però i *banner* non hanno però riscontri interessanti. Più successo invece ottengono i "link sponsorizzati", proposti da motori di ricerca come Google o Yahoo!⁶⁶ che consigliano siti (che pagano per questo), visualizzandone i link a

⁶⁴ www.usatoday.com

⁶⁵ R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 100

⁶⁶ <http://it.yahoo.com/>

seconda delle parole chiave cercate dall'utente; o la *pubblicità mirata* che attraverso a registrazioni e formulari da riempire online riesce a cogliere meglio i gusti specifici dell'utente. Pioniere di questo sistema è il New York Times⁶⁷, la prestigiosa testata vincola l'accesso gratuito ai suoi contenuti ad una preliminare registrazione che consisteva in un questionario in cui l'utente scriveva generalità e principali interessi; in questo modo ora il database di registrazioni ammonta oggi a oltre dieci milioni di persone tanto da permettere spazi pubblicitari mirati vendibili a 54 dollari di CPM (costo per migliaia di persone), contro i 20 dollari di prezzo medio di mercato⁶⁸. Altre fonti di introiti sono le sponsorizzazioni, *l'e-commerce* diretto derivante o dalla vendita di servizi a valore aggiunto o beni sul proprio sito, oppure frutto delle commissioni riconosciute da siti terzi sui quali è stato dirottato il compratore e infine le *syndication*, ossia la rivendita di contenuti originali ad altre testate.

1.5.3 *Il futuro è diversificare l'offerta*

Nonostante la molteplicità delle risorse di reddito il risultato non cambia: ci vogliono più soldi per costruire contenuti al contempo originali e di qualità, per cui agli editori non rimane che farsi pagare direttamente per i contenuti del giornale che mettono online, anche a costo di andare contro la filosofia della condivisione della rete. Ripensare la *freelosophy* è peraltro un'esigenza comune a tutti i fornitori di servizi (dai software, alla posta elettronica e *l'e-commerce*, agli spazi sul web eccetera) in quanto "ciò che si offre ha un valore economico sempre più evidente, per cui si dovrà cominciare a pagarlo

⁶⁷ www.nytimes.com

⁶⁸ R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 102

per ottenerlo”⁶⁹. Dal 2002 quindi farsi pagare per i contenuti delle edizioni elettroniche non è più un tabù, il problema rimane però come convincere i propri lettori che l’offerta possiede un valore aggiunto irrinunciabile. L’unico modo è diversificare le entrate, ideando molti tipi di offerta che riescano a captare il maggior numero di esigenze, abitudini di lettura e consumo possibile. Ad esempio in Italia “la Repubblica extra”⁷⁰ “@edicola”⁷¹ sono i servizio a pagamento su web dei i tre quotidiani più diffusi in Italia: da una parte “la Repubblica” e dall’altra la coppia targata Rcs “Corriere della sera” – “Gazzetta dello sport”. Abbonandosi si ha accesso ad un ampia gamma di contenuti non fruibili altrimenti: la tradizionale versione dei tre giornale è leggibile in vari formati *pdf*, solo testo e attraverso un menù di navigazione, è possibile inoltre consultare le ultime copie più recenti del giornale e tutte le rispettive edizioni locali; i pacchetti sono diversificati per abbonamenti mensili, per numero di copie consultabili, “@edicola” in più dà la possibilità di scegliere se abbinare, allo stesso prezzo, “Corriere” e “Gazzetta”, mentre “la Repubblica extra” per facilitare le aziende consente abbonamenti anche per multiutente; entrambi offrono inoltre pacchetti separati per ricercare e leggere online gli archivi storici del giornale dal 1984 o dal 1992. Per la stessa ragione, moltiplicare e migliorare l’offerta, i due maggiori gruppi editoriali della stampa italiana puntano con decisione nel settore dei contenuti multimediali.

⁶⁹ R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 106

⁷⁰ www.extra.kataweb.it

⁷¹ www.corriere.it/e-dicola/introcorriere.shtml

2. L'informazione alternativa

Tra le novità che hanno più rivoluzionato il mondo del giornalismo grazie ad Internet un posto di primo piano è occupato dalla possibilità di fare informazione in modo amatoriale, senza la risonanza, la diffusione e i mezzi del giornalismo tradizionale e *mainstream*, ma anche senza le contraddizioni e i problemi della professione. Oggi è facile connettersi ad Internet, aprire un sito, un blog, una casella di posta elettronica, creare o partecipare ad un forum, ad un *newsgroup*, ad una *chat* o ad una *mailing list*. Con questi generi di comunicazione sorge un nuovo tipo di informazione che soddisfa in primo luogo le esigenze, antecedenti alla nascita della rete, di avere una voce, di essere ascoltati, di raccontare e di raccontarsi arrivando ad un pubblico ampio con cui discutere e confrontarsi. Secondariamente, viene criticato il sistema dell'informazione, accusato di collusione con i cosiddetti poteri forti e di aver privilegiato la natura economica dei media, quella che fa della notizia un prodotto industriale in vendita su un mercato basato sulla concorrenza, lontano dall'originario ruolo sociale e culturale di formazione dell'opinione pubblica. Fare informazione alternativa significa privilegiare questo secondo aspetto e quindi fare un giornalismo, più povero di mezzi e più rozzo nella forma, ma che riesca a distinguersi per il pluralismo dei contenuti e delle fonti, per il rapporto con i lettori e per le modalità e le tecniche di lavoro. L'obiettivo di fondo è quindi politico, è il desiderio di trasformare il sistema delle comunicazioni. Come è scritto nella sezione "chi siamo" del sezione italiana di Indymedia¹, uno dei siti di informazione alternativa più famosi nel mondo:

¹ <http://italy.indymedia.org/>

Indymedia è lo zoccolo che si incunea negli ingranaggi della grande industria dei media e la costringe a riavviarsi in modo nuovo².

Cambiare i media per cambiare il mondo, con questa ambizione l'informazione alternativa spesso nasce in mobilitazione ad eventi di portata mondiale come le guerre, i grandi movimenti di contestazione come i no-global a Seattle o al G8 di Genova nel 2001, oppure in seguito a particolari situazioni nazionali e locali, o ancora per dare visibilità alla società civile e al mondo del volontariato di solito fuori dall'attenzione dei giornali. Come dice Gubitosa:

al di fuori delle corporazioni editoriali, giornalistiche e televisive, la società civile reclama un ruolo da protagonista nei processi che governano la produzione di informazioni³.

2.1 Chi fa informazione alternativa

Un panorama completo dell'informazione alternativa è quasi impossibile per la vastità e varietà dei siti web che se occupano. Tuttavia in questo lavoro per rendere più chiari i caratteri generali del fenomeno, si cerca di fare una veloce rassegna suddivisa in tipologia di argomenti trattati, composizione della redazione e finalità del lavoro⁴.

- *Mediattivismo*

Sono i siti composti da volontari che producono informazione per raccontare la loro verità sul mondo: “*il mediattivismo* è una rete

² Fonte, <http://italy.indymedia.org/process/about.php>

³ C. GUBITOSA, *L'informazione alternativa*, EMI, Bologna, 2002, pag. 37

⁴ I siti dei movimenti e associazioni di pacifisti, non violenti, campagne per il disarmo, si parlerà nel capitolo successivo.

mondiale. Per comprenderlo occorre immaginare un ambiente interconnesso fatto di flussi informativi network, campagne mediatiche, programmatori, scrittori e giornalisti *free lance*” che si secondo Pasquinelli si costituisce “non solo come fenomeno sociale e politico, rappresenta un laboratorio di innovazione e sperimentazione di media e modelli sociali”⁵. Indymedia è il capostipite del *mediattivismo* che nasce in concomitanza della riunione del WTO del 1999 a Seattle in cui è nato il movimento noglobal; si autodefinisce “un network di media gestiti collettivamente per una narrazione radicale, obiettiva e appassionata della verità”⁶. Il sito fa da redazione: è strutturato come una piattaforma web flessibile, autogestito, decentralizzato e facile da usare per consentire a chiunque, attraverso un database automatizzato, un server per lo streaming audio-video, di caricare ed editare registrazioni audio e video, immagini, articoli, news.

- *Giornalisti professionisti*

Reporters Sans Frontières, associazione internazionale costituita da giornalisti ed esperti di diritti umani, opera in tutto il mondo promuovendo la libertà di stampa: “More than a third of the world’s people live in countries where there is no press freedom. Reporters Without Borders works constantly to restore their right to be informed. Forty-two media professionals lost their lives in 2003 for doing what they were paid to do - keeping us informed”⁷. In Italia Megachip, associazione fondata dal giornalista Giulietto Chiesa, costituisce un osservatorio sulla comunicazione che “vuole esercitare

⁵ M. PASQUINELLI, *Media activism: strategie e pratiche della comunicazione indipendente*, DeriveApprodi, Roma, 2002, pag. 12

⁶ Fonte <http://italy.indymedia.org/process/about.php>

⁷ Fonte, www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=280

una critica permanente, multilaterale, diffusa dal sistema mediatico”, seconda la convinzione che “su questo terreno si combatta una battaglia decisiva per la salvezza della democrazia”⁸.

- *Monitoraggio situazioni di crisi e conflitto*

L’informazione di guerra è forse la più difficile da realizzare sia per problemi logistici e di sicurezza, sia per la censure adottate da eserciti e governi per ragioni di sicurezza e propaganda (vedi paragrafo 3.2). Osservatorio Iraq è uno dei progetti promossi dall’associazione umanitaria Un ponte per ...: “a oltre due anni dalla guerra e dall’occupazione, a Baghdad non ci sono quasi più giornalisti a documentare ciò che davvero succede; si rischia così di avere una visione semplificata (e a volte consolatoria) di una situazione complessa”, allora Osservatorio Iraq cerca “di supplire a questa mancanza documentando le conseguenze dell’occupazione, l’evoluzione delle transizione politica, la vita quotidiana degli iracheni, le violazioni dei diritti, l’attività della società civile. Tutto quanto non fa rumore e nemmeno più notizia”⁹. Spesso il dopoguerra è drammatico quanto il conflitto vero e proprio, solo che fa meno notizia: Osservatorio sui Balcani, promosso dalla Fondazione Opera Campana dei Caduti e finanziato dalla Provincia Autonoma di Trento e dal Comune di Rovereto (TN), è il sito italiano più completo per “capire il contesto balcanico ed i processi che lo attraversano” e per “veicolare quelle informazioni essenziali spesso tralasciate dai grandi media”¹⁰.

⁸ Fonte, www.megachip.info/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=18

⁹ Fonte, www.osservatorioiraq.it/pagina.php?doc=chiamo.html

¹⁰ Fonte, www.osservatoribalcani.org/article/articleview/739

- *Agenzie di stampa*

Lavorano come le agenzie tradizionali ma si occupano di notizie diverse offrendo un “taglio” e una prospettiva differente. Unimondo è un progetto di un’associazione non-profit indipendente nato nel 1998 per iniziativa della Fondazione Fontana Onlus di Padova e che oggi può contare su circa 300 partner in Italia; l’intento è “diffondere un’informazione qualificata e pluralista su diritti umani, democrazia, pace, sviluppo sostenibile e difesa del territorio”¹¹. Amisnet è un’agenzia radiofonica, anch’essa datata 1998, che fornisce produzioni, giornaliere e settimanali, in formato audio, “la linea editoriale vuole essere quella di non inseguire il fatto-notizia, ma cercare piuttosto di approfondire i perché”¹². Redattore sociale, edita della comunità di Capodarco di Fermo, è la prima agenzia italiana di informazione quotidiana dedicata al disagio, all’impegno sociale e al mondo del non-profit, volontariato, terzo settore, associazionismo: “materiali e contributi spesso disponibili in maniera disorganica, perciò difficilmente accessibili all’informazione, alla cultura, alla politica”¹³.

- *Case editrici e webzine*

Nuovi mondi media, casa editrice bolognese, offre online servizi di vendita e la pubblicazione quotidiana di articoli, il sito viene considerato un altro canale di lavoro che consente “un’inedita sinergia tra libri e web, tra editoria e rete”¹⁴. Molto diffuse anche webzine, riveste pubblicate online e solitamente incentrate su una tematica specifica: Altreconomia intende costituire “uno strumento di

¹¹ Fonte, www.unimondo.org

¹² Fonte, www.amisnet.org/it/amisnet/

¹³ Fonte, www.redattoresociale.it

¹⁴ Fonte, www.nuovimondimedia.com/sitonew/

informazione e di proposta per il passaggio da un'economia di profitto, dominata dalle multinazionali e dai grandi poteri sovranazionali, a un'economia equa e sostenibile al servizio di tutti"¹⁵; www.fuoriluogo.it nasce su iniziativa dell'associazione Forum Droghe, si propone di "creare una comunità virtuale di persone interessate alla questione delle droghe e alle politiche sulle droghe"¹⁶.

- *Fondazioni*

La fondazione Alexander Langer è stata creata per in ricordo del pacifista morto suicida nel 1995, ha istituito un premio internazionale di diecimila euro che devolve ogni annuo a chi opera per la diffusione la pace e "il superamento del nazionalismo etnico e dell'odio razziale"¹⁷, con lo stesso scopo organizza seminari, incontri e il "Festival internazionale euromediterranea".

- *Operatori umanitari e volontariato*

Uniscono assistenza umanitaria e informazione alternativa. Medici senza Frontiere è un'associazione internazionale privata che riunisce medici volontari per portare "soccorso sanitario alle popolazioni in pericolo e testimoniare le violazioni dei diritti umani"¹⁸; allo stesso modo Emergency, fondata dal chirurgo italiano Gino Strada, associa l'assistenza medica in tutto il mondo alla promozione di "una cultura di pace e solidarietà"¹⁹. L'associazione Gruppo Abele, abbina di servizi di accoglienza e la denuncia di ingiustizie sociali alla

¹⁵ Fonte, www.altreconomia.it/index.php?module=subjects&func=viewpage&pageid=2

¹⁶ Fonte, www.fuoriluogo.it/presentazione.htm

¹⁷ Fonte, www.alexanderlanger.org/fondazione/index_it.php?r=227

¹⁸ Fonte, www.msf.it/chisiamo/index.shtml

¹⁹ Fonte, www.emergency.it/menu.php?A=001&ln=It

promozione di “quella pratica della cittadinanza attiva che trasforma la solidarietà in corresponsabilità degli uni per gli altri”²⁰.

- *Artisti*

Beppe Grillo, il comico ligure ha aperto nel 2005 un blog, www.beppegrillo.it diventato in pochi mesi il più visitato in Italia, con la convinzione che “su Internet al più piccolo dei Davide che vuole confrontarsi con il più grande dei Golia bastano una quantità modesta di tempo, soldi e tecnica, in genere accessibili anche a una singola persona”²¹. Jacopo Fo ha ideato www.cacaonline.it dove pubblica ogni giorno un quotidiano delle buone notizie che solitamente trovano poco spazio sui media.

- *Enciclopedia*

Wikipedia è una enciclopedia online, multilingue, a contenuto libero autogestito da migliaia di volontari, secondo le parole del suo fondatore Jimmy Wales è “uno sforzo di creare e distribuire una libera enciclopedia della più alta qualità possibile ad ogni singola persona sul pianeta nella sua propria lingua”²². Il termine *wiki*, parola di origine hawaiana che significa “rapido”, indica “un sito web che permette ad ogni utilizzatore di aggiungere contenuti, come in un forum, ma anche di modificare i contenuti esistenti inseriti da altri”, oppure può “riferirsi al software collaborativo utilizzato per creare un sito web”²³.

²⁰ Fonte, www.gruppoabele.org/Index.aspx?idmenu=1551

²¹ B. Grillo, *Ho visto il futuro*, Internazionale 589, 5 maggio 2005. Leggibile in rete dall'archivio di Internazionale in www.internazionale.it/beppegrillo/articolo.php?id=9415

²² Fonte, <http://it.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>

²³ Fonte, <http://it.wikipedia.org/wiki/Wiki>

2.2 Partire dal basso

Sebbene l'informazione alternativa come appena visto sia una galassia sterminata, tuttavia gli attivisti, o meglio come si autodefiniscono i *mediattivisti*, sono accomunati dalle medesime esigenze e richieste di base. Il primo punto è la constatazione di una mancanza di democrazia e di pluralismo nel sistema *mainstream* di comunicazione. I media sono imputati d'incapacità d'ascolto delle istanze che partono dal basso della società, inteso non come strato sociale, ma come il variegato insieme di persone coloro che non hanno né la facoltà né il potere di accesso al sistema delle comunicazioni di massa. È la società civile di cui parla Gubitosa e che si è vista nel paragrafo precedente. Questa fetta di società fa controinformazione perché si sente esclusa dalle scelte sulle priorità dei media in merito alle notizie e ai temi trattati, all'importanza e allo spazio da assegnare a ciascuna e infine al contesto in cui inserirle. In altre parole si vorrebbero modificare in senso estensivo i "valori notizia", ovvero le valutazioni, interpretazioni e convenzioni non scritte, ma dettate dalla pratica quotidiana che i giornalisti individualmente e collettivamente usano per regolare il loro lavoro.

Internet e il computer costituiscono un canale di comunicazione e un mezzo d'espressione più democratico e fare informazione dal basso significa diffondere notizie e testimonianze in modo più genuino e più diretto. Indymedia afferma che la propria forza sta "nella capacità di influenzare i grandi media, di costringerli a collaborare con l'informazione dal basso, di vigilarne la condotta"²⁴. Ciò è evidente soprattutto in occasione di grandi eventi in cui i media *mainstream* nonostante il grande dispiegamento di mezzi, non vogliono o non

²⁴ Fonte, <http://italy.indymedia.org/process/about.php>

riescono a coglierne tutti gli aspetti. È quanto accaduto a Genova nei giorni del G8 del 2001: oggi a quattro anni di distanza molte associazioni, comitati e siti si occupano di raccogliere testimonianze, documenti audio e video, denunce sulle violenze compiute a Genova dalle forze dell'ordine e dai gruppi violenti di estremisti; PeaceLink sul suo sito ha una sezione²⁵ sul G8 dove raccoglie 94 racconti, mentre il “Comitato Verità e Giustizia per Genova”²⁶ e il “Comitato Carlo Giuliani”²⁷ mettono a disposizione online sia notizie, aggiornamenti, calendario iniziative, sia documenti legali, rapporti informativi che ricostruiscono quanto successo e monitorano i processi e le vertenze legali in corso.

2.2.1 *Come diventare fonte e ottenere credibilità*

L'obiettivo dell'informazione alternativa è quindi quello di farsi fonte attendibile e abituale sia per i giornalisti professionisti, sia per i lettori e i cittadini che navigando in rete vogliono ottenere informazioni su determinati argomenti. Il problema è: come riuscirci? Occorre instaurare un circolo virtuoso tra fonti - giornalisti - pubblico, in modo che chi vuole comunicare qualcosa riesca allo stesso tempo a entrare abitualmente nel sistema delle *news organization* e a fare breccia nell'opinione pubblica. Bisogna inoltre vincere la generale diffidenza verso i siti non *mainstream*, la cui l'affidabilità agli occhi del grande pubblico non è ancora accertata e verso il luogo comune che i non professionisti che spaccino notizie inventate, incomplete o faziose (vedi paragrafo 1.4).

²⁵ Fonte, <http://web.peacelink.it/genova>

²⁶ www.veritagiustizia.it

²⁷ www.piazzacarlogiuliani.org

La strategia comunicativa da adottare consiste nel riuscire a presentare eventi o temi che non solo siano rilevanti, interessanti per i loro contenuti, ma in modo che la fonte sia riconoscibile e facilmente inquadrabile dal pubblico nei “flussi comunicativi presenti nel contesto sociale”²⁸. Perciò come scrive Sorrentino la fonte deve per prima cosa:

sviluppare e comunicare una sua identità, e poi stabilire una strategia comunicativa appropriata, che consenta di collocare gli eventi che la riguardano all’interno di un sistema simbolico coerente con l’identità data²⁹.

La credibilità si ottiene invece con una “coerenza comunicativa” realizzata attraverso l’attendibilità, la chiarezza e la continuità delle notizie date, dal clamore e dallo spazio ricevuto dai media e infine dal semplice passaparola tra i navigatori del web o tra le persone interessate a quelle tematiche.

2.3 Essere interattivi

2.3.1 Assenza di interattività

Se la prima critica al sistema media riguarda una carenza di democrazia nell’ascoltare le istanze dei lettori, la seconda riguarda la loro richiesta di partecipazione interattiva. Sebbene i media *mainstream* siano approdati online offrendo una grande quantità di informazioni, di ipertesti facili da reperire, collegare e organizzare e di contenuti multimediali a corredo alle notizie, tuttavia hanno tralasciato l’altra caratteristica fondante e nuova di Internet: l’interattività. Le

²⁸ C. SORRENTINO, *Il giornalismo*, cit., pag. 124

²⁹ C. SORRENTINO, *Il giornalismo*, cit., pag. 125

nuove tecnologie infatti introducono per la prima volta un tipo di comunicazione “molti a molti” dove tutti gli attori in gioco hanno pari possibilità di ricevere e inviare comunicazione; un’ opportunità finora negata ai mass media tradizionali che per ragioni tecniche si limitano ad un tipo di comunicazione unidirezionale “uno a molti” che non consente né un dialogo, né un feedback di risposta da parte delle masse fruitrici del flusso della comunicazione. Benché la possibilità di interazione oggi esista, tuttavia essa non viene sfruttata a pieno, al contrario come descrive Carlini l’offerta dei siti web:

è fatta di pagine fisse, non manipolabili dagli utenti, le quali ospitano eventualmente dei pulsanti per scrivere al web master o per partecipare ad una discussione; ma questi forum spesso hanno le caratteristiche di una rubrica di lettere al giornale o giù di lì. L’interazione si limita fundamentalmente a muovere il mouse, puntare un link e cliccare su quello, ottenendo così una nuova pagina da guardare e non toccare³⁰.

Le parole di Carlini sono confermate dalla navigazione sui siti d’informazione dei maggiori media *mainstream* italiani: su “www.repubblica.it” lo spazio per i forum di discussione e l’inserimento di commenti siano rilegati nel fondo della home page, mentre su “www.corriere.it” quelli che sono chiamati forum sono in realtà le rubriche delle lettere curate dalle firme di punta del giornale; non fa eccezione il sito del quotidiano economico “Il Sole24ore”³¹, che offre una ricca gamma di servizi online, come “esperto risponde”, “casa24” o “shopping24”, che tuttavia risultano a interazione bidirezionale.

³⁰ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 85-86

³¹ www.ilsole24ore.com

2.3.2 *Informazione alternativa uguale dialogo*

Cosa significa allora essere interattivi? E cosa fanno i siti di informazione alternativa per esserlo? L'interazione significa per prima cosa dialogo, per questo Carlini sostiene che i luoghi dell'interazione delle persone in rete “sono altri dal web e sono prevalentemente testuali”³². I *newsgroup* (sistema in cui vengono scaricati e ordinati tutti gli articoli a cui si è interessati), le *mailing list* (una sorta di posta collettiva a cui e da cui tutti mandano e ricevono messaggi), i blog (si veda paragrafo 2.7), l'*instant messaging*, le *chat* e la posta elettronica, sono tutti generi comunicativi pensati per favorire lo scambio informativo e la discussione e che nei media *mainstream* mancano o hanno un ruolo di secondo piano. I siti di informazione alternativa invece da un lato offrono la possibilità di leggere sul sito o di ricevere al proprio indirizzo email articoli, news, agende di appuntamenti etc, dall'altro invitano esplicitamente a partecipare alla redazione scrivendo un proprio contenuto originale, inviando un qualsiasi tipo di documento, o semplicemente commentando ciò che si è letto.

Due piccoli esempi in Italia: Osservatorio sui Balcani in cima ad ogni articolo inserisce il link all'indirizzo di posta dell'autore, mentre a fondo pagina un frame “Commenta l'articolo” consente immediatamente di dire la propria; al centro della home page di www.bandieragiulla.it, portale bolognese di informazione sociale, c'è un frame “Eventi dei lettori” dedicato alle segnalazioni degli utenti, e di fianco il link “Inserisci” chiunque può farlo, basta registrarsi e scrivere. Dall'estero invece arrivano i primi esperimenti di “intelligenza collettiva”, o “giornalismo democratico”: il primo è la già citata enciclopedia online Wikipedia le cui voci e definizioni vengono aggiornate dagli utenti in modo continuo e collettivo; a metà

³² F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 89

strada tra rivista e gruppo di discussione sta invece www.plastic.com, in cui agli articoli viene dato risalto a seconda dei voti che man mano i lettori esprimono su di essi; terzo esempio arriva dalla Corea del Sud, paese dove i media sono “molto controllati e conformisti”³³, ma in cui è nato OhmyNews³⁴, un giornale online strutturato come un weblog collettivo in cui la grande maggioranza delle notizie trova la sua fonte in circa venticinquemila cittadini giornalisti pagati massimo sedici dollari a pezzo.

2.3.3 *Interattività e comunità*

Gli esempi appena visti mostrano in che modo non solo si arricchisce il dialogo e si condividono esperienze, ma soprattutto il lettore partecipa facendo qualcosa, per cui si sente più coinvolto in ciò che ha appreso e lo ricorda meglio che se semplicemente leggesse una pagina di giornale, sentisse una notizia alla radio o vedesse un servizio in televisione. Si favorisce così la nascita di una “comunità virtuale”, un pubblico fedele che considera quel sito non solo una fonte di informazioni (come già visto nel paragrafo 2.1.1), ma un luogo di riferimento e di incontro, in altre parole una pubblica piazza sul web.

Tecniche di coinvolgimento, di fidelizzazione sono comprese e usate più che dai media, soprattutto da aziende commerciali che hanno meglio compreso le potenzialità offerte dalla rete e puntano alla formazione di comunità virtuali di consumatori, in cui interazione vuol dire anche iper-personalizzazione e conoscenza di dati e abitudini del singolo utente-consumatore; come dice Jim Stangel, direttore del marketing della multinazionale Procter & Gamble, “oggi prima di vendere, bisogna coinvolgere il cliente, divertirlo, costruire un legame

³³ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 55

³⁴ <http://ohmynews.com>

affettivo”³⁵. Staglianò scrive che i media online dovrebbero imitare Amazon, il più grande negozio in rete di libri, cd, dvd, che ha l’ossessione “più che vendere di comprare il proprio cliente”³⁶, e per cui le preoccupazioni del consumatore sono al centro della propria attività; mentre “i giornali, generalmente poco sensibili alle esigenze del lettore e spesso addirittura refrattari al suo feedback, dovrebbero interiorizzare la medesima attitudine”³⁷. La notizia e i media non sono e non devono essere paragonabili a prodotti commerciali: chi fa informazione alternativa vede ciò come una pericolosa tendenza e cerca di fermarla in quanto sarebbe la fine del servizio di informazione e formazione del cittadino e dell’opinione pubblica. Tuttavia, alla luce di tale compito è paradossale che i giornali poco conoscano i propri lettori, i loro gusti, e che in fatto di dialogo siano meno bravi e meno attenti di aziende commerciali.

2.4 Essere indipendenti

2.4.1 Mancanza di indipendenza

La terza malattia del giornalismo *mainstream*, che alcuni sostengono essere causa delle prime due, viene individuata nelle pressioni, controlli e poteri esercitati da istituzioni, parti politiche che la linea editoriale del singolo media appoggia o contrasta, proprietari che li posseggono e pubblicitari che li finanziano. Il favore dei media è ambito perché l’accesso alle informazioni è un bene pubblico fondante di una democrazia in quanto forma l’opinione pubblica e

³⁵ E. PEDEMONTE, *Sono il mago della pubblicità*, in L’Espresso n. 44 del 10 Novembre 2005, pag. 153

³⁶ R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 77

³⁷ R. STAGLIANÒ, *Giornalismo 2.0*, cit., pag. 71

quindi aumenta la popolarità, sposta le intenzioni di voto. Perciò gli esempi di ingerenze o tentativi di condizionare giornalisti sono prassi comune e gli stessi media ne danno quotidianamente notizia; allo stesso modo sono frequenti le proclamazioni e le rivendicazioni di autonomia e di obiettività. Non si parla solo di azioni dirette, ma anche di tacite pressioni, Bourdieu infatti mette in evidenza:

il potere simbolico eccezionale che le grandi autorità si vedono conferire dalla capacità di definire, attraverso le loro azioni, le loro decisioni e i loro interventi nel campo giornalistico, l'ordine del giorno e la gerarchia degli eventi che si impongono ai giornali³⁸.

L'indipendenza e l'autonomia costituiscono invece sia una necessità, sia un punto di forza e di vanto per chi fa informazione alternativa. Essendo nata per dare voce a chi non ha potere mediatico, politico o economico, rivendica il proprio essere lontano dai luoghi e dalle persone che "contano". Ad esempio nella presentazione del proprio sito la casa editrice Nuovi mondi media scrive di esser nata per "fornire un'alternativa" che fosse "indipendente da ogni potere, svincolato dai condizionamenti imposti dalle leadership del mercato editoriale"³⁹; ancora più netta l'accusa dell'associazione Megachip che afferma che il "pluralismo dell'informazione che è ormai più apparente che sostanziale" in quanto "il quarto potere è ormai così strettamente intrecciato al potere politico e dipendente da interessi privati, detentori e controllori dei media, da avere rinunciato quasi del tutto a funzioni di controllo e di critica"⁴⁰. Molti siti per esplicitare la

³⁸ P. BOURDIEU, *Sulla televisione*, Feltrinelli, Milano 1997, pag. 88

³⁹ Fonte,

www.nuovimondimedia.com/sitonew/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=39&mode=nested&order=0&thold=0

⁴⁰ Fonte, www.megachip.info/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=32

propria autonomia, soprattutto economica, pubblicano bilanci e ammontare dei finanziamenti o sottoscrizioni ricevute; www.lavoce.info, sito ideato e coordinato dagli economisti e giornalisti Tito Boeri e Francesco Gavazzi, addirittura pubblica per ogni donatore sia il nome che l'ammontare del contributo⁴¹. Sui problemi derivanti dal settore pubblicitario ed economico, Sorrentino⁴² da un lato nota come anche nel campo giornalistico il settore marketing acquisti sempre maggiore rilevanza fino al punto che il potere decisionale che finora era stato appannaggio esclusivo del direttore responsabile, oggi è condiviso tra quest'ultimo e il direttore commerciale, dall'altro come la maggiore centralità economica nel mondo dell'informazione ha modificato gli assetti proprietari portando ad “una maggiore concentrazione editoriale”⁴³; ad esempio i tre maggiori gruppi editoriali italiani, Mediaset⁴⁴-Mondadori⁴⁵, Rcs e L'Espresso, si occupano ciascuno di settori che vanno dall'editoria libraria a quella periodica e quotidiana, dalla televisione alla radio a Internet. Gli stessi giornalisti sono i primi ad esserne consapevoli, come si evince sia da una statistica del CENSIS⁴⁶ secondo cui l'89,2 per cento dei giornalisti intervistati ritiene fortemente condizionante il potere pubblicitario.

Secondo chi fa informazione alternativa questi condizionamenti nella pratica giornalistica significano rinunciare il proprio compito originario di sorveglianti della società, o all'americana di “watch dog”, e quindi non presentare le notizie in modo obiettivo, non dare

⁴¹ Fonte, www.lavoce.info/chifinanza/contributi_a.php

⁴² C. SORRENTINO, *Il giornalismo*, cit., pag. 76-82

⁴³ C. SORRENTINO, *Il giornalismo*, cit., pag. 81

⁴⁴ www.mediaset.it

⁴⁵ www.mondadori.com

⁴⁶ CENSIS, *Primo rapporto annuale sulla comunicazione in Italia*, UCSI - CENSIS, Roma, 2001

risalto o persino censurare alcune notizie o parte di esse ritenute scomode. Forse l'esempio più chiaro è rappresentato dalle polemiche sull'informazione di guerra (vedi paragrafo 3.2), dove i giornalisti subiscono una doppia pressione: dalla censura militare e dall'accusa di antipatriottismo e disfattismo, pronta a nascere al minimo commento critico o informazione non autorizzata. Secondo esempio riguarda sempre l'amministrazione americana accusata di confezionare notizie ad di media evidentemente compiacenti; scrive il New York Times, 17 marzo 2005⁴⁷, che un apposito apparato del governo produceva o concordava "interviste a funzionari del governo con domande e risposte concordate, le critiche sono dunque escluse, nessun cenno di mala amministrazione o disappunto" su temi quali la caduta del regime in Iraq, la riforma della sanità o l'obesità infantile. Come afferma Bourdieu le fonti ufficiali e governative attraverso il monopolio delle informazioni legittime cercano di "manipolare le informazioni e gli agenti incaricati di trasmetterle, mentre la stampa per parte sua tenta di manipolare i detentori dell'informazione per cercare di ottenerla e di assicurarsene l'esclusiva"⁴⁸.

2.4.2 *Il problema italiano*

In Italia il problema dell'indipendenza, pluralismo dei media è particolarmente sentito a causa del duopolio televisivo Rai⁴⁹ - Mediaset, del conflitto d'interessi del presidente del Consiglio Silvio Berlusconi, della cosiddetta *lottizzazione* che i partiti politici compiono sulla Rai. Il sito www.lavoce.info afferma che in Italia è difficile fare giornalismo obiettivo e indipendente perché:

⁴⁷ Fonte, http://italy.peacelink.org/mediawatch/articles/art_10192.html

⁴⁸ P. BOURDIEU, *Sulla televisione*, cit., pag. 88

⁴⁹ www.rai.it

c'è una pericolosa e crescente concentrazione del potere mediatico. Una sola persona controlla, direttamente o indirettamente, le principali 6 reti nazionali, con una audience di oltre il 90 per cento. Questo condiziona il confronto civile spingendo a schierarsi, a prendere posizioni estreme. Si può solo essere pro o contro. Non è dato assumere posizioni equilibrate. Bandite pressoché del tutto dalle TV le riflessioni, le analisi, l'informazione che vada in profondità⁵⁰.

Non è rosea nemmeno la situazione della carta stampata:

tra i cinque maggiori quotidiani, uno è controllato dalla medesima persona che controlla le 6 reti televisive, gli altri da gruppi industriali i cui rapporti economici col governo spesso si scontrano con le esigenze di una stampa libera. Anche se non mancano giornalisti e direttori coraggiosi, l'indipendenza della stampa è appesa ad un filo sottile⁵¹.

Il rischio che corre il giornalismo italiano *mainstream* è quindi quello di rimanere imbrigliato nello schierarsi pro o contro Berlusconi, nel fare del dibattito politico nazionale una unità di misura che regola il lavoro in ogni articolo, in ogni presa di posizione. Chi fa informazione alternativa in Italia, pur rimanendo in generale molto critico nei confronti di Berlusconi, allora trova in Internet il mezzo di comunicazione più adatto, più economico e più facile, per cercare di passare oltre e di avere una visibilità nazionale e locale occupandosi di questioni che esulino dal cosiddetto “teatrino della politica”.

⁵⁰ Fonte, www.lavoce.info/mission/index.php

⁵¹ Fonte, www.lavoce.info/mission/index.php

2.4.3 *Professionalità e volontariato*

Chi fa informazione alternativa non ha problemi di dipendenza da alcun tipo di potere, in quanto il suo non è un lavoro, ma una passione mossa dalle proprie idee e valori. Nella stragrande maggioranza dei casi infatti l'attivista non è pagato, né il lettore paga per accedere al contenuto. L'informazione alternativa si basa infatti sul volontariato dei redattori e sulla generosità delle donazioni dei lettori; le uniche cose in vendita possono essere libri e video autoprodotti o semplici gadgets. Se da un lato questo permette di svincolarsi dai compromessi che la natura economica del prodotto editoriale costringe chi lavora nei grandi media ad accettare, dall'altro crea difficoltà sia di tipo tecnico nei mezzi e nelle strutture a disposizione, sia nella professionalità degli attivisti che non possono avere né le capacità, né il tempo per un'informazione di alta qualità.

Informazione amatoriale e professionale sono però in stretto contatto: esistono volontari che diventano giornalisti, anche grazie alla competenza acquisite, o, come già visto (vedi paragrafo 2.1), professionisti che affiancano il lavoro per un media tradizionale a quello per uno alternativo. Chi opera per un media *mainstream* è spesso il primo a rendersi conto dei problemi che affliggono la sua professione, fare controinformazione diventa così un modo per trovare altre vie, per cercare di risolverli o di scavalcarli, tanto che a volte sono proprio i professionisti ad essere i promotori e i sostenitori dell'informazione alternativa. All'estremo opposto ci sono invece coloro che ritengono Internet e la sua pretesa di giornalismo, puro dilettantismo e che solo i specialisti del settore possono occuparsi di una materia delicata come l'informazione. In ogni

caso le nuove tecnologie hanno il merito di alimentare il dibattito, di sollevare dubbi, di svelare contraddizioni sulla natura del mestiere e dei suoi addetti, e ciò non può che essere positivo e salutare.

2.5 Tecniche e modalità della professione

Il giornalismo odierno come detto ha accentuato la sua natura di prodotto industriale e come tale obbedisce sempre di più alle regole della concorrenza e della produzione su larga scala che riguardano la standardizzazione ed efficienza delle procedure del mestiere. Ciò si ripercuote inevitabilmente sulle modalità e le tecniche in cui le notizie vengono prima costruite e poi divulgate. Tonello sostiene che ormai si può parlare di un giornalismo *fastfood* che viene realizzato attraverso una catena di montaggio, simile a quella necessaria a preparare gli hamburger, in cui sono ridotti al minimo “gli elementi di casualità, di artigianalità e di approfondimento”⁵². Di conseguenza la televisione e i canali *all news* prima e le nuove tecnologie poi, hanno portato ad una informazione da un lato veloce, standard e disponibile 24 ore al giorno (si veda paragrafo 1.3.1), dall’altro spesso risulta superficiale, gonfiata e monotona.

2.5.1 Sensazionalismo e omogeneizzazione

La prima conseguenza di quanto detto sopra è la diffusione, non più limitata alla stampa scandalistica o popolare, della pratica del “sensazionalismo”: l’ossessione per l’esclusiva, per essere i soli al

⁵² F. TONELLO, *La nuova macchina dell’informazione*, Feltrinelli, Milano, 1999, pag. 77

mondo a lanciare uno scoop fa sì che si diffondano notizie non controllate o consapevolmente gonfiate. Non si parla tanto di attenzione verso la cosiddetta regola delle tre “S” sesso, soldi e sangue che tradizionalmente sono una sicura ricetta per alzare le vendite, quanto di un modo di concepire, allestire e presentare le notizie; un esempio è costituito dal genere televisivo dell’*infotainment*, che “condisce” e mescola programmi a contenuti giornalistici con forme di intrattenimento leggero o a base di gossip.

In secondo luogo invece si nota una tendenza verso l’omogeneizzazione, ossia un appiattimento generale delle differenze fra i media, a prescindere dal supporto di comunicazione usato. L’ampliamento della mole di informazioni disponibili e di spazi per trattarle paradossalmente rende più difficile pubblicare notizie che i media concorrenti non hanno e parallelamente rende più difficile non discostarsi troppo dalle scelte altrui (anche per il timore di “bucare” la notizia), non parlare di quello che parlano tutti e non far vedere le immagini che tutti hanno visto. Per cui come conclude Sorrentino⁵³ la cifra distintiva delle singole testate non è incentrata tanto sul cosa dire piuttosto sul come dirlo.

2.5.2 *Approfondire per costruire*

Sono fenomeni che non toccano l’informazione alternativa che per sua natura rimane amatoriale e quindi personale, scevra da esigenze di essere i primi, audience, di scoop. L’informazione *mainstream* rapida e superficiale finisce per risultare anonima e spersonalizzante, ossia rimane lontana dall’ascoltatore, al contrario l’informazione alternativa, costruita attraverso relazioni personali con le fonti e con

⁵³ C. SORRENTINO, *Il giornalismo*, cit., pag. 108

gli ascoltatori, lettori, cerca di approfondire i temi di cui tratta, ponendo domande scomode e cercando risposte e strumenti di risoluzione a questioni complesse. Inoltre si distingue per un'attenzione alle conseguenze pratiche delle notizie: l'obiettivo ultimo di chi fa informazione alternativa è quello di cambiare il mondo, per cui si cerca, per quanto possibile, di comunicare notizie, anche drammatiche o dolorose, ma che siano propositive. Gubitosa con un esempio spiega che l'informazione alternativa porta in sé l'idea di costruzione del cambiamento:

non ci interessa parlare degli incidenti in autostrada, ci interessa capire cosa si può fare per evitare che questi incidenti avvengano, quali sono gli altri modelli di sviluppo stradale, economico e sociale che possono evitare i disastri, anziché rincorrere sempre le emergenze⁵⁴.

2.6 La rete è di tutti

Chi fa informazione alternativa e usa le nuove tecnologie, ha a cuore la loro equa e ampia diffusione e il loro sviluppo. Per questo si occupa della libera circolazione non solo delle idee, ma anche delle infrastrutture, delle competenze, dei software e dei documenti in qualsiasi formato digitali. Come dice lo scrittore argentino Mario Rodriguez Cobos “non ci sarà progresso se non sarà di tutti per tutti”⁵⁵.

⁵⁴ Intervista audio rilasciata al sito del “Convivio dei Popoli”, scaricabile all'indirizzo www.conviviodaipopoli.it/2004/mercoldi.mp3

⁵⁵ C. GUBITOSA, *Oltre Internet: consigli pratici per una navigazione a misura d'uomo*, EMI/FCE, Bologna/Milano, 1997, pag. 18

2.6.1 *Digital divide*

Con *digital divide* si intende il divario esistente nell'accesso alle nuove tecnologie presenti tra Nord e Sud del mondo⁵⁶. All'interno dei paesi arretrati infatti si è instaurato una sorta di circolo vizioso: l'impossibilità d'avvicinarsi alle tecnologie e alle risorse energetiche necessarie per utilizzarle, impedisce qualsiasi possibilità di sviluppo economico di questi paesi; allo stesso tempo l'estrema povertà fa sì che per le popolazioni di questi paesi siano altre le priorità rispetto all'acquisizione di un'alfabetizzazione di base o informatica. Di conseguenza permangono sia l'analfabetismo e la scarsa conoscenza informatica, sia gli elevati costi dell'hardware e la mancanza di infrastrutture di comunicazione.

Inoltre se l'accesso all'informazione e la possibilità di esprimere delle idee sono problemi che spesso gravano sulle società "occidentali", ancora di più sono sentiti nei paesi del Sud del mondo, i quali come scrive Gubitosa corrono il rischio di "essere soggetto passivo rispetto alle informazioni e alla tecnologia imposte dal Nord" e di essere vittima "della scelta politica di sfruttare le comunicazioni elettroniche seguendo le leggi di mercato"⁵⁷. Di conseguenza il rischio è che il settore dell'informazione si configuri come una "nuova forma di colonialismo", o ancor più grave come una "nuova dittatura dei

⁵⁶ Anche nei paesi industrializzati, come l'Italia, avvengono forme, ovviamente più blande, di *digital divide*. "la Repubblica" ha realizzato un'inchiesta sulla protesta degli utenti italiani che vivendo in piccoli comuni non possono accedere alle connessioni in banda larga: in pochi giorni sono arrivate in redazione circa 2000 mail di "cittadini che si definiscono di serie B e che per navigare devono accontentarsi dei 56k del modem analogico o rivolgersi al satellite o sperare che dalle sperimentazioni il WiMax (un super wireless in grado di coprire fino a 10 km) passi finalmente alla fase operativa". D. VULPI, *La rabbia dell'Italia senza Adsl*. "La banda larga sia un diritto", in "la Repubblica" 21 gennaio 2006, in www.repubblica.it/2005/c/sezioni/scienza_e_tecnologia/adsl/proteste1/proteste1.html

⁵⁷ C. GUBITOSA, *L'informazione alternativa*, cit., pag. 29

grandi gruppi multinazionali di telecomunicazioni”⁵⁸. Carlini avverte che:

il Nord del mondo genera e diffonde con successo la sua informazione al resto del mondo, mentre il Sud quasi non esiste. [...] c'è di peggio, perchè l'informazione che il nord diffonde con i suoi satelliti e le sue consociate in tutto il pianeta non è quasi mai quella che sarebbe utile ai paesi in via di sviluppo⁵⁹.

Dello stesso avviso Beppe Grillo che sostiene come sebbene Internet sia uno “strumento di democrazia”, nell'era della rete l'umanità si sta dividendo in tre classi: gli internauti, un miliardo di persone, gli alfabetizzati, tre miliardi di persone, gli analfabeti, tre miliardi di persone. Per questo Grillo propone tre punti fondamentali:

- *Cittadinanza digitale*. Allo stesso modo quando una persona nasce e riceve un nome dai genitori, l'ONU o l'UNESCO dovrebbero dargli il suo indirizzo e-mail e l'accesso gratuito alla Rete per tutta la vita, gratis, come accade in Svezia.
- *Computer a basso prezzo*. I computer dovrebbero costare meno e dovrebbero essere sovvenzionati dallo Stato.
- *Computer a basso impatto ambientale*. I computer diventano obsoleti ogni tre mesi e devono essere cambiati ogni tre anni. Questa velocità è pericolosa, può creare un'apocalisse ambientale. Le aziende produttrici dovrebbero essere responsabili dei computer dalla loro costruzione a loro smaltimento⁶⁰.

⁵⁸ C. GUBITOSA, *L'informazione alternativa*, cit., pag. 28

⁵⁹ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 182

⁶⁰ Fonte, www.beppegrillo.it/2005/03/digital_divide.html

2.6.2 *Software libero e open source*

Chi fa informazione alternativa adopera *software libero*, ossia programmi usabili, riproducibili senza protezione di forme di copyright e diritto d'autore. Tra questi software, alcuni sono detti *open source*, ossia ad accesso libero al codice sorgente originario; con questa espressione si intende la libertà dell'utente sia di studiare il funzionamento del software e adattarlo alle proprie esigenze, sia di distribuirne pubblicamente i miglioramenti in modo tale che tutti gli utenti ne traggano beneficio.

Due idee in linea con lo spirito originaria della rete, legata a ideali di condivisione e gratuità, ma che si scontra con le esigenze delle lobbies delle aziende produttrici, su tutte la Microsoft⁶¹ di Bill Gates, che in nome della difesa dei diritti d'autore e di proprietà vogliono mantenere segreti i metodi utilizzati per lo sviluppo di sistemi e applicazioni. *Software libero e open source* vanno oltre il concetto di libero mercato fra aziende in concorrenza per creare e poi vendere il prodotto migliore, perché ritengono un bene comune la condivisione e lo sviluppo aperto e trasparente di una scienza come l'informatica e delle tecnologia che da essa derivano. Libera circolazione e accesso al codice sorgente ovviamente non significano lavoro gratuito o assenza di profitto: nulla vieta compensi per le operazioni di copia e distribuzione o per le modifiche al software, mentre sono diffuse forme di sottoscrizioni chieste non per la copia, quanto per il gradimento del software stesso.

Il precursore del *software libero* è Richard Stallman, che nel 1983 fondò il Progetto GNU⁶² con l'intenzione di creare un sistema operativo completamente libero. Un progetto che oggi con l'aiuto di

⁶¹ www.microsoft.com

⁶² www.gnu.org

Linus Torvalds si è sviluppato in “GNU/Linux”⁶³ che da pochi anni costituisce una efficiente alternativa ai sistemi operativi commerciali e proprietari. Un successo tale che nonostante l’indiscussa leadership del sistema operativo “Windows”, del pacchetto di software “Office” e del browser “Internet Explorer” della Microsoft per l’utenza di base, ha reso “GNU/Linux” “lo standard di fatto per l’installazione e la gestione dei nodi Internet”⁶⁴ a livello server.

2.6.3 *Condivisione dei file*

Il *file sharing* è la condivisione di file all’interno di una rete comune. Tale rete permette di eseguire lo scaricamento di file contemporaneamente da più fonti che vengono cercate all’interno della rete stessa. Il *file sharing* si è diffuso rapidamente grazie alle connessioni di Internet ad alta velocità e all’invenzione di formato di file come gli MP3, per gli audio, e DivX, per i video, che permettono lo scambio gratuito di musica e film anche se coperti da copyright e diritto d’autore. La condivisione di tali materiali in genere è ritenuta illegale in tutto il mondo, e come prevedibile ha suscitato la reazione delle major discografiche e cinematografiche, e in qualche caso anche degli stessi artisti, che cercano di tutelare i dei propri diritti. Tuttavia ha acceso diverse discussioni non solo su questioni etiche, ma anche sull’impossibilità, vista la natura a-territoriale della rete, di uniformare le legislazioni vigenti nei vari paesi.

Entrare nel merito delle ragioni chi è favorevole ad un *file sharing* radicale, o all’altro estremo tende a forme rigide di tutela del diritto d’autore, non è tanto interesse di questo studio, se non nella misura in cui chiunque faccia informazione alternativa attraverso il web, non

⁶³ www.linux.org

⁶⁴ C. GUBITOSA, *L’informazione alternativa*, cit., pag. 66

può esulare da questo dibattito in quanto in un senso o nell'altro lo sviluppo di questa tecnologia sconvolgerà il nostro modo di produrre, vendere e fruire di beni di largo consumo come la musica e i film.

2.7 Blog

2.7.1 *Un fenomeno dilagante*

I blog pur essendo uno degli sviluppi più recenti della rete vengono già considerati uno degli strumenti di democrazia più popolari del web e hanno quindi un successo clamoroso: le statistiche calcolano che dai cinquanta del 1999 si è passati alla fine del 2003⁶⁵ a più di un milione di blog aperti in tutto il mondo. Il termine weblog, da cui l'abbreviazione blog, è stato creato da Jorn Barger nel 1997⁶⁶ e deriva dalla contrazione delle parole web e log, diario. Il blog è quindi un diario che grazie ad un software, i primi ad inventarne uno sono Evan Williams e Meg Hourihan⁶⁷, permette all'autore, il *blogger*, di aggiornare il proprio sito ordinando i *post*, ossia i messaggi, automaticamente in ordine cronologico senza bisogno che il *blogger* conosca il linguaggio *html* di programmazione del web. Anche la struttura della pagina del blog è elementare: al centro i *post*, ai due lati due colonne di servizio con informazioni di vario tipo come altri *link*, motori di ricerca, appelli, merchandasing o altro.

Caratteristiche semplici ed essenziali che fanno la fortuna dei blog e lo rendono un concentrato delle esigenze portate avanti da chi fa

⁶⁵ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 61

⁶⁶ Fonte, <http://it.wikipedia.org/wiki/Blog>

⁶⁷ M. DOVIGI, *WeBlog, personal publishing*, APOGEO, Milano, 2003, pag. 6

informazione alternativa e una risposta alle critiche al sistema dei media *mainstream*. I blog infatti:

- Sono democratici e pluralisti. Chiunque anche chi è digiuno da competenze informatiche, è facilmente e velocemente in grado di aprire e gestire un blog: basta accedere ad un computer e ad una connessione Internet. I software che regolano il blog, sono *free* e si trovano ormai in migliaia di portali che si occupano dell'argomento; il moto del più famoso di questi, www.blogger.com è “editoria per il popolo, grazie ad un pulsante”. Il formato diario inoltre permette sia una scrittura immediata, non formale, che da libero sfogo della propria creatività e delle proprie idee.
- Sono interattivi. Non solo ogni post del blog è commentabile, quindi chiunque lo legga può interagire direttamente con l'autore, ma anche tutti i commenti sono visionabili e commentabili a loro volta. Molti blog inoltre parlano della rete o rimandano a notizie che si trovano sulla rete attraverso link ipertestuali. Il risultato è la creazione di un tipo di comunicazione non più unidirezionale, né bidirezionale, ma reticolare; Fleishman⁶⁸ osserva che il pregio blog sta non tanto nel dare la possibilità a chiunque di aprire un diario personale, quanto piuttosto “nella catena di interazioni che spesso scatena”⁶⁹, tanto che ad esempio si sono formate “blog comunità” online in cui i blogger discutono e si confrontano. Il sistema Rss (vedi paragrafo 1.3.2), consente infatti di “ricevere e pubblicare automaticamente sul proprio sito gli Rss pubblicate da

⁶⁸ Giornalista collaboratore del New York Times ha un suo blog all'indirizzo <http://glennf.com/blog>

⁶⁹ M. DOVIGI, *WeBlog, personal publishing*, cit., pag. 48

siti o blog con cui si è gemellati, in questo modo “si creano comunità di blog, che si arricchiscono l'uno con l'altro”⁷⁰.

- Sono indipendenti. Chi scrive un blog è editore di se stesso. Non c'è quindi nessun tipo di censura che filtri i messaggi, di linea editoriale ed esigenza redazionale da seguire, di vincoli pubblicitarie da rispettare, di ansia da dati auditel o da audience da placare.

I blog riprendono anche altre caratteristiche peculiari della rete (vedi paragrafo 1.2). In primo luogo la multimedialità, sono infatti di recente invenzione: i *vlog*, un blog che utilizza filmati come contenuto principale; i *m-blog*, dove si pubblicano file audio in formato mp3 o altri formati; gli audio-blog e *podcasting*, blog audio pubblicati attraverso il Podcasting, un metodo di distribuzione di contenuti che consente di scaricare automaticamente file mp3 sui lettori portatili (iPod è appunto il nome del riproduttore di mp3 della Apple). In seconda battuta il software di gestione del blog fa sì che questo sia aggiornabile in tempo reale, e praticamente senza limiti di spazio, se il blog è di tipo testuale.

I blog riescono a unire peculiarità di altri generi comunicativi della rete, come i siti personali, i *newsgroup* e le *mailinglist*, in un unico genere, creativo e innovativo, che consente una comunicazione orizzontale, non mediata che come dice Dovigi oltrepassa “lo schema classico della comunicazione unidirezionale, mediata e filtrata, verticale dall'alto verso il basso tra chi gestisce i media tradizionali e gli utenti”⁷¹.

⁷⁰ F. CARLINI, *Il web si rinnova, con i valori originari*, cit., pag. 10

⁷¹ M. DOVIGI, *WeBlog, personal publishing*, cit., pag. XIX

2.7.2 *Le critiche*

Molti esprimono delle critiche e avanzano dei dubbi sul fenomeno blog. In primo luogo ci sono coloro che sostengono che non siano nulla di nuovo, ma costituiscano una riproposizione, con un nome fantasioso di generi già presenti nella rete. Altri criticano da un lato l'exasperazione della soggettività, del personalismo e del protagonismo di chi scrive il proprio diario online sperando così di diventare popolare, dall'altro il gusto per il voyeurismo e per l'impicciarsi nella vita altrui. Un terzo tipo di critica, probabilmente la più diffusa, riguarda invece lo scarso senso di responsabilità dei *blogger* e la poca credibilità delle notizie che diffondono. Secondo questi scrivere per sé e non per un editore e un pubblico, significa sì godere di una maggiore democrazia e libertà, ma anche avere responsabilità e vincoli etici inferiori che spesso significano la proliferazione di bufale e leggende metropolitane, o indiscrezioni e pettegolezzi che nessun altro potrebbe permettersi di pubblicare, oppure diffamazioni, illazioni e insulti gratuiti. Il che apre anche la delicata questione di trovare un equilibrio, dal punto di vista legale, tra esercizio del diritto di cronaca e di libera manifestazione del pensiero e tutela dei diritti della personalità dei singoli: se da un lato risulta arduo delimitare i confini dei primi due, dall'altro sembra difficile trovare strumenti adeguati per la tutela dei secondi. In ogni caso l'affidabilità di quanto si afferma in ogni *post* è infatti difficilmente verificabile per la vastità e varietà delle fonti e degli stessi blog. In altre parole i blog non possono offrire garanzie se non la fiducia personale tra autore e lettore; quindi da questo punto di vista non sono confrontabili con le garanzie che invece può offrire un media registrato in tribunale, con un solido editore alle spalle e realizzato con

il lavoro di una redazione che fa dell'informazione e della comunicazione il suo lavoro da professionista.

2.7.3 *Sono o non sono giornalismo? Sono o no il giornalismo del futuro?*

Il formato diario si adatta sia al racconto strettamente personale sulla propria vita, sia a forme di giornalismo amatoriale, di *personal journalism*, di *me-zine* (“riviste me”), che forniscono il più personale dei punti di vista sul mondo o su uno specifico tema. Il dibattito che divide gli esegeti dei blog, che vedono in essi un futuro più democratico del giornalismo, e i detrattori che al contrario vedono con pericolo il voler scavalcare le competenze e la professionalità dei giornalisti.

I critici sostengono che esistono standard qualitativi che i blog per la loro natura informale non possono raggiungere, a meno che non siano pubblicati da un giornalista professionista sul sito della testata per cui abitualmente lavora. Tesi riassunta dalla parole della giornalista Rebecca Blood⁷² che afferma:

l'etica giornalistica si rivolge a un ideale di imparzialità e accuratezza. Io non conosco nessun weblog personale che si avvicini a presentare una storia completa, che tenga conto di tutti i punti di vista⁷³.

Chi invece vede di buon occhio forme di giornalismo meno istituzionalizzato osserva che i blog comunque abbattano le barriere d'accesso alla professione, quindi aumentano in modo salutare il tasso di libertà del sistema. Ad esempio Parrella si spinge oltre lodando

⁷² Rebecca Blood è autrice del blog www.rebeccablood.net, e del volume *Weblog: il tuo diario online*, Mondadori, Milano, 2003

⁷³ A. PAPUZZI, *Professione Giornalista*, cit., p. 172

prima il passaggio dagli “Old Media ai New Media e oggi ai We Media”⁷⁴. Gli entusiasti poi esaltano l’interattività: Dan Gillmor, primo redattore di un giornale ad aver creato e pubblicato un blog su un giornale online⁷⁵, è convinto sostenitore del rapporto tra giornalista e lettori in quanto “i lettori nella loro collettività sanno più del giornalista”⁷⁶. Sul problema credibilità, secondo Paul Andrews⁷⁷, giornalista che ha lasciato il Seattle Times per dedicarsi al suo blog, sono “i mezzi tradizionali stanno perdendo terreno”, mentre la rete ne conquista sempre in misura maggiore perché “dà voce a molti punti di vista alternativi”; Andrews cita come esempio le proteste dei no-global a Seattle e Quebec City in cui “il punto di vista dei contestatori è stato ignorato o distorto dai servizi di radio, tv e giornali”⁷⁸.

Nel dibattito si inserisce anche una terza posizione mediana che ribadisce in primo luogo la distinzione tra giornalismo e forme di diario pubblico. Questi ultimi infatti sebbene siano interessanti, vitali e creativi per i contenuti, e costituiscano un’innovazione linguistica, tuttavia non possono essere definiti giornalismo, se questo, come scrive Carlini, è “inteso come attività specialistica, dedicata alla raccolta, selezione e proposta dei fatti in una sfera pubblica, per un fine civile”⁷⁹. Assumono invece tutte le caratteristiche della professione quei siti che pur in forma amatoriale, commentano, dibattono, offrono notizie nuove, svelano retroscena come fa qualsiasi altra redazione più qualificata. Dello stesso avviso è Doc Searls⁸⁰, del

⁷⁴ M. DOVIGI, *WeBlog, personal publishing*, cit., pag. 35

⁷⁵ <http://siliconvalley.com/dangillmor>

⁷⁶ M. DOVIGI, *WeBlog, personal publishing*, cit., pag. 49

⁷⁷ www.paulandrews.com

⁷⁸ M. DOVIGI, *WeBlog, personal publishing*, cit., pag. 43

⁷⁹ F. CARLINI, *Parole di carta e di Web*, cit., pag. 64

⁸⁰ <http://doc.weblogs.com>

Linux Journal, che propone una suddivisione tra il nuovo “*soft journalism*” e il tradizionale “*hard journalism*”; Searls ritiene inoltre che i blog si trasformeranno in preziosa e autorevole fonte di informazione e notizie specialistiche per i grandi giornalisti, in quanto “la comunità dei weblogs è essenzialmente un insieme di testimoni esperti, che aumenteranno costantemente la propria conoscenza attraverso una sorta di motore che produce affidabilità”⁸¹.

⁸¹ M. DOVIGI, *WeBlog, personal publishing*, cit., pag. 53

3. Comunicazione di pace

Il pacifismo come lo intendiamo oggi, ossia un insieme di movimenti finalizzati alla promozione della pace fra le nazioni e i popoli del mondo, è recente, nasce infatti nel Novecento in reazione e prevenzione alle guerre che hanno segnato il secolo scorso a cominciare dalle due guerre mondiali, continuando con il pericolo della guerra fredda, l'uso della bomba atomica e il Vietnam, per finire con le guerre degli anni '90, Golfo ed ex Jugoslavia, e le guerre tuttora in corso in Afghanistan e Iraq. Oggi il pacifismo è giunto nella sua fase di maturazione, tanto che il movimento come ha scritto il "New York Times" si è costituito in "superpotenza", "l'unica che contrasti il dominio unipolare degli Stati Uniti: l'unica che vuole opporsi alla "guerra permanente e globale"¹. Questa crescita scaturisce non solo dal potenziamento e dalla diffusione degli armamenti che hanno reso le guerre ancora più crudeli e distruttive, soprattutto per le popolazioni civili, ma anche al fatto che la guerra viene ormai mostrata e quindi vissuta quotidianamente attraverso i media di tutto il mondo. Paradossalmente però insieme all'aumento della quantità di informazioni sulla guerra si è sviluppata l'idea che delle guerre, delle loro cause e dei loro responsabili, del modo in cui sono combattute, delle conseguenze e di chi trae da loro giovamento, si sa sempre meno per via della propaganda e della censura. Le guerre diventano quindi non solo ingiuste e crudeli, ma anche bugiarde; e i media sono ritenuti complici, a volte involontari e impotenti, spesso consapevoli, di un'informazione o incompleta, o faziosa e filo governativa. Di questo i movimenti non possono non tenerne conto se vogliono diffondere

¹ A. MARRONE, P. SANSONETTI, *Né un uomo né un soldo: una cronaca del pacifismo italiano del Novecento*, Baldini Castoldi Dalai, Milano, 2003, pag. 8

efficacemente i propri valori. Per questo la comunicazione di pace è uno dei tanti modi di fare l'informazione alternativa in quanto con essa condivide gli stessi valori, le stesse esigenze e obiettivi e le stesse tecnologie, internet e le nuove tecnologie informatiche. Flavio Lotti, coordinatore della "Tavola della Pace"², la rete a cui aderiscono associazioni, sindacati, organismi laici e religiosi ed Enti Locali di tutte le regioni italiane, spiega che:

i signori della guerra e del terrorismo hanno trasformato l'informazione in campo di battaglia, e i pacifisti o costruttori di pace [...] non possono limitarsi a denunciare questo fatto [...]; è evidente che per imporre la propria agenda e la propria volontà hanno bisogno di controllare, limitare o condizionare il più possibile i grandi mezzi di comunicazione, perché è il solo modo che hanno per definire la cosiddetta narrazione dominante³.

3.1 Movimenti pacifisti

3.1.1 Dalle origini sino alla seconda guerra mondiale

Pur essendo la storia di un'insieme di movimenti variegati che partono da idee e scuole di pensiero lontane fra loro o da contesti storici differenti, i pacifisti sono uniti nel ritenere la pace un bene irrinunciabile per l'umanità e la corsa agli armamenti un pericoloso percorso che porta inevitabilmente a guerre sempre più efferate. Se i movimenti hanno un secolo circa di vita, tuttavia nella tradizione del pensiero occidentale il concetto di pace risale a tradizioni più antiche a

² www.tavoladellapace.it

³ Frasi pronunciate da Lotti durante i lavori della tavola plenaria del "Convivio dei popoli", vedi "Appendice A", Estratti del seminario "Convivio dei popoli" dedicato al tema "comunicare la pace", pag. 156.

partire da quelle biblica ed evangelica che influenzano, anche se secondo varie interpretazioni, il pensiero cristiano, continuando con il razionalismo d'età illuminista, e finendo nell'800 da un lato con il socialismo e il comunismo, dall'altro con un pensiero di matrice liberale e borghese frutto di un'ideologia del progresso di stampo positivista. Il pacifismo ha quindi molti padri, perciò la definizione di cosa è pace e soprattutto fino a che punto una guerra può considerarsi giusta è una questione ampiamente dibattuta e in perenne evoluzione; per citare un esempio banale, molti pacifisti ritengono che una guerra come quella contro Hitler e il nazismo, o la guerra di resistenza o ribellione contro un dittatore non solo legittime, ma anche doverose.

In Italia vengono considerati capostipiti del pacifismo Andrea Costa, il primo deputato socialista del parlamento italiano che nel 1887 si oppone alla Guerra d'Africa, e Teodoro Moneta, nel 1907 l'unico italiano premio Nobel per la pace, l'ideatore dei primi Congressi Nazionali per la pace, che però in nome del patriottismo si schiera a sostegno delle posizioni interventiste sia durante la guerra in Libia del 1911 che la prima guerra mondiale. Dopo la Grande guerra, definita da papa Benedetto XV "l'inutile strage", si diffonde anche in Italia l'idea portata avanti durante la costituzione della Società delle Nazioni, voluta dal presidente americano Woodrow Wilson, che pur non condannando la guerra in sé, ma solo quella ingiusta e aggressiva, per la prima volta nella storia afferma la pace come lo strumento più moderno per mantenere i rapporti fra gli Stati. Nonostante le buone intenzioni, la pace sancita dalla Società delle Nazioni assomiglia più ad una tregua momentanea e fragile minata dal succedersi degli eventi che portano alla seconda guerra mondiale: a cominciare dalla Rivoluzione d'Ottobre e la costituzione dell'Unione Sovietica, vista dai comunisti di tutto il mondo come la realizzazione di quella

rivoluzione armata e della lotta di classe che per loro costituirebbe lo strumento più efficace per raggiungere il fine ultimo della pace e della giustizia sociale; continuando con le dittature e i nazionalismi come il ventennio Fascista, la salita al potere di Hitler, la guerra civile spagnola e l'ascesa di Franco; la crisi economica, la depressione americana del '29, la disoccupazione infine portano ovunque insicurezza sociale, insoddisfazione e voglia di riscatto. Il pacifismo in questo contesto storico è allora momentaneamente messo da parte dalla priorità e dall'urgenza della vittoria, della Resistenza e quindi della fine della guerra.

3.1.2 Dopo Auschwitz e Hiroshima

Dopo sei anni di conflitto mondiale, dopo la Shoah e le bombe atomiche a Hiroshima e Nagasaki, se da un lato emerge fortissima e unanime l'idea di pace come un bene assoluto e vitale, dall'altro c'è la consapevolezza che il raggiungimento della pace è inevitabilmente legato alla guerra fredda e alla corsa agli armamenti nucleari. Per la prima volta nella sua Storia l'umanità è conscia che un nuovo conflitto a causa degli armamenti nucleari che annienterebbe l'intera umanità. In questo clima i leader delle nazioni vincitrici cercano di dare una svolta alla politica internazionale e alle relazioni fra Stati. Nel giugno del 1945, due mesi prima di Hiroshima, nasce l'ONU nel cui statuto è sancito l'impegno a “riaffermare la fede nei diritti fondamentali dell'uomo, nella dignità e nel valore della persona umana nella dignità e nel valore della persona umana, nell'uguaglianza dei diritti degli uomini e delle donne e delle nazioni grandi e piccole”⁴. Allo stesso modo gli Stati che in quegli anni si ricostruiscono e si danno un nuovo

⁴ Fonte, http://it.wikisource.org/wiki/Statuto_delle_Nazioni_Unite#Preambolo

ordinamento affermano principi simili a quelli dell'articolo 11 della Costituzione italiana:

l'Italia ripudia la guerra come strumento di offesa alla libertà degli altri popoli e come mezzo di offesa alla risoluzione delle controversie internazionali; consente, in parità con gli altri Stati, alle limitazioni di sovranità necessarie ad un ordinamento che assicuri la pace e la giustizia fra le nazioni; promuove e favorisce le organizzazioni internazionali rivolte a tale scopo⁵.

La pace affermata nel dopo guerra non solo assume il significato che aveva sempre avuto di “negazione e assenza della guerra”, ma anche quello di giustizia sociale, di diritti umani. Da qui viene redatta nel 1948 la Dichiarazione Universale dei diritti umani, grazie alla quale tutti i paesi del mondo dispongono per la prima volta di un codice internazionale che mette per iscritto idee e volontà sia degli Stati, e della politica, sia degli individui. Sono quindi definiti e classificati comportamenti, metri di giudizio, strumenti e parametri che “esigono dai governi azioni di un certo tipo e allo stesso tempo legittimano gli individui a levare alta la voce se qui diritti non vengono rispettati”⁶.

Sebbene questi principi proclamati dalla politica e dalle istituzioni siano largamente condivisi, la Storia insegna come la loro applicazione sia quanto mai lontana e difficile. Di ciò sono consapevoli i movimenti per la pace che dopo la seconda guerra mondiale iniziano a mobilitarsi per scongiurare un nuovo conflitto. Semplici cittadini, intellettuali, artisti, scienziati di tutto il mondo aderiscono alle richieste di disarmo nucleare dando vita a movimenti,

⁵ A. CELOTTO, *Costituzione annotata della Repubblica italiana*, Zanichelli, Bologna, 2003, pag.

7

⁶ A. CASSESE, *I diritti umani oggi*, Editori Laterza, Roma - Bari, 2005, pag. 4

associazioni, organizzazioni, comitati che promuovono sia i valori della pace che l'impegno per il disarmo. Alcuni di essi riescono a portare avanti le loro iniziative in modo organico, ma solo seguendo l'attualità del momento, quindi nel breve periodo e per singole cause. Poche organizzazioni infatti riescono a porsi come interlocutori seri, obiettivi e stabili, per i media e l'opinione pubblica, ad esempio a livello internazionale ci riescono Amnesty International⁷ e Human rights Watch⁸, che denunciano violazioni di diritti umani nel mondo, o in Italia negli ultimi anni Emergency. Nel lungo periodo invece intervengono i grandi movimenti di massa che per loro natura sono sì più articolati, ma anche più disomogenei e dispersivi, perciò solo a ondate alterne riescono a fare da contraltare alle lentezze e alle carenze della politica internazionale. La diffusione e la sensibilizzazione ai valori di pace sull'opinione pubblica infatti ha maggiore presa soprattutto in reazione a grandi eventi come in passato la guerra in Vietnam, o oggi la guerra in Iraq.

3.1.3 Pacifismo in Italia

In Italia alcuni eventi per la loro portata storica e simbolica sono considerabili tappe della storia dei movimenti della pace. Nel 1949 la CGIL guidata da Giuseppe Di Vittorio inventa lo "sciopero alla rovescia": astenersi dal lavoro per svolgere opere di pubblica necessità e cercare di conseguire un pagamento. A partire dagli anni '50 Danilo Dolci porta questi metodi in Sicilia dove fa della nonviolenza e dell'educazione alla pace un concreto strumento di lotta alla mafia e alla povertà. Il 24 settembre 1961 Aldo Capitini, organizza la prima "Marcia per la pace e la fratellanza fra i popoli" da Perugia ad Assisi a

⁷ www.amnesty.it

⁸ www.hrw.org

cui parteciparono decine di migliaia di persone dei più vari orientamenti politici, è la prima volta che si vedono le bandiere arcobaleno. Gli anni '60 don Lorenzo Milani, un parroco di provincia, influenza profondamente con i suoi scritti e i suoi metodi educativi il dibattito sull'introduzione dell'obiezione di coscienza al servizio militare; il suo sostegno agli obiettori gli costerà un processo. Nel 1967 sulla scia di analoghe manifestazioni in tutto il mondo anche in Italia una marcia contro la guerra nel Vietnam e contro l'appoggio del governo italiano agli Usa, attraversa la penisola per concludersi a Roma davanti a Montecitorio.

Dopo le contestazioni del '68, dopo gli "anni di piombo" segnati in Italia dal terrorismo, dalle stragi e dalle brigate rosse, dopo la crisi petrolifera e la sconfitta americana in Vietnam, la fine degli anni '70 e la prima metà degli anni '80, sono animate dal movimento contro il nucleare, inteso come opposizione sia alle centrali energetiche che alle basi militari che ospitano armamenti nucleari o missilistici. La prima di una lunga serie di manifestazioni e proteste è quella del 1977 in cui i manifestanti antinucleari costituiscono un blocco ferroviario nella stazione di Capalbio (GR) per protestare contro il progetto di costruzione nella zona di ben quattro centrali nucleari; dal 1981 500 comuni, la Provincia di Trento e le Regioni Valle d'Aosta, Piemonte, Toscana, Umbria e Calabria, si dichiarano "denuclearizzati", cioè non disponibili ad esser sede di basi atomiche; nel 1981 iniziano le proteste contro l'installazione di 112 missili Cruise, a testata nucleare, nei pressi di Comiso (RG): manifestazioni in tutta Italia, il primo convegno nazionale dei comitati per la pace, contestazione al presidente americano Reagan in visita a Roma, costituzione dell'International Meeting Against Cruise (IMAC), il 22 ottobre '83 a Roma si riunisce la più grande manifestazione per la pace fino ad

allora organizzata; sebbene il movimento pacifista a favore del disarmo sia numeroso e ben organizzato rispetto al passato, non riesce a cambiare le decisioni della politica e il Parlamento conferma l'installazione dei missili a Comiso. Per un ripensamento delle politiche italiane sul nucleare, se non quello militare almeno quello civile, bisognerà aspettare il disastro di Chernobyl e il referendum del 1987 con cui l'Italia abbandona il ricorso al nucleare come forma di approvvigionamento energetico.

Dopo le mobilitazione contro il nucleare, il movimento pacifista si sfalda per lasciare il posto alle singole iniziative delle singole associazioni, organizzazioni e comitati che invocano la pace, difendono i diritti umani o operano in zone di crisi come durante lo scoppio della prima Intifada tra Israele e Palestina, gli scontri di piazza Tienanmen a Pechino, il crollo del muro di Berlino e dell'Unione Sovietica, la prima guerra del Golfo, la guerra nella ex Jugoslavia. In tutte queste vicende il movimento pacifista non riesce a fare breccia nell'opinione pubblica italiana se non occasionalmente, nelle fasi più concitate del singolo conflitto o vicenda. In almeno due casi poi è nettamente in opposizione rispetto alla maggioranza del paese: la prima guerra del Golfo, sostenuta da una larghissima coalizione internazionale appoggiata anche dal Partito Comunista Italiano che quindi per la prima volta non appoggia, né a livello politico né organizzativo, il movimento pacifista, e la missione NATO in Kosovo sostenuta dal governo D'Alema di centrosinistra e dall'opposizione di centrodestra; in entrambi i casi solo il Vaticano e l'estrema sinistra sono contrari all'intervento armato.

3.1.4 *Pacifismo oggi*

Il movimento pacifista torna forte e vitale in Italia e in tutto il mondo con la guerra in Iraq, il 15 febbraio 2003 in oltre 300 città del mondo manifestano 110 milioni di persone⁹. Il movimento però è “rinato” qualche anno prima con l’inizio della contestazione no-global: “un altro mondo è possibile” è lo slogan racchiude i valori di pace e la richiesta del disarmo alla contestazione al liberismo economico portatore di ricchezza per pochi e di iniquità, blocco dello sviluppo e discriminazione per molti. Come riassume Zolo commentando i dati del Human Development Report¹⁰ delle Nazioni Unite, la globalizzazione economica porta “un aumento assoluto della povertà in talune aree continentali, fenomeni generali come la crescente divaricazione fra una ristretta minoranza di paesi ricchi e potenti e una grande maggioranza poveri e deboli, l’aumento della disoccupazione in tutti i paesi”¹¹.

In questo contesto la decisione dell’amministrazione americana guidata da George W. Bush di combattere in Iraq diventa il simbolo dell’arroganza dei potenti, dell’ipocrisia di chi parla di “esportare la democrazia” e invece usa le armi per curare i propri interessi, di chi non condivide le decisioni che toccano tutto il mondo ma decide da solo. Chi dice no alla “guerra preventiva” ideata dagli Usa come risposta al terrorismo internazionale dopo l’11 settembre, chi pensa ad una globalizzazione dal volto umano improntata sul multiculturalismo, sul dialogo quale unica “arma” efficace nel risolvere le controversie e i problemi “globali”, trova nel pacifismo una sintesi di idee che hanno

⁹ Fonte, www.repubblica.it/online/politica/noguerradue/mondo/mondo.html

¹⁰ <http://hdr.undp.org>

¹¹ D. ZOLO, *Globalizzazione: una mappa dei problemi*, Editori Laterza, Roma - Bari, 2004, pag.

origini molto differenti come quelle che vanno dal cristianesimo sociale, al “vecchio ceppo comunista, o anarchico, o socialista”¹².

La convergenza tra no-global e pacifismo è la svolta rispetto agli anni '90 che come dice Diamanti trasforma “l’opinione pubblica in un attore, un protagonista della scena politica mondiale”¹³. Tanto che i movimenti e le contestazioni di piazza sono riusciti ad ottenere dei risultati concreti, per quanto non soddisfacenti, come ritardare l’inizio dell’intervento in Iraq annunciato da almeno sei mesi facendo pressione da un lato affinché fossero prolungate le indagini degli ispettori dell’ONU sulle armi di distruzione di massa di Saddam Hussein, e dall’altro ha costretto i governi americano e inglese a cercare, senza poi riuscirci, una legittimazione della guerra presso le Nazioni Unite.

3.2 Comunicare la guerra

Quanto accade in Iraq mostra tutti i giorni come tutto ciò che riguarda l’informazione di guerra incontri alterazioni, smentite, censure, o più semplicemente ostacoli pratici e tecnici a tutti i livelli della costruzione della notizia a partire dal rapporto con le fonti ufficiali e non, fino alle forme e alle tecniche di rappresentazione della notizia. Pur allestendo un’informazione costruita su migliaia di immagini, interviste, commenti, i media non sembrano offrire un’informazione completa ed esaustiva. Ciò appare un paradosso pensando che mentre da un lato i media tradizionali lavorano qualitativamente meglio rispetto a pochi anni fa e le tv satellitari, internet e persino i telefoni cellulari, allargano notevolmente il canale

¹² A. MARRONE, P. SANSONETTI, *Né un uomo né un soldo*, cit., pag. 10

¹³ R.REALE, *Non sparate ai giornalisti*, Nutrimenti, Roma, 2003, pag. 9

in cui passano le comunicazioni, dall'altro invece non è altrettanto migliorata la qualità dell'informazione. In altre parole, all'aumento negli ultimi anni delle più raffinate le tecnologie a disposizione dei media, in eventi come i conflitti armati non corrisponde una parallela crescita del sapere su quanto realmente accade. Dice il sociologo Zygmunt Bauman che “la tanto decantata esplosione dell'informazione è un pericolo per l'umanità, e non fa presagire niente di buono per la comunità umana” perchè “invece di facilitare la comprensione, l'aumento dell'informazione rischia di renderla ancora più difficile”¹⁴. Il giornalista polacco Ryszard Kapuściński è dello stesso avviso quando, parlando delle manipolazioni subite ed effettuate dai media in tempo di guerra, fa notare che “dallo sviluppo dei media nella seconda metà del XX secolo, stiamo vivendo due storie diverse: quella vera e quella creata dei media”¹⁵. Il lavoro del giornalista inoltre è tanto più arduo quanto la delicata responsabilità verso il lettore e l'opinione pubblica assume negli ultimi anni un valore maggiore fino a trasformare i media in uno degli attori protagonisti dell'evento bellico.

3.2.1 Le fonti in tempo di guerra

La prima difficoltà è quella legata all'indipendenza dei giornalisti da governi, politica, proprietari, pubblicitari che li finanziano (già vista nel paragrafo 2.4.1), soprattutto nel loro rapporto e nella gestione delle fonti. Per ragioni imputabili alla sicurezza nazionale e alla strategia militare, oltre che alla convenienza politica e alla propaganda, le fonti ufficiali e governative da una parte non

¹⁴ Z. BAUMAN, *Noi spettatori del male*, “la Repubblica” del 29/03/2004, disponibile in www.archiviostampa.it/it/articoli/art.aspx?id=3222

¹⁵ R. KAPUŚCIŃSKI, *Il cinico non è datato a questo mestiere*, Edizioni e/o, Roma, 2000, pag. 109

gradiscono né la ricerca di altre verità, né i dubbi e le domande scomode e nemmeno l'ammissione dei propri errori, dall'altra invece o cercano la collaborazione e il favore dei giornalisti, o li mettono nelle condizioni di non poter completare il loro lavoro con altre fonti d'informazione. Per questo il commando della missione americana in Iraq ha allestito il suo centro stampa ufficiale a Doha, nel Qatar, lontano più di mille chilometri da Bagdad e da qualsiasi altro tipo di informazione di matrice non americana. Donald Rumsfeld, segretario alla Difesa, giustifica inoltre la carenza di informazioni ai media dicendo ai giornalisti: "non potete pretendere la verità perché anche gli iracheni vedono le nostre conferenze stampa"¹⁶.

Un esempio di come bisogna esser ipercritici sulle fonti è la vicenda di sette giornalisti italiani che, ad inizio della guerra in Iraq, alla ricerca di notizie sulla presa della città di Bassora annunciata dal commando americano, si ritrovano in centro città dove vengono circondati e arrestati da militari del partito Baath, la formazione politica di Saddam Hussein. Diventano così la testimonianza vivente della falsità della notizie diffuse in Occidente a tal punto tanto da chiedere di essere rilasciati con la promessa di sbugiardare gli Usa sui giornali di tutto il mondo.

3.2.2 *Patriottismo informativo*

Secondo problema è costituito dagli inviati *embedded*, corrispondenti di guerra a seguito dagli eserciti, che finiscono per raccontare solo l'unica versione dei fatti che così vedono, ossia quella dei militari che li guidano e proteggono. Tale pratica in teoria dovrebbe nascere per aiutare i giornalisti che per ovvie ragioni sono

¹⁶ Frase riportata da Lorenzo Bianchi, inviato in Iraq de "il Resto del Carlino" durante lezione universitaria del corso "Media & conflicts in Medio oriente" tenutasi il 18 febbraio 2005

impossibilitati a raggiungere e a scrivere dal fronte, e quindi si fanno scortare, tuttavia le amministrazioni sfruttano questo fatto per controllare i giornalisti e il loro lavoro. Dice Giovanna Botteri, inviata del tg3¹⁷ in Iraq, che i giornalisti delle principali testate americane “hanno cappelli tagliati a spazzola, divise militari, tatuaggi militari ... è quasi impossibile distinguerli dai marines veri ... non hanno mai incontrato un iracheno”¹⁸; e aggiunge Micheal Wolff, del magazine New York¹⁹, che “i giornalisti *embedded* vedono solo una ristrettissima parte di ciò che accade e la copertura delle TV in realtà dà l’impressione che nessuno sappia ciò che sta accadendo”²⁰.

Kapuściński osserva come per fornire un certo taglio, o un certo contesto alla notizia, si possa ometterla, censurarla:

il problema della radio e della televisione è che non c’è bisogno di mentire: ci si può limitare a non riflettere la verità. Il sistema è molto semplice: omettere l’argomento. [...] si tratta di un’arma fondamentale nella costruzione dell’opinione pubblica. Se non parliamo di un evento esso semplicemente non esiste²¹.

Il risultato di queste pratiche è che l’opinione pubblica, che nei paesi democratici dovrebbe dare il suo consenso o dissenso alla guerra, non può farsi un’idea di quanto accade realmente durante il conflitto perché rischia di esser vittima di quello che Reale definisce “patriottismo informativo”, una pratica molto lontana dal compito originario del giornalismo di raccontare i fatti.

¹⁷ www.tg3.rai.it

¹⁸ R.REALE, *Non separate ai giornalisti*, cit., pag. 56

¹⁹ www.newyorkmetro.com

²⁰ R.REALE, *Non separate ai giornalisti*, cit., pag. 57

²¹ R. KAPUŚCIŃSKI, *Il cinico non è datato a questo mestiere*, cit. pag. 56

3.2.3 *Giornalismo indipendente*

Cosa succede a chi cerca di non aderire al giornalismo *embedded*? In primo luogo il commando americano ritiene il corrispondente alla stregua di un intruso, che sta dove non dovrebbe stare. Lo dimostrano le parole di Victoria Clarke, portavoce del Pentagono che replica con un “non spetta a noi proteggere i giornalisti”, alle pesanti accuse lanciate da tutti i testimoni oculari di aver preso “deliberatamente e senza preavviso i giornalisti come bersaglio bellico”²², al carro armato americano che spara colpi verso l’hotel dei giornalisti a Baghdad, il “Palestine”, uccidendo due reporter.

Allo stesso modo il giornalismo indipendente non è gradito, come mostra ancora il sospetto e fastidio che gli Usa riservano alle emittenti Al- Arabiya, Abu Dhabi TV e soprattutto Al-Jazeera, che pur con il loro discutibile stile aggressivo, hanno il pregio di fornire per la prima volta un punto di vista indipendente e democratico sul mondo arabo. Valeriani sostiene infatti che le emittenti arabe conducono verso la fine del “monopolio sulla narrazione delle vicende internazionali e quindi sulla verità”²³ delle *news organization* dell’Occidente. Una novità che non viene apprezzata, ma al contrario viene ostacolata e screditata da parte di chi vuole esportare solo la propria visione dei fatti e della democrazia.

3.2.4 *La fabbrica delle notizie*

Se la pratica del giornalismo *embedded* è a volte duramente contestata, essa perlomeno è palese, il problema sorge invece quando ci sono sospetti sulla pressione indiretta esercitata da governi e fonti ufficiali, o sorge anche solo il dubbio di una collusione nascosta tra il

²² R.REALE, *Non sparate ai giornalisti*, cit., pagg. 40-41

²³ A. VALERIANI, *Il giornalismo arabo*, Carocci, Roma, 2005, pag. 103

giornalista e la sua fonte, o ancora più grave quando ci sono elementi per ritenere che le amministrazioni costruiscano direttamente le notizie.

Riguardo i primi due casi e tornando all'inizio della guerra in Iraq, molti rivolgono ai giornalisti l'accusa di non aver esaminato criticamente le notizie, di non aver indagato sull'inconsistenza e la falsità delle denunce e dei dossier utilizzati dell'amministrazione americana e inglese per dimostrare che Saddam Hussein fabbricasse armi di distruzione di massa e che quindi la guerra fosse giustificabile agli occhi dell'opinione pubblica mondiale. Il giornalista britannico John Pilger²⁴ citando una ricerca condotta dalla Scuola di Giornalismo di Cardiff secondo cui "il 90% delle notizie diffuse dalla BBC²⁵ sul tema delle armi di distruzione di massa irachene suggerivano che Saddam le detenesse realmente", afferma che al contrario "l'uso delle armi vietate dagli americani e dai britannici in Iraq non abbia trovato spazio come notizia"²⁶. Alcuni giornali però ammettono i propri errori: nel maggio del 2004 New York Times²⁷ si è scusato per l'infondatezza degli articoli scritti da Judith Miller, una delle sue firme più prestigiose, che prima della guerra appoggia l'intervento in Iraq sulla base di notizie provenienti da fonte interna alla Casa Bianca che parlavano di acquisto in Niger da parte di Saddam Hussein di parecchie tonnellate di uranio "yellowcake", che servire per fabbricare armi nucleari. Il risultato comunque è che il giornalismo così non adempie, per qualcuno tradisce il senso della professione, in quanto

²⁴ www.johnpilger.com

²⁵ <http://news.bbc.co.uk/>

²⁶ Fonte,

www.nuovomondimedia.com/sitonew/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=1593&topic=56

²⁷ Fonte, italy.peacelink.org/mediawatch/articles/art_5229.html

non offre alcun tipo di vaglio critico a sé stesso e ancora più grave al lettore, e si trasforma in cassa di risonanza delle informazioni e della politica di chi come il presidente americano Bush e il premier inglese Blair sostiene la necessità della guerra.

In merito all'accusa di fabbricare notizie i giornali americani ai primi di dicembre del 2005 diffondono la notizia secondo cui il Pentagono per migliorare la sua immagine in Iraq avrebbe pagato alcuni giornali iracheni per pubblicare notizie favorevoli alle truppe statunitensi in Iraq; il New York Times cita un'agenzia di relazioni pubbliche di Washington, la Lincoln group, che incaricata di tradurre in arabo articoli scritti da funzionari dell'esercito per pubblicare sui giornali arabi²⁸. Le notizie sono state scritte direttamente da uomini di fiducia del Pentagono. Lapidario il commento del Washington Post²⁹, secondo cui non bisogna stupirsi più di tanto dal momento che “abbiamo a che fare con un'amministrazione che non esita a fare lo stesso in patria. Il nostro governo ha dimostrato un grande disprezzo per la stampa, la popolazione e la stessa idea di democrazia in Iraq”³⁰.

3.2.5 *Il linguaggio*

I problemi dell'informazione di guerra riguarda anche le modalità in cui le notizie sono riportate, un tipico caso in cui attraverso un lavoro sulla forma si arriva a mutare la sostanza dei fatti. Sono infatti in molti a sostenere che, soprattutto durante il corso dei conflitti, il significato di alcune parole viene cambiato, alterato per rendere più facile l'accettazione di fatti, eventi, decisioni e regole che altrimenti non sarebbero gradite all'opinione pubblica. Gubitosa spiega come

²⁸ Fonte, www.internazionale.it/home/primopiano.php?id=11134

²⁹ www.washingtonpost.com

³⁰ Fonte, www.internazionale.it/home/primopiano.php?id=11134

alcuni giornalisti facciano un “uso improprio del linguaggio” che a volte diventa una trappola semantica per cui, ad esempio, “gli iraqeni erano prigionieri di guerra, gli americani erano ostaggi, la contraerea sparava i suoi missili, le bombe (americane) cadevano quasi con fatalità”³¹. Allo stesso modo Robert Fisk facendo riferimento all’uso di espressioni come “fuoco amico” quando per errore si uccide o ferisce un alleato, “danni collaterali” quando si colpiscono popolazioni civili o bambini, o ancora l’attribuzione dell’etichetta “terroristi” solo ai combattenti nemici e di isolati “estremisti” o “fanatici” a quelli amici, scrive che:

il linguaggio, l’uso delle parole, dovrebbe liberarci. Ma noi giornalisti oggi usiamo le parole per imprigionare i nostri lettori, per trasformare gli avvenimenti più complessi della storia in una tavoletta semplice e facile da digerire, con tanto di buoni e cattivi, scelti per noi dai governi occidentali, e in un assortimento di valori morali che sembra tirato giù dallo scaffale di un supermercato³².

3.2.6 *La logistica e la sicurezza personale*

Altra questione è quella inerente le difficoltà logistiche e dei problemi di sicurezza personale di chi fa informazione di guerra. Lavorare dove si spara e cadono le bombe è non solo pericoloso, ma tecnicamente arduo. Ogni anno decine di giornalisti muoiono, rischiano la vita o il sequestro di persona, il carcere e le torture; secondo i dati diffusi da Reporters Sans Frontières nel 2005 sono stati

³¹ Frasi pronunciate da Gubitosa durante i lavori della tavola plenaria del “Convivio dei popoli”, vedi “Appendice A”, Estratti del seminario “Convivio dei popoli” dedicato al tema “comunicare la pace”, pag. 154.

uccisi 68 giornalisti, che quindi è stato l'anno più sanguinoso per la professione dal 1995³³. Pensare ai rischi che corre il giornalista, non bisogna però fermarsi alle zone di guerra in senso stretto, ma anche ad esempio alla lotta contro la mafia: molti giornalisti sono morti o hanno rischiato la vita in Italia per denunciare o indagare con coraggio ed onestà seguendo le proprie idee e opinioni.

A proposito del giornalismo di guerra ancora una volta la situazione iracheni è esemplificativa: in Iraq il giornalista occidentale è considerato alla stregua di un nemico, perciò è costretto a limitare al massimo le uscite dall'Hotel "Palestine", quando esce usa piccoli accorgimenti tipo barba finta e keffiah e si serve di interpreti e informatori locali, che non bastano come è evidente dai numerosi giornalisti sequestrati e uccisi, dall'inizio della guerra; oppure è obbligato a lavorare al "Palestine" servendosi di televisioni, agenzie online, informazioni di collaboratori, ma rinunciando alla propria testimonianza, alla verifica diretta di quanto si scrive. La corrispondenza di guerra rischia in questo modo di trasformarsi da un lavoro d'inchiesta e di documentazione, ad uno da scrivania. Un problema che è ancora più grave per conflitti che a differenza dell'Iraq, non sono coperti e seguiti dai media di tutto il mondo, ma restano "dimenticati" oscuri all'opinione pubblica mondiale, come le guerre africane o asiatiche.

Come riuscire allora a svolgere al meglio proprio mestiere? L'unica risposta possibile è che il giornalismo ha una responsabilità ancora maggiore e come dice Lorenzo Bianchi, inviato in Iraq per il

³² R. FISK, *Notizie dal fronte: dall'Afghanistan all'Iraq, le cronache di un grande corrispondente di guerra*, Fandango, Roma, 2003, pag. VI - VII

³³ Fonte, <http://www.repubblica.it/2006/a/sezioni/esteri/giornalistisf/giornalistisf/giornalistisf.html>, del 4 gennaio 2006

“Resto del Carlino”³⁴, “non ci si deve arrendere, i rischi vanno corsi, non si può abbandonare l’Iraq a sé stesso, non è giusto spegnere la luce sull’Iraq”³⁵.

3.2.7 I valori: “*bad news is a good news*”

Uno dei valori impliciti del giornalismo è che “*bad news is a good news*”, ovvero le notizie drammatiche e tragiche sono più interessanti delle buone notizie. Ovviamente questo è più evidente durante un conflitto, dove però il rischio è che il racconto dell’inviato si perda negli elementi più spettacolari dell’evento a scapito delle notizie realmente rilevanti. Le televisioni hanno una grande responsabilità in questo, perché le immagini per loro natura tendono a enfatizzare gli aspetti spettacolari della guerra con il rischio che sembri più simile a un videogioco che alla realtà. A questo proposito Duilio GianMaria, inviato del tgl³⁶, fa notare che gli episodi più violenti “come pillole avvelenate nei nostri cervelli”³⁷ per la loro crudezza rendono difficoltosa la capacità di ragionare, di approfondire, di elaborare distinzioni e definizioni su quanto accade.

Questo accade sia per i fatti e i conflitti più seguiti o più conosciuti, come le crisi del Medio Oriente, sia per guerre dimenticate come le guerre africane di cui solo sporadicamente viene data un tipo di informazione che senza alcun tipo di approfondimento tiene conto solo delle “*bad news*”. Il giornalista irlandese Fergal Keane

³⁴ <http://ilrestodelcarlino.quotidiano.net/>

³⁵ Frase pronunciata da Bianchi durante lezione universitaria del corso “Media & conflicts in Medio oriente”, 18 febbraio 2005

³⁶ www.tgl.rai.it

³⁷ Frase pronunciata da Gianmaria durante una tavola rotonda “*PEACENEWS - Tavola rotonda sulla comunicazione tra guerra e pace*”, all’interno del seminario “Convivio dei popoli”, 15 ottobre 2004

descrivendo il modo in cui i media occidentali coprono le notizie dall’Africa, parla di “giornalismo asettico” che segue “le piste degli orrori ma è carente in fatto di analisi e non contestualizza storicamente gli eventi” e questo perché i media si interessano all’Africa solo quando:

le notizie dei massacri cominciano a circolare, arrivano le telecamere e concentrano l’attenzione quasi esclusivamente sul conto dei cadaveri e sulle gravi condizioni dei superstiti. [...] i fattori politici, sociali e psicologici che hanno avuto il loro peso sugli eventi vengono scarsamente indagati³⁸.

Al giornalismo invece spetta il compito di farsi carico della riflessione e della ponderazione mettendo la tecnologia, vecchia e nuova, non al servizio di un falso approfondimento, soprattutto televisivo, fatto di spettacolo, protagonismo e individualismo, ma a quello delle regole della buona informazione: completezza, approfondimento e contesto della notizia e pluralismo delle fonti.

3.3 Comunicare la pace

3.3.1 Cosa vuol dire comunicare la pace

Comunicare la pace assume almeno tre significati, inscindibili l’uno dall’altro. In primo luogo la denuncia di tutto quanto accade nel mondo che causa, consegue e concerne tutte le guerre, comprese quelle dimenticate che di solito sfuggono ai media *mainstream*. Non solo limitandosi all’andamento dei fatti e all’approfondimento delle tematiche, ma anche, visto i problemi sopraelencati dell’informazione

³⁸ F. KEANE, *Stagione di sangue: un reportage dal Ruanda*, in T. George, *Hotel Rwanda*, Feltrinelli, Milano, 2005, pag. 15

di guerra, monitorando il modo in cui i media parlano e partecipano ad essa. Secondo, come dice don Luigi Ciotti “alle parole che preparano e giustificano la guerra bisogna opporre quelle che costruiscono la e rafforzano la pace”³⁹, e quindi diffondere le idee, i valori e le iniziative che portano alla pace. I media solitamente non parlano di questi argomenti, chi se ne occupa non fa notizia, per questo la comunicazione di pace deve supplire questa carenza. Chi fa comunicazione di pace infine racconta un’altra prospettiva, quella diversa da noi, ad esempio, seguendo le parole di padre Alex Zanotelli, quella “dei cinque miliardi di poveri del pianeta, quella della metà della popolazione mondiale vive con meno di due euro al giorno” e che, “incredibile”⁴⁰, è ignorata dalla stampa.

Da questi tre significati si comprende meglio il già accennato (vedi paragrafo 3.1.4), legame tra pacifismo e contestazione alla globalizzazione. Dal momento che la pace assume in senso lato il valore di giustizia sociale, essa comprende anche il non chiudere gli occhi su quanto accade nel mondo di ingiusto, non equilibrato. Tuttavia come afferma Zolo la direzione assunta dalla globalizzazione non è un processo irreversibile, così come non sono senza ritorno altri fenomeni che riguardano *in primis* a livello economico il mondo della finanza, del mercato del lavoro, dello “Stato sociale e la sua trasformazione in uno Stato penale”, in secondo luogo la cultura e il settore delle comunicazioni e “l’egemonia planetaria di cui godono i grandi mezzi di comunicazione di massa occidentali”, terzo la politica e “l’erosione della sovranità di piccoli Stati e medi e la concentrazione

³⁹ F. MORRONE, *Regaliamoci la pace: conversazione con Tiziano Terzani e quindici contributi per una cultura di pace*, Nuovi Mondi, Milano, 2002, pag. 54

⁴⁰ Frase pronunciata da Zanotelli durante una tavola rotonda “PEACENEWS - Tavola rotonda sulla comunicazione tra guerra e pace”, all’interno del seminario “Convivio dei popoli”, 15 ottobre 2004

del potere e della ricchezza ai vertici della gerarchia mondiale dominata dalle maggiori potenze industriali”, infine la “deriva della privatizzazione del diritto internazionale” e la mutazione della guerra moderna in guerra globale e la devastazione del diritto e delle istituzioni internazionali”⁴¹. È allora compito dei movimenti della pace, della società civile, farsi carico e operare in modo che questa tendenza e questi processi siano prima denunciati e poi invertiti perché come sottolinea Mao Valpiana, direttore della rivista “Azione nonviolenta”⁴² fondata da Aldo Capitini nel ’64:

nel comunicare c’è anche l’azione dentro. Le notizie servono e sono utili se spingono il singolo lettore ad agire, a cambiare: se è una notizia negativa a mobilitarsi perché questo evento negativo non accada più o sia riparato, se è una buona notizia lo spinga magari a imitarla a replicarla. Oggi il problema dell’informazione è che invece avviene il contrario: il lettore è subissato da una serie di notizie, informazioni che non spostano nulla nella sua vita personale, anzi siamo forse nell’epoca in cui l’umanità dispone della grande capacità di far circolare le notizie, ma la stragrande maggioranza sono notizie che non servono a niente, paradossalmente⁴³.

3.3.2 *Problemi e difficoltà*

Ma quali sono i problemi e gli ostacoli incontrati da chi si impegna per la “comunicazione di pace”?

Sinora se il movimento pacifista ha riscosso successo soprattutto nella società civile: il punto di forza dei movimenti è la capacità di

⁴¹ D. ZOLO, *Globalizzazione*, cit., pag. 138

⁴² www.nonviolenti.org

⁴³ Conversazione personale con Mao Valpiana, vedi Appendice B pag. 168.

avvicinare le persone in eventi come le marce, le manifestazioni, o di radunarle in associazioni, comitati, perché come ricorda Valpiana “la comunicazione per la pace deve aiutare a mettere in contatto fisico le persone”⁴⁴; recentemente in questo sono stati di grande aiuto anche gli strumenti messi in campo della rete, come i blog, i forum, le *mailing list* che hanno contribuito affinché si diffondesse un dialogo sui valori della pace. Sui media *mainstream* invece da un lato soffre di un pregiudizio, se non proprio di diffidenza. Spesso come denuncia la “Tavola della Pace” la stampa:

diffonde una falsa idea della pace che viene associata a inerzia, rinuncia, resa, rassegnazione, impotenza. [...] la parola viene concessa solo ad un manipolo di cosiddetti esperti o politici ed è sistematicamente negata agli operatori di pace; i loro appelli e le loro iniziative vengono sottaciute, nascoste, minimizzate o avvolte in un innocuo buonismo⁴⁵.

Dall’altro lato invece è il movimento che si è sempre posto come alternativo e quindi non credibile. Anche perché non si presenta come un interlocutore unico e organico radicato nel territorio e nel web, a cui è facile fare riferimento e identificarsi, ma per la sua natura variegata e frammentata, che se da un lato è sicuramente è una risorsa e un indice di vitalità, dall’altro invece fa sì che ogni singolo componente del movimento si presenti come autonomo rischiando così di non uscire dai propri limitati confini e di essere troppo auto referenziale. Forse l’unico elemento di unità e identificazione è la bandiera della pace: e se questo può per certi versi essere un pregio,

⁴⁴ Conversazione personale con Mao Valpiana, vedi Appendice B pag. 170.

⁴⁵ Parole tratte dal comunicato diffuso dalla “Tavola della Pace” in occasione della conferenza stampa di presentazione della giornata nazionale “*Diamo voce alla pace. 24 ore per un’informazione e comunicazione di pace*”, che si terrà il 10 marzo 2006 con eventi in tutta Italia. Vedi Appendice A, pag. 161.

perché i colori arcobaleno non sono di nessuno, ma sono universali, tuttavia può creare dei problemi a livello di strategia comunicativa. Enrico Paissan, giornalista della Provincia Autonoma di Trento e responsabile ufficio stampa dell'ordine nazionale dei giornalisti⁴⁶, dice che il movimento per la pace è “un gigante del punto di vista valoriale, e un nano dal punto di vista comunicativo e politico, questo è il gap che dobbiamo superare”; gli operatori della pace, continua Paissan, devono quindi poter essere accreditati nel flusso informativo al pari degli altri giornalisti, “non essere uno dei tanti comunicati stampa, ma essere uno di quelli che fanno sempre notizia”⁴⁷. Sarebbe necessario instaurare un circolo virtuoso nella promozione della pace affinché il movimento ottenga risultati concreti ed evitare che, come accaduto in passato, o sia screditato, o si affievolisca appena la pace esca dall'attualità e dall'agenda politica e dei media.

Si è detto delle difficoltà “strutturali”, ovvero che il movimento non è un soggetto unico, ma questa non è l'unica causa dell'effetto dispersione e asistematicità in cui il pacifismo incorre nel lungo periodo. In primo luogo cade a volte nel rischio dell'autocompiacimento e nell'autoreferenzialità di chi ritiene che agire in nome di una nobile causa significhi sempre e comunque esser dalla parte della ragione e del giusto. In altre parole spesso il movimento pacifista manca di umiltà, di capacità di riconoscere quali sono i propri limiti e qual è nel complesso la natura delle persone che lo animano e vi aderiscono, tenendo conto anche di chi per la prima volta partecipa a manifestazioni, sit-in, assemblee in cui si parla di

⁴⁶ www.odg.it

⁴⁷ Frase pronunciata da Paissan durante i lavori della tavola plenaria del “Convivio dei popoli”, vedi “Appendice A”, Estratti del seminario “Convivio dei popoli” dedicato al tema “comunicare la pace”, pag. 153.

pace. A questo primo problema è legato il secondo, spesso il movimento ha poco senso pratico e pragmatico: una dialettica a volte eccessiva esaspera le discussioni e il dibattito sulla pace, finendo così per screditarsi agli occhi dell'opinione pubblica, e frenare il passaggio all'azione e alle iniziative concrete che più delle idee fanno presa nell'immaginario collettivo. Come già visto (paragrafo 2.4.3), fare informazione amatoriale, impegnarsi nel sociale, non è un'attività remunerativa, quindi la terza difficoltà riguarda la cronica mancanza di soldi, di mezzi e di professionalità che siano occupate a tempo pieno. Di conseguenza ogni iniziativa è legata alla disponibilità economica e alla ricerca di qualcuno, enti pubblici, partiti politici, fondazioni o sponsor privati, che possano assicurare, nelle dovute forme, un appoggio finanziario e logistico.

3.3.3 *Proposte della "Tavola della Pace"*

La Marcia per la pace Perugia/Assisi è uno dei punti di riferimento del pacifismo italiano. I suoi organizzatori hanno perciò deciso di creare nel 1996 la "Tavola della Pace", in modo da costituire "un punto di riferimento e di raccordo: uno spazio per la conoscenza, lo scambio di informazioni e lo sviluppo della collaborazione tra chi lavora per la pace e la solidarietà"⁴⁸, che funga anche da coordinamento per le attività di associazioni, sindacati, volontariato ed Enti Locali. In questi ultimi anni quindi la "Tavola della Pace" sta portando avanti, attraverso seminari, incontri, il dibattito su come la comunicazione di pace debba articolarsi, diffondersi e soprattutto organizzarsi efficacemente a livello nazionale.

⁴⁸ Fonte, www.tavoladellapace.it

- *Organizzazione*

La prima proposta è quella di considerare i valori e gli obiettivi della pace come gli unici editori di riferimento per chi opera nell'informazione pacifista. Questo sarebbe il punto di partenza per creare un ufficio stampa nazionale che consenta da un lato un coordinamento "interno" tra le periferie sparse e radicate nel territorio, dall'altro agevolerebbe il legame tra queste e i media a diffusione nazionale e quindi anche l'opinione pubblica. Se nelle intenzioni questo favorirebbe l'accesso ai media *mainstream*, il canale di comunicazione per eccellenza rimane quello indipendente, economico di Internet, in quanto la capacità di fare informazione alternativa significa investire e interagire con la base del movimento, ovvero la società civile, che sa muoversi a prescindere dai grandi media.

- *Formazione ed educazione ai media*

La mancanza di professionalità può risolversi con un lavoro congiunto tra operatori della pace e giornalisti per una formazione reciproca: i primi dovrebbero sensibilizzare ai valori della pace che spesso sfuggono ai secondi, che a loro volta dovrebbero insegnare le tecniche e i trucchi del mestiere. Alcune iniziative in questo senso sono già intraprese da Redattore sociale (vedi paragrafo 2.1), che da dodici anni organizza un seminario di formazione per giornalisti a partire dai temi del disagio e delle marginalità, in cui intervengono e discutono come relatori e partecipanti i maggiori esperti che si occupano da un lato di tematiche sociali e dall'altro di giornalismo.

Gli operatori della pace non solo devono imparare a comunicare qualitativamente meglio, ma necessitano di un'educazione ai media. In altre parole dovrebbero capire come accedere ai media di massa e

quindi comprendere come funziona il meccanismo, gli attori, gli interessi che regolano il sistema delle comunicazioni di massa.

- *Servizio pubblico*

Come già accennato (paragrafo 2.4.2), la situazione in cui vive il sistema radiotelevisivo italiano viene criticata aspramente da chi fa informazione alternativa. La “Tavola della Pace” condivide queste giudizi e in particolare si è interessata della Rai che viene considerata sempre più lontana dalla sua missione originaria di servizio pubblico a causa sia della lottizzazione della politica di cui la Rai è succube, sia dell’appiattimento sugli standard delle televisioni commerciali che in nome dell’auditel, il servizio di rilevazione dei dati d’ascolto televisivi, e dei riscontri pubblicitari fanno abbassare la qualità della programmazione. La conseguenza di questi processi è che i cittadini, la società civile, e quindi anche il movimento pacifista non hanno accesso al servizio pubblico che invece costituisce “un bene pubblico indispensabile per la nostra libertà, la nostra democrazia e per il nostro benessere”⁴⁹. Uno studio dell’Osservatorio sulle Crisi Dimenticate⁵⁰ a cura di Medici Senza Frontiere e dell’Osservatorio di Pavia⁵¹ indaga sull’importanza e lo spazio che i telegiornali italiani danno alle vicende che riguardano vip e personaggi pubblici e trascurano argomenti più seri: secondo la ricerca nei mesi di Luglio e Agosto 2005 i principali notiziari televisivi di Rai, Mediaset e La7⁵² nel loro insieme hanno dedicato appena lo 0,1%”, ovvero 19 minuti alla crisi nutrizionale in Niger, mentre alle notizie di gossip hanno destinato 11

⁴⁹ Parole tratte dal comunicato diffuso dalla “Tavola della Pace” in occasione della conferenza stampa di presentazione della giornata nazionale “*Diamo voce alla pace*”, cit Vedi Appendice A, pag. 161.

⁵⁰ www.crisidimenticate.it

⁵¹ www.osservatorio.it

⁵² www.la7.it

ore e 35 minuti⁵³. Per questo Flavio Lotti sostiene che occorre una campagna di “ri-appropriazione” della Rai che parta dall’interno dell’azienda e dunque da una collaborazione con i giornalisti, attraverso il loro sindacato Usigrai, e con alcune isole felici come Rainews24, Gr Parlamento e le redazioni regionali⁵⁴, che fermi “il mobbing interno alla Rai” verso chi contesta certe scelte redazionali e aiuti i giornalisti ad “avere più coraggio”⁵⁵. Dall’esterno invece, secondo la “Tavola della Pace” la società civile deve farsi carico del problema e avanzare delle proposte concrete come ad esempio: l’apertura di una sede redazionale stabile in Africa, stabile africana, gestita insieme e agli africani in modo da diffondere in Italia non il nostro punto di vista sull’Africa, ma il loro sul mondo; la nomina di un membro, su sette, del consiglio d’amministrazione Rai che provenga dalla società civile e non come accade oggi che tutti i membri hanno o hanno avuto incarichi in partiti politici; l’istituzione di fasce di palinsesto esentate dalla pubblicità e finanziate esclusivamente dal canone d’abbonamento Rai, in modo da scalzare il peso della dimensione commerciale della Rai a favore del suo ruolo di servizio pubblico.

- *“Non c’è pace senza una politica di pace”*

Dopo dieci anni di manifestazioni, marce, seminari e incontri nel 2006 la “Tavola della Pace” sente la necessità di incontrare e dialogare con la politica “istituzionale”, quella dei partiti; anche

⁵³ Fonte,

<http://www.osservatorio.it/interna.php?m=v§ion=analysis&idsection=000036&pos=0&ml=f&wordtofind=gossip>

⁵⁴ www.usigrai.it, www.rainews24.it, www.radio.rai.it/grparlamento e www.tgr.rai.it

⁵⁵ Frasi pronunciate da Lotti durante i lavori della tavola plenaria del “Convivio dei popoli”, vedi “Appendice A”, Estratti del seminario “Convivio dei popoli” dedicato al tema “comunicare la pace”, pag. 159.

perché il 2006 è anno elettorale e quindi come sottolinea Flavio Lotti “c’è bisogno di risposte concrete a favore della pace da parte della politica, risposte che non sono pervenute né da destra, né da sinistra, né dal centro”⁵⁶. “Non c’è pace senza una politica di pace” è il titolo del seminario del 13 gennaio 2006 in cui la “Tavola della Pace” incontra dieci politici italiani⁵⁷ a cui da un lato propone tre impegni per la pace: ritiro delle truppe dall’Iraq, rafforzamento delle istituzioni internazionali e in special modo dell’Onu, impegno concreto per la cooperazione e lo sviluppo dei paesi più poveri e per la lotta alla povertà, disarmo; dall’altro lato chiede ai politici di spiegare quali sono i loro tre obiettivi per sviluppare in Italia, nella prossima legislatura, una politica e una cultura di pace.

- *Filone delle buone notizie*

Alcuni operatori di pace, non direttamente impegnati nella “Tavola della Pace”, portano avanti l’idea di dedicare spazio, rubriche, sezioni, delle proprie produzioni giornalistiche ed editoriali alle buone notizie che solitamente non fanno notizia perché subiscono la ferrea regola “bad news is a good news” e quindi non rientrano nell’attenzione dei media. Per rompere questa regola, e dare notizie che promuovano in positivo i valori della pace PeaceLink e Amensty International hanno in *home page* una sezione dedicata alle buone notizie, Peacereporter⁵⁸ spedisce una newsletter settimanale, Jacopo

⁵⁶ B. MONTINI, “Cosa fai tu per la pace?”: Assisi interroga i segretari dei partiti, in “l’Unità” del 13 gennaio 2006, disponibile in

www.unita.it/index.asp?SEZIONE_COD=HP&TOPIC_TIPO=&TOPIC_ID=46759

⁵⁷ Katia Belillo del Pdc, Fausto Bertinotti di Prc, Antonio Di Pietro dell’Italia dei Valori, Piero Fassino dei DS, Elisabetta Gardini di Forza Italia, Maurizio Gasparri di An, Alfonso Pecoraro Scanio dei Verdi, Francesco Rutelli della Margherita, Luciana Sbarbati dei Repubblicani europei, Mario Tassone dell’Udc.

⁵⁸ www.peacereporter.net

Fo ha ideato C@c@o, un sito che giornalmente fa una rassegna stampa di buone notizie.

- *Creatività e innovazione*

Se la comunicazione per la pace vuole inoltre lavorare in positivo e cioè essere una forza propositiva, deve allora contare anche sulla propria capacità di innovare, di essere creativo non solo nei contenuti ma anche nelle forme del comunicare. A questo proposito Pasquinelli cita Deleuze e Guattari: “Non abbiamo bisogno di comunicazione, al contrario ne abbiamo troppa. Abbiamo bisogno di creatività”⁵⁹. La comunicazione per la pace, così come l’informazione alternativa, può essere quindi un laboratorio di idee che compie scelte coraggiose in modo da scuotere il sistema dei media e cercare di allontanarlo da fenomeni come l’omologazione reciproca o il sensazionalismo esasperato. Le nuove tecnologie in questo senso permettono, dal punto di tecnico ed economico, di contribuire a “svecchiare” il modo di fare comunicazione e informazione in quanto offrono meglio la possibilità di esprimere la creatività che ognuno ha. Una delle sfide della comunicazione di pace, e come vedremo di PeaceLink, è quindi che lo sviluppo digitale veicoli dei valori della pace.

⁵⁹ M. PASQUINELLI, *Media activism*, cit., pag. 16

4. Il caso PeaceLink

PeaceLink è un caso esemplificativo di quanto visto finora: è un sito web che fa informazione alternativa concentrando la sua attenzione sui i valori che promuovono la pace, sulla denuncia delle ingiustizie che vengono commesse in Italia e nel mondo. Tale attività si configura come un giornalismo civile, un impegno per il *mediattivismo* inscindibilmente legato dall'uso nuove tecnologie che a chiunque in tutto il mondo offrono canali di comunicazione efficaci e finalmente democratici e economici. Nella "*Guida all'uso di PeaceLink*" sono esplicitamente illustrati le coordinate all'interno della quale l'associazione PeaceLink si muove:

la nostra idea di fondo non è quella di creare una rete di associazioni o una superassociazione pacifista, ma di consolidare una rete di persone capaci di generare informazione dal basso e di far circolare tale informazione alternativa creando un'infrastruttura autogestita al servizio di tutti i movimenti e le associazioni pacifiste. Dobbiamo saper offrire competenze per far fare a tutto il movimento per la pace un salto di qualità¹.

4.1 La nascita della telematica per la pace

4.1.1 Il pacifismo ad un punto di svolta

L'associazione PeaceLink nasce nel 1991 come reazione alla guerra nel Golfo fra l'Iraq di Saddam Hussein, colpevole di aver invaso il Kuwait, e una vasta coalizione internazionale guidata dagli Stati Uniti, appoggiata anche da alcuni paesi arabi e di cui fa parte

anche l'Italia. Alessandro Marescotti ricordando l'inizio di quel conflitto spiega come fosse “doppiamente traumatico” da un lato per il dramma della guerra, dall'altro perché il movimento pacifista in Italia è isolato nella sua azione di mobilitazione: solo Papa Giovanni Paolo II, la Chiesa Cattolica, e l'estrema sinistra si dichiarano contrari alla guerra, mentre il Partito Comunista Italiano approva la guerra e si allontana dai pacifisti. È una svolta importante, soprattutto per la sinistra italiana, perché dal dopoguerra in poi il PCI è una delle componenti principali del movimento. Le conseguenze dunque sono gravi sia sul piano politico, bisogna ricordare il particolare momento di crisi d'identità vissuto dal PCI dopo il crollo del muro di Berlino e la dissoluzione dell'Unione Sovietica che proprio durante la guerra del Golfo porta allo scioglimento e alla trasformazione in Partito Democratico di Sinistra, sia sul piano pratico in quanto l'assenza del PCI fa mancare la struttura organizzativa e finanziaria fornita grazie al radicamento capillare nel territorio di un grande partito di massa. Non può essere d'aiuto nemmeno l'altro canale di comunicazione dei pacifisti, quello amatoriale costituito dalle riviste e pubblicazioni periodiche e dalle corrispondenze via posta: se da un lato è ormai lento e obsoleto al confronto della velocità con cui la guerra si svolge (l'offensiva degli USA dura poco più di un mese) e della copertura mediatica assicurata 24 ore dai media di tutto il mondo, in primis la CNN, dall'altro è più adatto all'approfondimento che alla mobilitazione tanto da non costituire nemmeno un aiuto alle comunicazioni e i contatti fra le singole associazioni o gruppi, che spesso non si conoscono fra loro.

¹ A. MARESCOTTI, *Guida all'uso di PeaceLink*, in

http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_1332.html, novembre 2004, pag. 5

In questo contesto il movimento si trova davanti ad una svolta: o cambiare radicalmente il proprio modo d'essere e d'agire, oppure rimanere ai margini della scena politica e sociale e quindi rischiare di scomparire. È quindi ancora più forte che in passato l'esigenza di parlare all'opinione pubblica, di far sentire il proprio dissenso alla guerra, monitorare sia cosa accade durante il conflitto sia come ne parlano i media², e soprattutto riuscire a trovare una struttura organizzativa a livello nazionale. Per fare tutto questo è necessaria una struttura che sia leggera, e quindi permetta comunicazioni rapide, che non dipenda da nessuno se non da se stessa e che sia e accessibile e aperta a chiunque. Come scrive Alessandro Marescotti la “guerra del 1991 richiedeva invece un salto tecnologico; occorreva cioè mobilitarsi con la stessa rapidità e prontezza usando un proprio sistema informativo in tempo reale”³.

4.1.2 *I vantaggi offerti dalla telematica*

La telematica ad inizio anni '90 mette a disposizione la tecnologia dei BBS (Bulletin Board System), “bacheche telematiche”, antenate di *newsgroup* e *mailing list*, che consentono lo scambio di messaggi testuali via computer attraverso l'uso di modem e telefono. I fondatori di PeaceLink, Alessandro Marescotti, Marino Marinelli e Giovanni Pugliese intuiscono come questi nuovi strumenti permettano a tante persone comuni di farsi giornalisti in quanto offrono l'opportunità di ricevere e inviare facilmente una gran mole di informazioni altrimenti

² L'unico giornalista corrispondente da Bagdad è Peter Arnett della CNN, che tra l'altro è ospite di Saddam Hussein e quindi subisce la censura dell'ex Rais iraqeno, mentre tutti gli altri giornalisti occidentali lavorano al commando americano in Arabia Saudita, e quindi non possono avere accesso diretto a informazioni che non siano quelle fornite dalla Coalizione.

³ A. MARESCOTTI, *Peacelink, collegamenti di pace*, in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_7888.html

inaccessibile. Gubitosa inoltre sottolinea come dai BBS consegua non solo la possibilità di creare “redazioni virtuali fatte da persone che da luoghi geografici differenti scambiano messaggi per la realizzazione di giornali”, ma anche di coordinare queste redazioni a livello nazionale e internazionale “a costi praticamente irrisori, azzerando tutte le spese che si rendono necessarie per i trasporti e gli alloggi quando si realizzano assemblee associative dal vivo”⁴. Non solo si risparmiano soldi, ma anche tempo, perché le informazioni circolano più velocemente e in “tempo reale”; il che costituisce un doppio vantaggio per chi fa della militanza pacifista un’attività di volontariato da svolgersi nel tempo libero.

A livello organizzativo la struttura a rete comporta inoltre che non ci sia una gerarchia con un centro, o un vertice che guida e prevale sulle periferie, ma che la suddivisione del lavoro sia meglio distribuita lungo tutte le sue parti: “a seconda del momento un nodo era più vitale di altri”, spiega ancora Alessandro Marescotti in quanto “prende la testa della rete chi in quel momento svolgeva la maggior parte del lavoro”⁵. Da ciò risulta una struttura più democratica e più allargata sia nella gestione e amministrazione delle decisioni, sia nello sviluppo delle discussioni sui temi trattati. In questo modo si attua l’idea di servirsi delle tecnologie informatiche per costruire una piazza virtuale in cui la comunicazione fra redattori e lettori sia un’interazione attiva e passiva, e quindi paritaria e frequente, al punto che sia difficile distinguere l’uno dall’altro se non per la quantità e i contenuti degli articoli e delle informazioni prodotte.

PeaceLink ha dunque il merito di mettere in pratica queste novità e di comprendere che sono alla propria portata, così come a quella del

⁴ C. GUBITOSA, *L’informazione alternativa*, cit., pag. 33

⁵ Conversazione personale con Alessandro Marescotti, vedi Appendice B pag. 163.

singolo che apre un sito personale o oggi un blog, dell'associazione che vuole sensibilizzare l'opinione pubblica su un determinato tema, e quindi non sono più in esclusiva mano di grandi aziende che vogliono vendere prodotti o servizi, o delle istituzioni e governi che fanno politica sul loro buon operato. La galassia vasta e dispersa della società civile in questo modo è meno sola, sente meno il pericolo che ogni sua parte viva in isolamento e si frammenti perché non sa comunicare con le altre parti. Questa consapevolezza diventa ancora maggiore quando le tecnologie offrono maggiori opportunità e nascono quindi un tipo di informazione che si propone come alternativa e il *mediattivismo* (vedi paragrafo 2.1), ossia si sviluppa l'idea di “fare media come metafora, modello, rispecchiamento, tappa fondamentale del fare società e di tutte le altre forme di attivismo e organizzazione”⁶.

4.1.3 *Telematica per la pace: una definizione*

Nasce così l'idea della “telematica per la pace”, l'unione tra impegno sociale e informazione alternativa attraverso lo sviluppo delle nuove tecnologie. L'ambizione di PeaceLink è quindi quella di:

condividere il mondo come fosse una cosa sola, rompere il muro del silenzio che avvolge la guerra, le violazioni dei diritti umani, la sofferenza e i soprusi, spostando non le persone, ma le informazioni e le idee⁷.

La “telematica per la pace” è uno strumento che favorisce lo “scrivere, leggere e la libertà d'accesso” che costituiscono i “tre elementi che fanno funzionare la democrazia”⁸. Leggere testi nell'era

⁶ M. PASQUINELLI, *Media activism*, cit. pag. 12

⁷ C. GUBITOSA, E. MARCANDALLI, A. MARESCOTTI, *Telematica per la pace*, cit., pag. 32

⁸ C. GUBITOSA, E. MARCANDALLI, A. MARESCOTTI, *Telematica per la pace*, cit. pag. IX

delle reti amatoriali e di Internet non basta più, bisogna andare oltre e attraverso la tecnologia costituire “legami di pace”, da qui viene il nome PeaceLink, che uniscono e attivano le persone. Creare dunque un canale per sensibilizzare le persone non solo nelle grandi cause o nelle grandi manifestazioni, ma anche nella vita di tutti i giorni; perciò Alessandro Marescotti parla di “controinformazione nel vivere quotidiano” e definisce i lettori di PeaceLink come:

un corteo di diecimila persone (tanti sono in media gli utenti quotidiani di PeaceLink), le quali giorno dopo giorno spostano informazioni e, nel loro piccolo, danno un contributo al cambiamento culturale. In questo rapporto costante si sta formando una coscienza civile sempre più forte e diffusa che ha poi modo poi di manifestarsi in piazza nei momenti di maggiore urgenza⁹.

All’inizio si parte da zero, nessuno, a cominciare dalle associazioni e persone impegnate per la pace, conosce PeaceLink e solo in pochi comprendono che la rete costituisce un mezzo “migliore, socializzante, efficace ed economico”¹⁰ rispetto ai fax o a servizi come “videotel” e “teletext”. Tuttavia la bontà dell’intuizione dei fondatori di PeaceLink è presto confermata e resa più facile da realizzare, dalla direzione assunta dallo sviluppo tecnologico: in pochi anni è nato il web, lo scambio di email si è affermato in modo prorompente come strumento di comunicazione, il *file sharing* è divenuto pratica diffusa quanto contestata. Tutte queste innovazioni non hanno fatto che moltiplicare in modo esponenziale rispetto ai BBS e alle reti amatoriali, con cui PeaceLink ha iniziato le sue attività, le possibilità

⁹ Fonte, *La Telematica per la pace: intervista ad Alessandro Marescotti*, in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_6700.html

¹⁰ Conversazione personale con Alessandro Marescotti, vedi Appendice B pag. 164.

di comunicare di condividere informazioni e materiali attraverso le reti informatiche. Man mano che questi progressi tecnologici si diffondono, le scelte di PeaceLink nell'organizzazione del proprio modo di lavorare conservano sempre il principio di accompagnare l'innovazione alla semplicità d'uso per cercare di estendere al massimo il numero delle persone che possono usarle. Anche l'ultima versione del software di gestione del sito, per ora in fase di perfezionamento, va in questa direzione: *PhPeace* è pensato e autoprodotta non solo come un software “aperto e libero”, ma soprattutto che non richiede al redattore conoscenze informatiche di alto livello, in modo che anche i profani possono scrivere con la stessa facilità con cui ad esempio usano un software di videoscrittura e di gestione della posta elettronica.

4.2 Dalle reti amatoriali ad Internet

4.2.1 I Bulletin Board System

PeaceLink nasce dentro la rete Fidonet che usava la tecnologia dei BBS, acronimo di *Bulletin Board System*. A quel tempo di Internet non si pronunciava neppure il nome: solo alcune università e potevano accedervi. Le reti amatoriali nascono nel 1978 quando il primo computer BBS è programmato da studenti dell'università di Chicago, Ward Christensen e Randy Suess. L'intenzione è consentire ai computer di “parlare”, come ricorda Gubitosa originariamente non si pensa tanto allo scambio di messaggi, quanto più semplicemente ad una soluzione pratica, “uno stratagemma per rendere più efficiente lo scambio di programmi tra appassionati di informatica” e consentire ai programmatori di “fare a meno di uscire di casa per scambiarsi

dischetti e nastri magnetici”¹¹. Chi fa dei BBS le prime comunità virtuali è Tom Jennings, l’inventore di Fidonet la più famosa rete amatoriale, che da buon sostenitore dell’anarchia e condanna ogni forma di censura della libertà d’espressione e propone un modello di rete autogestita dagli utenti:

non ho mai avuto problemi a gestire le bacheche elettroniche, i problemi ce li hanno i cultori del controllo totalitario. Vorrei che fosse chiaro che la politica la fanno gli utenti, e se sono loro a determinare i contenuti ci pensano loro anche a vedersela con i cretini¹².

Ogni computer appartenente alla rete BBS utilizza un software che grazie ad un collegamento via telefonica e via modem, permette di inviare, ricevere e archiviare file, messaggi e posta elettronica, con utenti esterni. La rete amatoriale è quindi costituita da tanti computer BBS che si collegano fra loro passando attraverso un operatore centrale del sistema, detto *SysOp*, da cui ciascuno raccoglie le informazioni provenienti dagli altri computer collegati, le immagazzina e automaticamente le inoltra. Da qui deriva il nome di “bacheca elettronica”: ogni singolo computer lascia messaggi privati o pubblici che altri computer possono leggere; il software è inoltre strutturato in modo da consentire all’interno della rete distinti gruppi o liste di discussione tematiche, che costituiscono ciascuno singole bacheche. I collegamenti sono di tipo “commutato”, ossia non avvengono per 24 ore al giorno, ma solo la notte quando le telefonate costano meno; perciò gli utenti lavorano soprattutto offline, quando sono sconnessi dalle rete: prima si scrive, poi si collega per l’invio,

¹¹ C. GUBITOSA, *Italian Crackdown: BBS amatoriali, volontari telematici, censure e sequestri nell’Italia degli anni ‘90*, Apogeo, Milano, 1999, pag. 13

¹² C. GUBITOSA, *Italian Crackdown*, cit., pag. 18

prima si scarica sul proprio computer i messaggi e i file, poi si leggono. La tecnologia è rudimentale: i primi modem degli anni '80 viaggiano ad una velocità di 110 e 300 baud e permettono comunicazioni estremamente lente, ma già nel 1985 grazie all'introduzione del modem a 1200 bps cominciò a rendere le cose accettabili¹³; le informazioni veicolate attraverso i BBS è presentata in formato *ASCII*, il sistema standard utilizzato nei calcolatori, che consentiva solo la visualizzazione di testi, mentre nel 1987 con l'invenzione del formato *GIF*, diviene possibile inserire anche elementi di grafica, che tuttavia necessitano di modem più veloci.

I BBS porgono il grande vantaggio di non costare quasi nulla: le uniche spese sono quelle relative all'acquisto dell'hardware, computer e modem, e al costo delle telefonate che il singolo utente compie per collegarsi al nodo a lui più vicino, spesso quindi sono urbane; nessun costo ha invece il software che viene distribuito in forma *open source* e viene tarato in modo che la telefonata duri minor tempo possibile. Il carattere libero e non protetto da alcuna forma di copyright è dovuto non solo al fatto che i BBS nascano e proliferano in ambienti della controcultura o dell'underground americano, ma anche all'interesse degli utenti e dei programmatori più per i benefici culturali, informativi e tecnologici che per gli introiti economici.

L'immediatezza e i bassi costi sono le caratteristiche che come dice Rheingold rendono i BBS la "tecnologia democratica e democratizzante per eccellenza"¹⁴, perché sostiene il filosofo americano:

i BBS trasformano un cittadino qualsiasi in editore, reporter di testimonianze oculari, difensore, organizzatore studente o

¹³ Fonte, <http://it.wikipedia.org/wiki/BBS>

¹⁴ C. GUBITOSA, *Oltre Internet*, cit., pag. 51

insegnate e potenziale partecipante ad un dibattito mondiale tra cittadini. [...]. I BBS crescono dal basso, si propagano spontaneamente e sono difficili da sradicare¹⁵.

Le lentezze e l'estrema semplicità non reggono il paragone con le tecnologie di oggi, ma Vittorio Moccia ricorda i BBS come un inizio:

agli occhi di un moderno cyber-utente potrebbe apparire qualcosa di antico e rudimentale, ma era il germe, l'essenza di una comunicazione semplice e diretta, fatta da persone che scrivevano per il piacere di esserci, di comunicare, di conoscersi per quello che erano e non per quello che apparivano. Sicchè queste reti telematiche si trasformavano con enorme facilità in vere e proprie reti umane¹⁶.

Con la nascita della prime reti amatoriali , nascono quindi le prime comunità virtuali e le prime reti telematiche alternative come APC (Association for Progressive Communication)¹⁷, PeaceNet e EcoNet. Una di queste si chiama Fidonet, nel 1991 conta circa diecimila nodi, si diffonde a tal punto che spesso si parla di “rete in tecnologia Fidonet” come sinonimo di reti di “telematica di base”¹⁸. Fidonet arriva in Italia nel 1984 e due anni dopo si costituisce il primo nodo di Fidonet Italia, a cui nel 1991 si collega PeaceLink aprendo una propria *computer conference* interna alla rete. Giovanni Pugliese, Marino Marinelli ed Alessandro Marescotti decidono di fondare una rete telematica pacifista: “il tentativo era quello di creare un ponte telematico che raccogliesse le voci del frammentario mondo

¹⁵ C. GUBITOSA, *Italian Crackdown*, cit., pag. 15

¹⁶ V. MOCCIA, *A 10 anni dal primo Crackdown Italiano*, in

http://italy.peacelink.org/diritto/articles/art_5576.html, 18 giugno 2004

¹⁷ Oggi sono presente su Internet all'indirizzo www.apc.org/english/index.shtml,

¹⁸ C. GUBITOSA, , *Italian Crackdown*, cit., pag. 18

dell'associazionismo pacifista italiano”¹⁹. Dopo un anno, nel dicembre 1992, Giovanni Pugliese riesce a progettare una rete autonoma, collegando due BBS senza l'intermediazione di Fidonet. PeaceLink subito crea diverse *computer conference* dedicate alle tematiche dell'eco-pacifismo, del sociale e del lavoro. L'iniziativa ha successo tanto che per i primi anni si raddoppiano il numero dei BBS aderenti alla rete e degli utenti collegati, fino ad arrivare nel 1996 a circa sessanta BBS sparsi su tutto il territorio nazionale²⁰. Le spese sono minime: ogni utente paga le telefonate al nodo BBS, più il proprio computer e il modem, mentre il gestore del *SySop* si auto mantiene da sé attraverso piccole collette volontarie; questo permetteva sia una suddivisione capillare dei costi, sia un maggiore radicamento sul territorio, perciò Alessandro Marescotti lo definisce un “modello sostenibile di organizzazione”²¹.

4.2.2 *L'apertura del sito web*

Quando nel 1995 Peacelink apre il suo sito Internet compie, attraverso un *gateway*, un dispositivo di rete, un “semplice” trasloco dalle liste di discussione dei BBS alle pagine web che dunque nel primo periodo rimangono statiche e non modificabili dall'utente. Con il passare del tempo invece la struttura si arricchisce e migliora, anche grazie ai successivi progressi tecnologici, soprattutto nella home page e nella navigabilità del sito. Ma prima di esaminarne nel dettaglio la mappatura, bisogna valutare i vantaggi e gli svantaggi del passaggio dalle reti amatoriali ad Internet.

¹⁹ V. MOCCIA, *A 10 anni dal primo Crackdown Italiano*, cit., in http://italy.peacelink.org/diritto/articles/art_5576.html

²⁰ C. GUBITOSA, E. MARCANDALLI, A. MARESCOTTI, *Telematica per la pace*, cit., pag. 125

²¹ Conversazione personale con Alessandro Marescotti, vedi Appendice B pag. 167.

Il web è senza alcun dubbio una tecnologia migliore, oggi come già nel '95 è evidente sotto tutti gli aspetti: a cominciare dal punto di vista strettamente tecnico, inteso sia come hardware che software; continuando con l'estetica, si pensi alle interfacce grafiche o alle animazioni che rendono un sito web molto più gradevole alla vista rispetto alla schermata monocromo dei BBS; concludendo infine con l'usabilità dei progettisti, dei gestori e degli utenti, notevolmente accresciuta grazie alla possibilità di sfruttare a piene le già citate caratteristiche dell'ipertestualità, multimedialità e interattività (vedi paragrafo 1.2).

Nonostante questi progressi PeaceLink nei confronti del web ha un atteggiamento che allo stesso tempo può definirsi sobrio e prudente. Come è nella sua natura, sin dall'inizio bada più ai contenuti che alla forma in quanto ritiene che Internet sia "solo" uno strumento e non la sostanza della comunicazione. Per questo se i miglioramenti tecnici e strutturali sono subito assimilati, dal punto di vista estetico invece le pagine assumono sempre uno stile semplice e discreto che mantiene un profilo non invasivo nei confronti dell'utente.

PeaceLink inoltre diffida di chi dipinge il web come il futuro radioso panacea di tutti i mali del sistema delle comunicazioni: come si è già visto nei capitoli precedenti sul giornalismo online e sull'informazione alternativa, il rischio è che Internet, "nata come strumento rivolto alla comunicazione e al progresso umano", possa essere trasformata "in una nuova fonte di profitto"²² e diventare così ostaggio del business e del mondo dell'economia di mercato di cui sono già vittime i media tradizionali. Ma non solo, la rivendicazione della cultura no profit e dell'indipendenza originarie della rete sono affiancate dall'accusa rivolta agli entusiasti del web di non sfruttarne

²² C. GUBITOSA, *L'informazione alternativa*, cit., pag. 91

appieno le potenzialità: per molti siti, a cominciare da quelli dei media *mainstream*, la comunicazione non diviene ancora né interattiva, né a rete, ma rimane sempre unidirezionale dal media al lettore (vedi paragrafo 2.3).

Un ultimo problema del passaggio dai BBS al web è notato da Alessandro Marescotti, il quale sottolinea come PeaceLink abbia faticato non poco a recuperare quella dimensione territoriale che i BBS alimentavano. Il web infatti se da un lato favorisce lo sviluppo di una dimensione ramificata a livello nazionale e quindi accessibile ad un numero notevolmente superiore di persone, dall'altro invece il rischio è quello che la comunicazione rimanga anonima e superficiale. Secondo Marescotti questo avviene perché “mancano i web locali, mancano le strutture che fanno informazione locale”²³. Oggi circolano senza dubbio tante informazioni, e questo è senz'altro positivo, il pericolo però è che, a causa della natura a-territoriale di Internet e in mancanza quindi di un forte radicamento sul territorio, tutto ciò che circola sul web e sulle mail diventi una sorta di rassegna stampa fatta con il “taglia e incolla”, tanto ricca e interessante quanto superficiale e magmatica.

4.2.3 *Verso un altro web: il PhPeace*

Riassumendo quanto detto a proposito delle perplessità che accompagnano la nascita del sito web si può dire che il problema principale ruota intorno alla scarsa partecipazione degli utenti alla creazione delle pagine Internet. Ciò avviene non solo perché come detto più volte molti siti non invitano all'interazione dei lettori, ma anche perché occorrono competenze per farlo, ad esempio sul

²³ Conversazione personale con Alessandro Marescotti, vedi Appendice B pag. 165.

linguaggio *html*, che solo pochi programmatori possiedono. Anche a PeaceLink all'inizio un solo *webmaster*, Enrico Marcandalli, si occupa dell'ingegneria e dell'allestimento dell'intero sito: un simile sistema dipendente da un'unica persona risulta evidentemente lento e macchinoso. Il peso del lavoro che grava sul *webmaster* cresce ulteriormente durante la guerra del Kosovo del 1999 con l'aumento del numero di visitatori e delle pagine pubblicate, per cui si decide che un gruppo di *webmaster* si dividerà il lavoro su diverse parti del sito. Il coordinamento dei tecnici però non dà risultati convincenti perché si creano troppe disparità, e perché comunque si rimane sempre legati alla disponibilità del singolo che per un'attività di volontariato è spesso legato, volente o nolente, alla precarietà.

Dal 2000 quindi il programmatore Francesco Iannuzelli lavora a *PhPeace*, un software ideato²⁴ per scavalcare il *webmaster*, diluirne il lavoro, e consentire anche ai profani di autogestire la creazione di pagine web dinamiche. È lo stesso principio che in quegli anni conduce alla nascita dei software per i blog che infatti hanno più di un punto in comune con *PhPeace*. L'idea alla base del sistema, detto "*Content Management System*", è di porre fine alla distinzione tra articolisti, redattori e tecnici, programmatori *html*, attraverso un *software libero* di gestione e scrittura disponibile interamente in rete, dove è anche disponibile un manuale completo di istruzioni per l'uso e test di comprensione²⁵. Allo stesso modo qualche anno dopo PeaceLink realizza un altro software, *PeaceWiki*, che "consente la scrittura collettiva mantenendo in memoria la storia del cambiamento

²⁴ Il nome deriva dal linguaggio di programmazione *php* con cui è stato elaborato

²⁵ Il manuale si può trovare in www.phpeace.org/phpeace/articles/art_2669.html

del testo, rendendo trasparenti le modifiche”²⁶; il termine *wiki* deriva da Wikipedia, l’enciclopedia della rete, il più famoso sito wiki al mondo (vedi paragrafo 2.1). Alla luce delle sue caratteristiche di software collaborativi *PeaceWiki* è ideato per i gruppi di lavoro interni alla redazione, “come laboratorio di scrittura collettiva per i lavori di preparazione di testi che, una volta conclusi, vanno trasferiti sul *PhPeace*”²⁷.

La messa a punto di *PhPeace* e *PeaceWiki* oltre ad essere dettata dalla pratica e dalla funzionalità, assume anche un valore politico in quanto significa svincolarsi dalle multinazionali produttrici di software e promuovere così il *software libero* e più in generale uno sviluppo sostenibile delle telecomunicazioni. In più, come nelle migliori esperienze di autoproduzione, *PhPeace* e *PeaceWiki* hanno il vantaggio di “essere stato creati con i consigli e le indicazioni di un’intera redazione, in oltre tre anni di sperimentazione e di lotte per la pace”²⁸.

4.2.4 Come si scrive sul sito

Grazie all’invenzione del *PhPeace* esistono oggi tre modi per scrivere su PeaceLink. Il primo, quello più semplice e accessibile a tutti, è iscriversi ad una *mailing list* tematica e quindi partecipare alle discussioni sui temi scelti: è l’eredità delle vecchie liste di discussione dei BBS, che ora tramite un sistema automatico, detto *webgate*, pubblica direttamente sul web tutte le mail inviate e ricevute da

²⁶ D. MARESCOTTI, *Breve manuale d’uso per il PeaceWiki*, in http://www.phpeace.org/phpeace/articles/art_6672.html, 1 settembre 2004

²⁷ D. MARESCOTTI, *Breve manuale d’uso per il PeaceWiki*, cit., in http://www.phpeace.org/phpeace/articles/art_6672.html

²⁸ A. MARESCOTTI, *Perché costruire un sito Internet pacifista con PhPeace*, in http://italy.peacelink.org/peace/articles/art_8532.html, 9 dicembre 2004

ciascun utente creando per ognuna una pagina web con un suo indirizzo Internet. Per iscriversi ad una lista basta collegarsi alla pagina www.peacelink.it/ mailing_admin.html, scegliere uno o più liste, rilasciare il proprio indirizzo email e aspettare un messaggio di confermata iscrizione. Il secondo e il terzo metodo, leggermente più complessi, è appunto quello di scrivere articoli attraverso il *PhPeace* o il *PeaceWiki*. La differenza fra i tre sistemi dipende sia dall'importanza che si dà a quanto si vuole scrivere, sia al tempo che si ha a disposizione: se si vuole scrivere una notizia veloce e breve in poco tempo si sceglie di mandare una mail alla specifica *mailing list*, se invece l'argomento è complesso o di interesse generale, e si ha il tempo necessario all'approfondimento è più appropriato scrivere un articolo con il *PhPeace*; il *PeaceWiki* infine, essendo un sistema di scrittura collettiva, viene usato in fase di preparazione dei testi, a uso interno della redazione e perciò “è meglio evitare di diffonderne link all'interno di *mailing list* pubbliche”²⁹. Il *PhPeace* inoltre consente “un maggiore ordine nella classificazione e diventa quindi uno strumento prezioso per articolare in modo personalizzato”³⁰ la struttura gerarchica sia dei temi di cui tratta l'articolo, sia al peso attribuito ad ogni articolo in quanto quelli ritenuti più interessanti o più attuali o vengono pubblicati in home page generale sotto l'etichetta “Notizie – PeaceLink News”, “Altrainformazione”, “Tutto quello che non leggerai mai sui giornali”, “Dossier”, oppure vengono classificati dalla redazione come “editoriali” e successivamente rimangono poi evidenziati nell'home page tematica.

²⁹ Fonte, <http://italy.peacelink.org/peacewiki/PeaceWiki>

³⁰ D. MARESCOTTI, *PhPeace 2.1: manuale d'uso con test finali*, in www.phpeace.org, 2004, pag. 5

Il fatto che il *PhPeace* sia disponibile solo online, ma non scaricabile sul proprio computer, significa che è utilizzabile solo quando si è connessi, accedendo tramite *login* all'indirizzo <http://db.peacelink.org/gestione>. Tramite questa pagina il redattore entra nell'area gestionale del sito dove ha a disposizione un menù e un pannello di controllo attraverso il quale può in primo luogo creare una pagina web e scrivere il proprio articolo completo di tutte le opzioni: titolo e sommario, note a piè di pagina, parole chiave e collegamenti ipertestuali, inserimento file in allegato³¹, menù di formattazione; secondariamente, può amministrare i propri dati personali, visualizzare le statistiche del sito, inviare e mandare messaggi interni alla redazione, e se è un amministratore può anche gestire le tematiche e le *mailing list*, organizzare la struttura e la pubblicazione degli articoli.

Per il futuro è in preparazione un nuovo sito³² con cui, spiega Marescotti, si intende allestire una struttura web, basato sempre sul modello *wiki*, che “si arricchisce a articola e quindi contiene molte informazioni”³³. In questo progetto le *mailing list* invece servirebbero a richiamare i lettori e i redattori su quanto accade ed è pubblicato nel sito, soddisferebbero quindi una funzione di sommario, di segnalazione delle novità; questo accade già in parte attraverso la lista “PeaceLink News” i cui messaggi contengono i link agli ultimi articoli pubblicati. Le liste rimangono inoltre un efficace sistema di comunicazione anche perché la maggior parte degli utenti Internet si collega alla rete solo per scaricare la posta, che quindi rimane un metodo più sicuro per far

³¹ Sulle *mailing list* non è permesso allegare file perché appesantiscono le dimensioni del messaggio e potrebbero contenere virus: gli allegati sono agganciabili solo attraverso il *PhPeace*

³² Già disponibile in rete all'indirizzo <http://italy.peacelink.org/>

³³ Conversazione personale con Alessandro Marescotti, vedi Appendice B pag. 166.

arrivare e conoscere una notizia. Le mail infine rispetto alle pagine web conservano una maggiore possibilità di interazione, di comunicazione diretta e quindi di collaborazione e coordinazione fra attivisti e utenti. La tendenza infatti, come dice Marco Trotta, coordinatore informativo di PeaceLink, è che le *mailing list* oggi non danno nuove informazioni quanto piuttosto “le liste oggi si stanno caratterizzando più come spazi di discussione, come scambio rapido di messaggi si caratterizzano come spazio per la discussione”³⁴.

4.2.5 *Come è strutturato il sito*

Il sito di PeaceLink è diviso in due parti: l’home page generale (vedi appendice C pagg. 182-85), che, come avviene per la maggior parte dei i siti, è il centro dell’attività in quanto assume funzioni di presentazione e sommario degli articoli e delle iniziative principali, e di ancoraggio alle pagine interne; queste ultime, classificate secondo home page tematiche che fanno capo alle diverse aree di interesse, costituiscono quindi la vera sostanza del sito. Una suddivisione che cerca l’equilibrio tra coloro che vogliono farsi un’idea generale sul sito e sugli argomenti trattati, e quelli che invece sono alla ricerca di informazioni o contatti più specifici, diretti e approfonditi. Il rapporto interattivo con i lettori è costituito dalla possibilità, in risalto sulla parte destra di in ogni pagina interna, di contattare via mail il responsabile della redazione che si occupa dell’area tematica che si sta leggendo, e di iscriversi alle specifiche *mailing list*, in modo da poter partecipare al dibattito ricevendo e inviando informazioni e opinioni.

L’home page generale è allestita secondo una struttura semplice e classica divisa dall’alto in basso in tre blocchi. In alto capeggia le

³⁴ Conversazione personale con Marco Trotta, vedi Appendice B pag. 174.

uniche due parti che rimangono fisse e visibili in tutte le pagine del sito: l'intestazione "PeaceLink. Telematica per la pace" affiancata da un'animazione a rotazione che funge da link alle pagine interne o ai siti amici; sotto queste c'è la barra dei menù principali: "Chi Siamo" racconta la storia passata e presente di PeaceLink, "Contatti" spiega come raggiungere i responsabili del sito e la redazione, "Tematiche" è una mappa di ciò di cui si parla sul sito, "Campagne" illustra le principali iniziative, "Ospiti" è la sitografia dei link degli "amici" che collaborano dall'esterno, "Calendario" è un agenda degli appuntamenti. Dal secondo blocco centrale in poi inizia l'home page vera e propria: a sinistra un riquadro presenta l'editoriale, al centro una foto, o un disegno fungono da notizia principale, e infine sulla destra un sommario elenca le principali "aree tematiche" in cui il sito è articolato. Una terza ed ultima fascia è formata al centro dai "titoli – link" degli articoli più importanti suddivisi dall'alto in basso in varie sezioni: "Notizie – PeaceLink News", l'archivio con "Gli Editoriali di PeaceLink", "Notizie amiche. Articoli e novità dagli ospiti del sito", "Altrainformazione. Tutto quello che non leggerai mai sui giornali", "Dossier" e le recensioni librerie di "Letture Consigliate"; sulle colonne laterali infine ci sono link costruiti con foto, immagini o animazioni colorate che sulla destra rimandano alle informazioni su PeaceLink, o invitano a collaborare, sulla sinistra invece puntano l'attenzione sulle iniziative, campagne portate avanti direttamente da PeaceLink o da siti e associazioni con cui PeaceLink collabora.

Il modo più semplice e evidente di raggiungere gli articoli è quello di rintracciarli dall'home page generale; la linea editoriale privilegia la presenza in home page di un grande numero di notizie. Un secondo metodo è utilizzare del motore di ricerca interno, posizionato in alto sulla destra, o da quelli esterni, ad esempio Google News Italia di cui

PeaceLink costituisce una delle 250 fonti privilegiate; un terzo modo è accedere direttamente alle singole home page tematiche che attualmente sono: “America Latina”, “Cybercultura”, “Conflitti”, “Consumocritico”, “Diritti”, “Animali”, “Diritto in rete”, “Disarmo”, “Ecologia”, “Educazione”, “Europace”, “Genova G8”, “Mediawatch”, “Migranti”, “Nobrain”, “Pace”, “Palestina”, “Storia”, “Volontariato”, “Votantonio”. Per rendere più facile l’orientamento, ogni home page tematica è a sua volta suddivisa in argomenti, sottoargomenti e singoli articoli.

Seguendo questa gerarchia vengono organizzati, nei contenuti e nella disposizione grafica, tutte le pagine interne. In primo luogo ciascuna home page tematica presenta al centro la propria struttura, che alla vista è simile ad un “grafo ad albero” contenente gli ulteriori argomenti e sottoargomenti; sulla destra è pubblicato l’ultimo editoriale di quell’area apparso in home page generale, mentre sulla sinistra compaiono gli articoli ordinati secondo un criterio di recenza. Secondariamente cliccando su un specifico argomento o sottoargomento, la pagina in primo piano visualizza tutti gli scritti inerenti in base all’ordine cronologico, per cui i più vecchi man mano scalano in basso; mentre per riassume l’articolazione dell’area tematiche di lato sulla destra offre gli argomenti di grado gerarchico superiore e in alto quelli di grado inferiore. Quando infine si clicca sull’articolo esso, come ovvio, rimane al centro pagina, viceversa sulla destra e in alto vengono conservati rispettivamente il menù degli argomenti dell’area tematica e il percorso fatto per arrivare fin lì.

Questo sistema gerarchico, sicuramente più facile da navigare che a spiegarsi, porta il vantaggio di ordinare una mole notevole di articoli, e di conseguenza di agevolare il lavoro dei redattori. I lettori invece attraverso i motori di ricerca, interni ed esterni, possono

scavalcare e arrivare direttamente a ciò che stanno cercando, o compiere il percorso a ritroso partendo dal singolo articolo per arrivare a temi più ampi e generali.

4.3 La redazione

4.3.1 La scelta del volontariato

PeaceLink è un'associazione che basa il suo lavoro sul volontariato: chiunque lavori per la redazione, o per costruzione del sito, o per l'organizzazione di qualche iniziativa, lo fa a titolo gratuito. Questa politica rientra è frutto in primo luogo dell'adesione alla "telematica per la pace" descritta nel paragrafo precedente, che quindi si configura come una scelta "etica, un'utopia concreta che conta sulla buona volontà e gli ideali di chi si batte per la causa della pace"³⁵ e vuole impegnarsi nel fare *mediattivismo*. Ragionando sul volontariato dell'informazione Gubitosa sostiene che è l'unico modo non solo perché il potere dell'informazione "venga ridistribuito dal basso", ma anche perché costituisce "una responsabilità storica e una grande opportunità"³⁶.

La seconda ragione ha un carattere prettamente economico: essere volontari significa azzerare quasi tutte le spese. Il che è certamente un vantaggio pensando esclusivamente a quanto potrebbe costare pagare dei attivisti come se fossero giornalisti professionisti, o in quante difficoltà incorrono tutti i piccoli media che affrontano spese ben superiori a quelle di PeaceLink; è invece uno svantaggio in termini di costanza, formazione e programmazione per il futuro (vedi anche

³⁵ Conversazione personale con Alessandro Marescotti, vedi Appendice B pag. 166.

³⁶ C. GUBITOSA, *L'informazione alternativa*, cit., pag. 35 e 85

paragrafo 4.3.4 e 4.3.5). Se si vuole fare informazione dal basso, indipendente, soprattutto dal punto di vista economico, si è spesso costretti a decisioni di questo tipo. L'ultima motivazione ha carattere etico e di equità: se qualcuno fosse retribuito, si farebbero per forza delle distinzioni fra i lavori realizzati dall'uno o l'altro. La convinzione di PeaceLink è che se “si paga uno si pagano tutti, per cui non si paga nessuno”, è una scelta che ha consentito di “far vivere PeaceLink a lungo e senza alcuna discussione sui “soldi”³⁷.

4.3.2 *Una redazione “comunità virtuale” radicata nel territorio*

L'idea della massima interazione con i lettori, della diffusione degli ideali della pace e la scelta del volontariato inevitabilmente comportano che la redazione sia aperta, anzi invogli a tutti i tipi di collaborazione. PeaceLink, come gli altri siti dell'informazione alternativa (vedi paragrafo 2.2.1), cerca quindi di creare una redazione che sia prima di tutto una “comunità virtuale”, in cui tutti, collaboratori ed utenti, non si limitino ad una lettura passiva, ma partecipino ed esprimano liberamente la propria opinione. In questo modo si instaura quello che Marco Trotta definisce un “meccanismo di attivazione”³⁸, che fa sì ad esempio che oggi molti lettori siano diventati volontari e redattori. Ma non sempre è facile instaurare questo tipo di rapporto, Iannuzzelli infatti racconta che l'attività di PeaceLink a volte è molto animata da “periodi caldi, quando magari azzechiamo qualche campagna interessante; allora si ha la chiara sensazione di intercettare un bisogno di comunicazione e partecipazione molto forte e distinto che fa nascere delle esperienze

³⁷ A. MARESCOTTI, *Guida all'uso di PeaceLink*, cit., in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_1332.html, pag. 15

³⁸ Conversazione personale con Marco Trotta, vedi Appendice B pag. 174.

importanti anche a livello locale e personale”; al contrario invece gli altri periodi, più “tranquilli”, l’interazione con i lettori è minore e come ammette sempre Iannuzzelli facendo autocritica “resta l’idea di un mondo virtuale notevolmente caotico, dove il lettore stesso ha scarsa comprensione non solo di cosa sia PeaceLink, ma anche di tutta la storia del movimento pacifista che ci sta dietro; colpa anche nostra, che non ci spieghiamo chiaramente e non organizziamo decentemente il sito”³⁹.

Tuttavia quella che PeaceLink ha in mente non è solo una piazza online che si riunisce in rete per arrivare a un maggior numero di persone possibile, o per ragioni di comodità e economicità, ma che sente anche l’esigenza di non perdere la dimensione “fisica” dei rapporti fra le persone, con i fatti e con le cose. Per questo motivo “occorre uscire dalla dimensione solo virtuale della comunicazione e collegare la rete alla realtà, altrimenti si rischia di finire nel cortocircuito autoreferenziale per cui: “comunichiamo al mondo che stiamo comunicando con il mondo”⁴⁰. Le attività di PeaceLink quindi spesso travalicano la rete: non solo vengono organizzate manifestazioni o iniziative in favore di qualche causa, ma periodicamente si tengono anche incontri e assemblee che consentono di conoscersi di persona e di persona prendere le decisioni più importanti che riguardano l’attività dell’associazione.

La necessità di una dimensione territoriale, oltre che virtuale, si riflette anche nella composizione della struttura organizzativa di PeaceLink: essa è pianificata secondo nodi locali formati da piccoli gruppi di persone. L’idea è quella che la “telematica per la pace” sia

³⁹ Conversazione personale con Francesco Iannuzzelli, vedi Appendice B pag. 181.

⁴⁰ Fonte, *La Telematica per la pace: intervista ad Alessandro Marescotti*, cit., in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_6700.html

come una molla che spinge a collegare non solo a grandi distanze, ma anche facendo incontrare le persone “dal vivo” e diventi centrale nella vita cittadina e locale. Ogni nodo quindi funge da:

occhio e orecchio di PeaceLink sul territorio. Molti si avvicinano a PeaceLink ed è necessario conoscerli. I nodi devono essere i punti in cui effettuare queste verifiche e prese di contatto. [...]I nodi e i punti informativi consentono di ricevere informazioni e diffonderle dalla periferia al centro e dal centro alla periferia, costruendo un circuito reale che faccia fuoriuscire PeaceLink dalla dimensione puramente virtuale per diventare un flusso di volantini, di pagine stampate che vanno in bacheche⁴¹.

4.3.3 *Come lavora la redazione*

I meccanismi della produzione della notizia sono quelli classici dei manuali di giornalismo: prima la ricerca dell’informazione, poi la verifica, la documentazione e l’approfondimento e infine la sintesi del materiale appreso attraverso la scrittura. A questo si affiancano le possibilità offerte dalle caratteristiche di Internet: rimandare attraverso i link ipertestuali ad articoli e notizie scritti da altri, o di citarli con il “copia e incolla”, ancora tradurli in italiano se sono scritti in lingua straniera. Ciò che però cambia rispetto al giornalismo classico sono ovviamente ai mezzi a disposizione e quindi il numero di notizie sempre aggiornate, la cura nella presentazione della notizia e del suo contesto. Ma soprattutto è diversa la linea editoriale di PeaceLink che è finalizzata a creare “una ragnatela di persone che danno voce a chi

⁴¹ A. MARESCOTTI, *Guida all’uso di PeaceLink*, cit., in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_1332.html, pag. 17

non ha voce”⁴² e scovare “dati, notizie e informazioni per realizzare dossier per scoprire le manipolazioni dell’informazione”⁴³, cercando di “non cavalcare la notizia” quanto piuttosto di offrire un approfondimento e una chiave di lettura originale. Di conseguenza rispetto ai media *mainstream* mutano sia le fonti e i canali d’informazione e quindi la sostanza della notizia, sia il taglio e la forma con cui la notizia è presentata.

Queste sono le idee e i principi guida, nella pratica invece come hanno già illustrato i paragrafi, sulle modalità di scrittura sul sito e sulla sua struttura (rispettivamente paragrafo 4.2.4 e 4.2.5), l’attività redazionale è suddivisa tra le *mailing list* e la pubblicazione di articoli sul web attraverso i software *PhPeace* e *PeaceWiki*. Nel primo caso tutti gli iscritti possono partecipare, badando solamente a scegliere in quale lista iscriversi e poi inviare la propria mail. Nel secondo invece esiste un filtro tra redattori e moderatori delle aree tematiche, a ciascuno di questi ultimi è affidata una tematica di cui gestiscono e articolano forma e contenuti. Il moderatore, al pari di un “caporedattore”, ha l’ultima parola sulla pubblicazione dell’articolo e sul vaglio delle notizie che arrivano in redazione, all’indirizzo info@peacelink.it, e che rientrano nell’area di sua competenza. Il coordinatore informativo è invece colui che supervisiona l’attività dei moderatori e della redazione con compiti che vanno dalla cura della linea editoriale e culturale, all’individuazione dei responsabili delle aree tematiche, i moderatori e gli *owner* (i tecnici), con cui comunica attraverso le liste interne redazione@peacelink.it e

⁴² Fonte, *La Telematica per la pace: intervista ad Alessandro Marescotti*, cit., in

http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_6700.html

⁴³ A. MARESCOTTI, *Guida all’uso di PeaceLink*, cit., in

http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_1332.html, pag. 11

owner@peacelink.it. Iannuzzelli sulla necessità di qualcuno che svolga un ruolo di supervisione spiega come “l’apertura quasi anarchica e la partecipazione provocano a volte un risultato caotico”, perciò “serve comunque qualcuno che tenga i fili, altrimenti si produce confusione”⁴⁴. L’home page è affidata e pianificata unicamente dal *webmaster* e grafico Marcandalli, che, con l’aiuto di Iannuzzelli e Gubitosa, decide su proposta della redazione cosa “merita” la prima pagina.

Tali restrizioni, oltre che dalla maggiore esperienza o alla competenza del singolo amministratore in un settore, derivano anche dal fatto che un medium, soprattutto se ha finalità “etiche”, ha sempre delle responsabilità anche penali e civili. Perciò PeaceLink ha ideato una policy generale e delle policy tematiche che da un lato regolano le norme interne della redazione (come e dove scrivere, a chi rivolgersi in caso di dubbi), dall’altro offrono indicazioni cautelative da adottare nelle redazione degli articoli. Ad esempio nella “*Piccola guida per evitare querele, citazioni per danni e altri guai in tribunale*”⁴⁵ sono segnalati i più frequenti rischi di denuncia: reati come il “danno ingiusto”, reati “contro l’onore” (ingiuria e diffamazione), reati contro lo Stato (vilipendio, apologia di reato, turba dell’ordine pubblico, violazione di segreti militari o di Stato). Queste ovviamente non sono pensate come ferree regole, piuttosto come “linee guida per individuare, valutare e schivare i rischi senza rinunciare al diritto di informazione”⁴⁶: PeaceLink infatti “punta molto sull’autogestione e il

⁴⁴ Conversazione personale con Francesco Iannuzzelli, vedi Appendice B pag. 183.

⁴⁵ A. MARESCOTTI, D. MARESCOTTI, *Piccola guida per evitare querele, citazioni per danni e altri guai in tribunale*, in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_12782.html, 25 ottobre 2005

⁴⁶ A. MARESCOTTI, D. MARESCOTTI, *Piccola guida per evitare querele, citazioni per danni e altri guai in tribunale*, cit., in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_12782.html, pag. 2

decentramento”⁴⁷, le uniche norme da seguire sono le finalità espresse nello Statuto dell’Associazione⁴⁸.

Decentramento significa anche esigenza di una dimensione territoriale: uno degli obiettivi della redazione di PeaceLink è quello di svolgere un’attività di servizio di informazione locale per servire da collegamento attivo con le persone toccate più da vicino da quelle notizie. Un esempio di giornalismo radicato nel locale è costituito dall’inserimento di quanto fanno le realtà cittadine per promuovere una cultura di pace attraverso il database del sito i link e i contatti delle associazioni locali, o il “calendario” degli eventi presente nella home page tramite cui segnalare gli appuntamenti e le iniziative. Non è un lavoro facile, come ammette Marescotti⁴⁹ alcuni tentativi per creare strutture locali non sono decollati, o hanno avuto difficoltà, come ad esempio il “database antiguerra”⁵⁰, ideato per segnalare e catalogare le iniziative di pace locali, ma che non ha raccolto i frutti sperati. Per riuscire ad avere una forte visibilità occorre, soprattutto a livello locale, riuscire a diventare una fonte, un punto di riferimento abituale per i giornalisti locali che hanno bisogno di notizie e informazioni inedite che non troverebbero da altre parti. Si realizzerebbe così un legame tra il giornalista sensibile ai valori della pace e che tenta di uscire dalle linee editoriali convenzionali, e l’attivismo delle persone normali. Rainews24, l’emittente *all news* della Rai, durante tutto lo svolgimento della guerra in Iraq manda in onda un link al sito di PeaceLink riconoscendolo tra gli interlocutori

⁴⁷ A. MARESCOTTI, *Guida all’uso di PeaceLink*, cit., in

http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_1332.html, pag. 6

⁴⁸ ASSOCIAZIONE PEACELINK, *Statuto*, in

http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_1306.html, 28 ottobre 1991

⁴⁹ Conversazione personale con Alessandro Marescotti, vedi Appendice B pag. 165.

⁵⁰ <http://db.peacelink.org/volontari/info.php?id=2>

pacifisti più importanti; questo secondo Trotta mostra come giornalisti professionisti riconoscano l'affidabilità, l'esser "conosciuto come fonte" e "la qualità del lavoro fatto" da PeaceLink"⁵¹.

4.3.4 *Formazione*

Nel capitolo precedente (paragrafo 3.3.3), si è visto come uno dei maggiori problemi della comunicazione per la pace riguardi la formazione dei suoi operatori. Gli ostacoli non si incontrano tanto nel trovare attivisti che credano negli ideali della pace, quanto nella loro costanza a disporre del tempo e delle energie necessarie ad apprendere un metodo di lavoro che permetta loro di sviluppare professionalità e conoscenza del "mestiere". Anche dentro PeaceLink sebbene i volontari che si sono ruotati in questi anni siano più di un centinaio e i rapporti personali continuino a durare, oggi i redattori fissi sono tra i trenta e i quaranta. È un fatto fisiologico che dipende in buona misura dalla natura volontaria dell'associazione: chi ha un lavoro pagato, una famiglia da mantenere, spesso trova difficile dedicare tempo alla ricerca delle notizie, alla scrittura degli articoli, alla corrispondenze via mail. Questo accade anche se molti collaboratori svolgono un mestiere attinente all'attività di PeaceLink, ad esempio il giornalista, il programmatore informatico, o alle sue tematiche, come l'assistente sociale; nel tempo libero questi professionisti mettono a disposizione quelle competenze che utilizzano nel proprio lavoro.

Per le difficoltà appena illustrate il metodo d'insegnamento adottato da PeaceLink cerca di coniugare la formazione con la partecipazione in modo che si crei un rapporto, prima umano e poi professionale, più duraturo e fecondo possibile; questo perché come

⁵¹ Conversazione personale con Marco Trotta, vedi Appendice B pag. 177.

racconta Iannuzzelli spesso è proprio la “la mancanza di contatto e confronto umano a provocare carenze di continuità, di farsi carico delle responsabilità e di chiarezza di comunicazione”⁵². Da un lato ci sono i consigli e le indicazioni dei veterani con più esperienza, dall’altro si lascia libero spazio all’apprendimento autodidatta, agli interessi e alle competenze specifiche di ognuno. Aver pubblicato un software come *PhPeace* favorisce senza dubbio il volontariato e la sua formazione, perché anche chi è digiuno di informatica può trovare un’ora alla settimana per scrivere, trovare materiali.

Da questa linea di condotta deriva la stesura di documenti in rete come le già citate policy e o di “minikit del *mediattivismo*”⁵³ come la “*Guida all’uso di PeaceLink*”, “*Perché costruire un sito Internet pacifista con PhPeace*”, o “*PhPeace 2.1: manuale d’uso con test finali*”, o più in generale tutta la sezione “Chi siamo” dove è pubblicato lo Statuto e la storia dell’Associazione, che spiegano non solo cosa è e cosa fa PeaceLink, ma entrano nel dettaglio di come l’attività dell’associazione viene portata avanti. A questo sono finalizzate anche le assemblee e gli incontri che periodicamente si tengono per fare il punto su tutte le attività di PeaceLink; durante una di queste è emersa l’esigenza di “esplicitare meglio le nostre necessità verso l’esterno senza chiedere collaborazioni troppo generiche”⁵⁴ e di vincere il rischio che i collaboratori occasionali non sappiano bene come funziona PeaceLink. Allo stesso modo le *mailing list* come “redazione@peacelink.it”, “progetto@peacelink.it”, “tecnica@peacelink.it”, servono per alimentare la discussione sulla

⁵² Conversazione personale con Francesco Iannuzzelli, vedi Appendice B pag. 182-3.

⁵³ A. MARESCOTTI, *Guida all’uso di PeaceLink*, cit., in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_1332.html, pag. 23

⁵⁴ A. MARESCOTTI, *Guida all’uso di PeaceLink*, cit., in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_1332.html, pag. 3

vita, le decisioni e le difficoltà della redazione; a queste partecipano anche i nuovi arrivati, in modo che l'interazione favoriscano il massimo coinvolgimento e di conseguenza il numero dei redattori e la vitalità del sito. Come dice Marescotti ogni attivista “deve sapersi orientare combinando le proprie competenze con quelle degli altri” in modo da “ sentirsi parte di una rete di competenze”⁵⁵.

4.3.5 *Modello economico e struttura dell'Associazione*

Il modello di volontariato per coerenza comporta che PeaceLink basi le sue entrate esclusivamente sulle donazioni, soprattutto natalizie, e sulle quote dei soci. Nessun tipo di pubblicità o di vendita è consentita. I *banner*⁵⁶, le inserzioni di Internet, nonostante le proposte di qualche azienda, sono evitati al fine di “garantire un'assoluta autonomia di PeaceLink”⁵⁷ e non incappare in nessuna forma di condizionamento: “se fossimo un sito furbetto, non avremmo nessun costo, basterebbe mettere la pubblicità e non solo non pagheremmo la connessione, ma ci guadagneremmo”⁵⁸. Le entrate sono sufficienti a coprire le minime spese⁵⁹ di manutenzione e aggiornamento dei server, dell'hardware e delle connessioni, o le uscite dovute all'acquisto di attrezzature e ai costi vivi di

⁵⁵ Conversazione personale con Alessandro Marescotti, vedi Appendice B pag. 168.

⁵⁶ In una pagina del sito, dedicata all'argomento *banner* si propone un “Banner Free”, un marchio che “garantisce la qualità delle informazioni delle nostre pagine. Nella home page di PeaceLink trova spazio solamente chi ha le cose più interessanti e utili da dire sui temi della pace e dei diritti umani, non chi ha più soldi da pagare”; in

http://italy.peacelink.org/peacelink/indices/index_1866.html

⁵⁷ A. MARESCOTTI, *Guida all'uso di PeaceLink*, cit., in

http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_1332.html, pag. 15

⁵⁸ Conversazione personale con Alessandro Marescotti, vedi Appendice B pag. 168.

⁵⁹ “Con le donazioni riusciamo, dobbiamo sempre sollecitare i nostri utenti, ma grosso modo siamo in attivo”. Conversazione personale con Alessandro Marescotti, vedi Appendice B pag. 168.

comunicazione, ad esempio francobolli, fotocopie, telefonate, affissione manifesti.

Anche la gestione degli aspetti economici di PeaceLink è improntata sulla partecipazione e sulla trasparenza: sul sito sono disponibili al pubblico i dati sul bilancio e dei soldi⁶⁰; informazioni affiancate dagli documenti ufficiali sull'associazione come l'Atto costitutivo, lo Statuto e le delibere più recenti⁶¹, o sulla struttura dei nodi locali e la suddivisione degli incarichi⁶². Il Coordinamento dell'Associazione è l'organismo deliberativo e di direzione, è formato dai rappresentanti dei nodi territoriali che eleggono un Presidente, un Segretario, un Portavoce, un Coordinatore Informativo, un Coordinatore Tecnico e un Collegio dei Probiviri.

Ciascun nodo può costituirsi come associazione locale e godere di autonomia finanziaria e culturale, che viene però verificata dal Collegio nazionale dei Probiviri. Le condizioni da rispettare sono ovviamente le finalità dell'associazione e la sua natura di volontariato senza fini di lucro:

un nodo dovrebbe privilegiare un lavoro di informazione, documentazione e raccordo fra le realtà locali impegnate per la pace e che si richiamano a metodologie nonviolente. [...] promuovere il volontariato dell'informazione e la telematica per la pace, divenendo una struttura che promuove comunità virtuali dedicate all'informazione e ben radicate sul territorio⁶³.

A livello individuale invece per diventare soci dell'associazione PeaceLink occorre versare un'offerta libera sul conto corrente postale

⁶⁰ Fonte, http://italy.peacelink.org/peacelink/indices/index_558.html

⁶¹ Fonte, http://italy.peacelink.org/peacelink/indices/index_560.html

⁶² Fonte, http://italy.peacelink.org/peacelink/indices/index_559.html

⁶³ A. MARESCOTTI, *Guida all'uso di PeaceLink*, cit., in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_1332.html, pag. 15

nazionale, successivamente il neo socio viene invitato ad aderire ad uno dei nodi di PeaceLink a sua scelta. Spesso qualcuno al posto dell'offerta sceglie di accollarsi simbolicamente una delle spese, ad esempio la connessione di un server o simili.

4.3.6 Cifre e dati

Oggi PeaceLink è fra i siti italiano no profit più visitati, la media è di circa diecimila contatti unici al giorno, con punte massime di quindicimila. Il record appartiene al 20 marzo 2003, giorno d'inizio della guerra in Iraq che fa registrare 20.263 visitatori e 1475406 kilobytes di informazioni, quasi un giga e mezzo, scaricati da PeaceLink⁶⁴. Con un po' di orgoglio Marescotti fa notare che "il sito di PeaceLink è più consultato di quelli di Forza Italia, dei DS e della Chiesa Cattolica"⁶⁵.

Sulla composizione di questo pubblico non esistono degli studi, tuttavia Marescotti sottolinea la notevole presenza fra i lettori degli studenti e soprattutto delle donne:

quando iniziammo PeaceLink nel 1991 erano l'1%. Oggi invece si sono pienamente impadronite della "telematica per la pace" e costituiscono il 50% degli utenti. Una parità assoluta. Facendo una valutazione a campione degli utenti che si sono registrati nel database dei volontari antiguerra di PeaceLink abbiamo notato

⁶⁴ A. MARESCOTTI, *Quattordici anni fa nasceva PeaceLink*, 1 ottobre 2005, in http://italy.peacelink.org/pace/articles/art_12891.html

⁶⁵ Secondo la classifica redatta dal sito www.alexa.com e citata in A. MARESCOTTI, *Quattordici anni fa nasceva PeaceLink*, 1 ottobre 2005, disponibile in http://italy.peacelink.org/pace/articles/art_12891.html, PeceLink occupa la posizione 163.166 fra i siti italiani più letti in assoluto, mentre www.forzaitalia.it, www.dsonline.it e www.chiesacattolica.it si classificano rispettivamente al numero 209.236, 506.146 e 190.844 della graduatoria

che non vi è differenza regionale: le donne sono il 50% sia in Lombardia sia in Sicilia”⁶⁶.

4.4 Campagne, temi e iniziative

4.4.1 15 anni di pacifismo

L’articolo 3.4 dello Statuto dell’Associazione illustra i principi a cui si ispira PeaceLink:

la promozione della cultura della solidarietà in tutte le sue forme, la difesa dei diritti umani, l’educazione alla pace, il coordinamento informativo delle attività di volontariato, la cooperazione internazionale, il supporto ad azioni umanitarie, la sensibilità alle questioni del disagio e della sofferenza, il ripudio del razzismo e della mafia, la difesa dell’ambiente, la cultura della legalità e dei diritti civili, in particolare i diritti telematici, i diritti all’espressione multimediale del pensiero e i diritti al pluralismo informativo⁶⁷.

Idee che regolano l’articolazione delle aree tematiche, la creazione di nuovi argomenti di discussione seguono e che danno impulso alle numerose campagne pacifiste, ma non solo, portate avanti nel corso degli anni. Si è cominciato nel 1991 con l’opposizione alla guerra nel Golfo e l’anno dopo con l’appoggio alle missioni di pace a Sarajevo di don Tonino Bello e di don Albino Bizzotto di “Beati i Costruttori di Pace”⁶⁸; insieme a loro PeaceLink organizza un collegamento tra la

⁶⁶ Fonte, *La Telematica per la pace: intervista ad Alessandro Marescotti*, cit., in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_6700.html

⁶⁷ ASSOCIAZIONE PEACELINK, *Statuto*, in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_1306.html, 28 ottobre 1991

⁶⁸ www.beati.org

rete telematica e un aereo da soccorso pronto a decollare nel caso la missione pacifista fosse stata colpita. Nel 1995 PeaceLink si mette in contatto con l’Africa: aiuta Nigrizia⁶⁹, la rivista dei Missionari Comboniani, ad aprire il suo sito web, e ad allestire Africanews⁷⁰, un’agenzia d’informazione online di giornalisti africani; grazie a queste esperienze si conosce Kivuli, una comunità di bambini di strada di Nairobi assistita da padre Renato Kizito Sezana, un’esperienza raccolta nel volume “*Apri una finestra sul mondo*”⁷¹. Dall’esperienza con padre Kizito nasce anche un’altra collaborazione e amicizia, quella con Chiara Castellani, dottoressa italiana specializzata in ginecologia e ostetricia che dai primi anni ’90 opera in Africa, nel piccolo villaggio di Kimbau nella Repubblica Democratica del Congo, dove esercita in condizioni drammatiche, la fine della crudele dittatura di Mobutu e l’inizio di un intricato quanto sanguinoso conflitto, l’assoluta povertà e mancanza dei più elementari beni di prima necessità. Ma non solo, la castellani si occupa anche di telematica che considera unica possibilità di comunicare con il resto del mondo dal centro della foresta senza acqua ed energia elettrica, attraverso un computer alimentato da un generatore e la tecnologia del *packet radio*, che trasforma i segnali digitali in onde radio; PeaceLink dedica una sezione del sito⁷² dove vengono date informazioni sull’attività della Castellani e sulla situazione politica della Repubblica Democratica del Congo. Sempre nel 1995 PeaceLink si

⁶⁹ www.nigrizia.it

⁷⁰ www.newsfromafrica.org

⁷¹ R. KIZITO SESANA, *Apri una finestra sul mondo: telematica e scuola, un’esperienza di solidarietà con l’Africa*, Multimage, Torino, 1997

⁷² www.kimbau.org. Su Chira Castellani vedi: C. CASTELLANI, *Una lampadina per Kimbau: le mie storie di chirurgo di guerra dal Nicaragua al Congo raccolte da Mariapia Bonanate*, Milano, Mondadori, 2004

occupa anche di Italia, ospitando nell'appena nato sito web le storie di Gianmarco, “un bambino sfortunato affetto da una infausta malattia allora non diagnosticata, essendo una variante allora sconosciuta della leucodistrofia”⁷³, e di Ugo, un tossicodipendente che riporta il percorso della sua disintossicazione. Nei due anni successivi vengono scritti “*Telematica per la pace*”⁷⁴, in cui Gubitosa, Marcandalli e Marescotti raccontano la storia e le idee di PeaceLink, e “*Oltre Internet*”⁷⁵, curato ancora da Gubitosa con la prefazione di padre Alex Zanotelli. Nel 1998 la crisi della ex-Jugoslavia si estende anche alla regione del Kosovo: la Nato, e appoggiata dall'Italia, decide di bombardare la Serbia di Milosevic. Mentre il movimento pacifista italiano attraversa il suo periodo di massima crisi e di isolamento dall'opinione pubblica, PeaceLink si oppone alla guerra e registra record di contatti al suo sito web grazie ad alcuni scoop: la strage al mercato di Nis, un cosiddetto “effetto collaterale” delle “bombe a grappolo” passato inosservato alla stampa e di cui da notizia PeaceLink attraverso la sua collaborazione con il professor Djordje Vidanovic⁷⁶, docente di Linguistica e Semantica presso l'Università di Nis; a guerra finita nel 2000 PeaceLink pubblica la documentazione NATO⁷⁷ che dimostra come il contingente militare italiano operasse nella zona del Kosovo più bombardata con il tossico uranio impoverito⁷⁸, il dossier viene ripreso dai giornali e agenzie stampa e soprattutto comincia una campagna di informazione alle famiglie dei

⁷³ A. MARESCOTTI, *PeaceLink - collegamenti di pace*, cit., in

http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_7888.html

⁷⁴ C. GUBITOSA, E. MARCANDALLI, A. MARESCOTTI, *Telematica per la pace*, cit., 1996

⁷⁵ C. GUBITOSA, *Oltre Internet*, cit.

⁷⁶ Fonte, <http://web.peacelink.it/kosovo/lettere/vidanovic.html>

⁷⁷ www.nato.int

⁷⁸ Tutti gli articoli sull'uranio impoverito sono raggruppati nella tematica “disarmo/uranio impoverito” disponibile all'indirizzo http://italy.peacelink.org/disarmo/indices/index_6.html

soldati: più di trenta sono i militari morti e 200 quelli malati di tumori in seguito alla partecipazioni alle missioni italiane in Bosnia e Kosovo⁷⁹. Trotta racconta che molti di questi sono studenti che in vista dell'esame della maturità scaricano un dossier scritto collettivamente dalla redazione per riassumere “le contraddizioni dell'intervento umanitario voluto dalla Nato”⁸⁰. Nel 2000 il viaggio in Cecenia tra le macerie di Grozny, di cui Gubitosa parla nel suo “Viaggio in Cecenia”⁸¹. Lo stesso anno PeaceLink rende noto il “Piano di emergenza per Taranto per incidenti ad unità militari a propulsione nucleare”⁸²: la Prefettura di Taranto in base alla legge Bassanini sulla trasparenza dell'amministrazione pubblica, risponde ad una richiesta di PeaceLink e fornisce informazioni non ritenute di interesse militare, anche se in esse è “descritto il piano di evacuazione della città e viene considerata l'ipotesi di una catastrofe atomica dovuta alla fusione del nocciolo del reattore nucleare di un'unità militare”⁸³; quando la notizia finisce sui giornali il prefetto di Taranto viene trasferito. Nel 2001 PeaceLink riceve il Premio Giornalistico “Il Mosaico della solidarietà”, per la sezione l'informazione on line assegnato “per il costante impegno nella diffusione delle notizie relative alle attività delle Organizzazioni non Governative; per la completezza del sito e la qualità del notiziario; per la costante ricerca e promozione di fonti alternative; per l'interattività della sezione news

⁷⁹ S. DIVERTITO, *Uranio, nemico invisibile*, Infinito Edizioni, Roma, 2004

⁸⁰ Conversazione personale con Marco Trotta, vedi Appendice B pag. 176.

⁸¹ C. GUBITOSA, *Viaggio in Cecenia : la “guerra sporca” della Russia e la tragedia di un popolo*, Nuova iniziativa editoriale, Roma, 2004

⁸² Tutti gli articoli sulle basi militari italiane che ospitano armamenti nucleari sono raggruppati nella tematica “disarmo/ rischio nucleare / i porti a rischio nucleare” disponibili all'indirizzo http://italy.peacelink.org/disarmo/indices/index_2.html

⁸³ A. MARESCOTTI, *PeaceLink - collegamenti di pace*, cit., in http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_7888.html

liste”⁸⁴. In luglio a Genova, si tiene la manifestazione di contestazione al g8, questa citazione riassume cosa pensa PeaceLink di quanto accaduto in quei giorni:

la polizia sopraggiunge dietro ai black bloc, carica all'improvviso. I black bloc fuggono per primi, i pacifisti non violenti si radunano ai lati della strada, le magliette e le mani bianche bene in vista, la testa ed il viso scoperti. La polizia attacca. Non i black. Sfruttando il panico indotto dai lacrimogeni, si scaglia su di noi⁸⁵.

Dopo l'undici settembre PeaceLink, arriva la guerra in Afghanistan, contestata da PeaceLink. In una situazione molto delicata per la politica internazionale l'impegno per la pace continua con la difesa della legge 185/90 sul controllo parlamentare dell'esportazione e il commercio delle armi, minacciata da un disegno di legge che vede tra i suoi sostenitori uno schieramento trasversale da destra e a sinistra. Dal 2003 PeaceLink partecipa alle grandi mobilitazioni contro l'intervento in Iraq; tra le numerose iniziative ha un grande successo quella dell'esposizione delle “Bandiere di Pace dai balconi”⁸⁶, ognuno può segnalare sul sito la propria bandiera⁸⁷.

Nella sezione “campagne” si può accedere alle pagine che riguardano le campagne attualmente in corso. Alcune sono proposte

⁸⁴ A. MARESCOTTI, *PeaceLink - collegamenti di pace*, cit., in

http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_7888.html

⁸⁵ A. MARESCOTTI, *PeaceLink - collegamenti di pace*, cit., in

http://italy.peacelink.org/peacelink/articles/art_7888.html. Tutti gli articoli e le testimonianze sul g8 di Genova sono raggruppati nella tematica “genova” disponibile all'indirizzo

http://italy.peacelink.org/mappa/topic_17.html

⁸⁶ Fonte, www.bandieredipace.org

⁸⁷ Tutti gli articoli sono raggruppati nella tematica “pace” disponibile all'indirizzo

http://italy.peacelink.org/mappa/topic_4.html

nonviolente contro la guerra, come “BoycottaLaGuerra”⁸⁸ che monitora quali sono le grandi multinazionali coinvolte nel finanziamento degli armamenti, “Campagna Kosovo”⁸⁹ per la non violenza e la riconciliazione nella regione martoriata dalla guerra, “Tutti giù per terra”⁹⁰ che raccoglie idee per azioni di protesta contro la guerra in Iraq; altre invitano al consumo critico come “SpronaCoop”⁹¹, la campagna di sollecito alla base sociale di richiesta di trasparenza verso la catena di supermercati Coop; infine ci sono le campagne sulla comunicazione di pace: “Votantonio”⁹², iniziativa che propone di “ritoccare” in chiave satirica i manifesti elettorali di cui sono tappezzate le città italiane, e “Communication Rights in the Information Society” (CRIS)⁹³ la piattaforma italiana che aderisce al “Summit Mondiale sulla Società dell’Informazione” (WSIS)⁹⁴ che si occupa a livello internazionale della tutela i diritti della comunicazione.

4.4.2 *Italian crackdown*

L’interesse per la *cybercultura* e lo sviluppo sostenibile delle tecnologie informatiche è nel dna di PeaceLink, ma si comprende meglio alla luce dell’*Italian crackdown*⁹⁵, il blitz della Guardia di

⁸⁸ <http://italy.peacelink.org/boycottalaguerra/>

⁸⁹ <http://italy.peacelink.org/kosovo/>

⁹⁰ <http://italy.peacelink.org/tuttigiuperterra/>

⁹¹ <http://italy.peacelink.org/spronacoop/>

⁹² <http://italy.peacelink.org/votantonio/>

⁹³ www.cris-italia.info/cris

⁹⁴ www.worldsummit2003.org

⁹⁵ Per avere informazioni sull’ *Italian Crackdown* si consiglia il libro: C. GUBITOSA, *Italian Crackdown*, cit.; sul sito di PeaceLink ci sono due sezioni dedicate all’argomento:

http://italy.peacelink.org/diritto/indices/index_1393.html e

<http://web.peacelink.it/tutelarete/crackpck.html>

Finanza che nel 1994 sequestra il computer centrale della rete che ha sede nella casa di uno dei fondatori dell'Associazione PeaceLink, Giovanni Pugliese. L'accusa è di "importazione, distribuzione e vendita a scopo di lucro" di materiale software protetto da copyright e di creazione di una banca dati per "uso esclusivo di riproduzione di programmi"⁹⁶. Le prove sono da un lato la testimonianze di alcuni utenti che sostengono che ogni collegamento ai nodi BBS della rete PeaceLink viene pagato dalle 50 alle 200mila lire, dall'altro il ritrovamento di una copia senza licenza di del software della Microsoft "Word 6" nel computer di Pugliese. Nonostante la difesa di PeaceLink mostri da un lato l'inconsistenza delle prove, dall'altro il dilettantismo nella conduzione delle indagini, nel 1996 arriva la condanna penale e solo nel 2000 la piena assoluzione. La difesa evidenzia in primo luogo che la copia di Word era preinstallata e dunque non duplicabile o diffondibile per via telematica, inoltre diversamente da quanto accade oggi con il web e con il *file sharing*, tramite le reti BBS il collegamento dura per pochi minuti perché supporta un solo utente per volta quindi non c'è il tempo per scaricare un intero programma. Secondariamente, durante lo svolgimento delle indagini nessuno controlla i conti bancari di Pugliese e si accorge che i profitti da miliardario di cui è accusato contrastano con il suo semplice stipendio da operaio e la sua casa ancora in costruzione.

L'inchiesta su PeaceLink secondo i suoi membri rientra all'interno del cosiddetto "*Italian crackdown*" l'operazione di polizia che nel maggio del 1994 indaga gli utenti delle rete amatoriale Fidonet accusandoli di pirateria e di frode informatica. L'incriminazione, spiega Moccia, è quella di "associazione a delinquere finalizzata alla diffusione di programmi per computer illegalmente copiati ed utilizzo

⁹⁶ C. GUBITOSA, *Italian Crackdown*, cit., pag. 84

fraudolento di chiavi d'accesso per entrare in elaboratori di pubblica utilità"⁹⁷. La procura di Pesaro, che sospetta di due commercianti duplicatori abusivi di software, decide di perquisire tutti i nodi, sparsi in tutta Italia, delle reti BBS a cui i due aderiscono. Il problema sottolinea Moccia è il criterio con cui l'indagine viene condotta:

il danno materiale e morale, soprattutto a causa dell'indagine partita da Pesaro, fu incalcolabile: i sequestri furono effettuati ovunque e con modalità differenti, a seconda del livello di impreparazione tecnica di chi aveva il compito di svolgere l'operazione. [...] il panico fu totale per quelle famiglie nelle quali molti giovani *SysOp* ancora vivevano, adolescenti la cui unica colpa era stata quella di coltivare con passione il proprio hobby telematico⁹⁸.

Secondo Gubitosa, dietro l'inchiesta si cela la lobby della BSA (Business Software Alliance), l'alleanza dei produttori di software contrari alla libera circolazione in rete e fra gli utenti di qualsiasi tipo di programmi e file; ne consegue nasce uno scontro tra:

due approcci culturali e filosofici che oggi guidano lo sviluppo tecnologico, culturale e commerciale: il modello "proprietario" e il modello "libero". Due modelli di sviluppo e di ricerca caratterizzati da un approccio diametralmente opposto a questioni delicate e cruciali come la proprietà intellettuale, il copyright e i diritti di sfruttamento economico delle invenzioni⁹⁹.

PeaceLink allora si impegna ancora con più forza per proporre un suo modello di sviluppo sostenibile delle tecnologie informatiche. Le

⁹⁷ V. MOCCIA, *A 10 anni dal primo Crackdown Italiano*, cit., in http://italy.peacelink.org/diritto/articles/art_5576.html, 18 giugno 2004

⁹⁸ V. MOCCIA, *A 10 anni dal primo Crackdown Italiano*, cit., in http://italy.peacelink.org/diritto/articles/art_5576.html, 18 giugno 2004

⁹⁹ Fonte, www.apogeonline.com/webzine/2004/06/15/01/200406150102

aree tematiche “cybercultura”¹⁰⁰ e “diritto in rete”¹⁰¹ sono pensate la prima per informare, aggiornarsi e discutere su tutto quello che riguarda il mondo delle reti, dal *software libero* e il *file sharing*, al *mediattivismo* e al *digital divide*, e la seconda per essere non solo un luogo di dibattito, ma anche uno strumento di conoscenza, proposta difesa legale sui diritti degli utenti della rete, come la privacy e il copyright, sulle leggi e delle norme, sugli atti, le sentenze.

4.4.3 *MediaWatch*

Uno dei compiti principali che la comunicazione per la pace si assume è quello di studiare, monitorare e se necessario denunciare il comportamento dei media *mainstream* in modo che la società civile riesca, in modo costruttivo e senza demonizzazioni, a “fare pressione non sul potere politico, ma su quello”¹⁰². Con questo obiettivo PeaceLink in collaborazione con un gruppo di siti e riviste di informazione alternativa, Altreconomia, Carta, Azione Nonviolenta, Buone Nuove, Guerre & Pace, Indymedia. Information Guerrilla, Informazione senza frontiere, Terre di Mezzo, Unimondo, Vita, Volontari per lo sviluppo¹⁰³, ha creato “MediaWatch”¹⁰⁴, un osservatorio sull’informazione che raccoglie segnalazioni per documentare “manipolazioni, forzature, censure, menzogne e

¹⁰⁰ <http://italy.peacelink.org/cybercultura/>

¹⁰¹ <http://italy.peacelink.org/diritto/>

¹⁰² Frase pronunciata da Carlo Gubitosa durante i lavori della tavola plenaria del “Convivio dei popoli”, vedi “Appendice A”, Estratti del seminario “Convivio dei popoli” dedicato al tema “comunicare la pace”, pag. 154.

¹⁰³ Per contatti i rispettivi siti internet sono: www.altreconomia.it, www.carta.org, www.nonviolenti.org, www.buonenuove.net, www.guerrepace.it, italy.indymedia.org, www.informationguerrilla.org, www.italian.it/isf/, www.terre.it, www.unimondo.org, www.vita.it, www.volontariperlosviluppo.it

¹⁰⁴ <http://italy.peacelink.org/mediawatch/>

propaganda nascoste dietro la sedicente lotta al terrorismo”¹⁰⁵. “MediaWatch” nasce il 15 febbraio 2003, il giorno in cui in tutto il mondo si organizzano manifestazioni per scongiurare la guerra in Iraq, e sino al 19 aprile dello stesso anno raccoglie 300 segnalazioni sulla copertura mediatica della guerra dando vita a una rete di osservatori, che Gubitosa definisce una “commissione popolare di vigilanza sul sistema giornalistico e radiotelevisivo”¹⁰⁶.

Il risultato dell’inchiesta è la constatazione di una nuova forma di propaganda di guerra, costruita non più sulla censura o l’occultamento delle notizie, ma sulla diffusione della cosiddetta “censura della ridondanza, cioè la censura delle informazioni vere che riescono comunque a circolare, ma sommersa dall’informazione spazzatura e frammentata di particolari inutili che sommergono la realtà fino a celarla”¹⁰⁷. Tale tecnica secondo “MediaWatch” è efficace perché si basa sull’assunto che una notizia falsa risulta sempre più forte della sua smentita: se la prima viene urlata in prima pagina, la correzione invece viene quasi nascosta, o messa in secondo piano e trovata solo da chi la cerca. La risposta di chi fa comunicazione di pace è ancora una volta è quella di una denuncia che parte dal basso: chiunque avverta il problema dell’informazione di guerra è invitato non solo a cercare di smascherare le storture della propaganda di guerra, ma anche di mettere in rete a disposizione di tutti.

Un’esperienza che ha avuto il limite secondo Gubitosa di essere troppo legata all’emotività suscitata dall’inizio della guerra in Iraq, più

¹⁰⁵ Fonte, <http://italy.peacelink.org/mediawatch/>

¹⁰⁶ C. GUBITOSA, *Rapporto finale di “Mediawatch”, osservatorio sull’informazione di guerra*, in http://italy.peacelink.org/mediawatch/articles/art_721.html

¹⁰⁷ Frase pronunciata da Carlo Gubitosa durante i lavori della tavola plenaria del “Convivio dei popoli”, vedi “Appendice A”, Estratti del seminario “Convivio dei popoli” dedicato al tema “comunicare la pace”, pag. 154.

razionalmente bisognerebbe invece di creare una struttura e un'organizzazione di più ampio respiro. Per questo oggi “MediaWatch “non si limitata a monitorare la propaganda di guerra, ma qualsiasi tipo di censura o manipolazione che “inquina i mezzi d’informazione”¹⁰⁸, con particolare attenzione non solo ai media *mainstream*, ma anche ai piccoli media locali. Secondo le intenzioni dei responsabili di “MediaWatch” questo lavoro avrebbe anche il merito di formare i cittadini e i giornalisti stessi che vogliono essere operatori di pace, sia perché allenano alle tecniche più spregiudicate del mestiere, sia perché così si può evitare il rischio “di una generazione di giornalisti cresciuti con la stampa becera”¹⁰⁹.

¹⁰⁸ Fonte, <http://italy.peacelink.org/mediawatch/>

¹⁰⁹ Frase pronunciata da Carlo Gubitosa durante i lavori della tavola plenaria del “Convivio dei popoli”, vedi “Appendice A”, Estratti del seminario “Convivio dei popoli” dedicato al tema “comunicare la pace”, pag. 156.

5. Conclusioni

“Comunicazione per la pace”, informazione alternativa e giornalismo

In questo lavoro si è ampiamente visto come Internet sia il medium adatto per una comunicazione dal basso, indipendente, aperta che veicoli un tipo di informazioni e un modo di fare informazione attento ai valori diversi da quelli che generalmente appaiono sui media *mainstream*, come lo sono quelli del pacifismo. Siti come PeaceLink che si occupano di informazione alternativa o di “comunicazione per la pace” mettono in crisi il ruolo del giornalismo, ma non vogliono sostituirsi ad esso, la loro è piuttosto la critica costruttiva di chi vuole aiutare il giornalismo e i media a migliorarsi, a liberarsi dalle loro difficoltà e problemi. Mettersi al posto dei professionisti non è pensabile per ovvie due ragioni: da un lato i mezzi a disposizione, non si può certo paragonare un insieme di associazioni che fanno volontariato con gruppi editoriali che possono disporre di budget miliardari, professionisti ben pagati, tecnologie avanzate; dall’altro bisogna ricordare che l’informazione alternativa non è un lavoro, ma un giornalismo amatoriale, un volontariato dell’informazione mosso dal senso civico e della democrazia e dall’adesione a certi valori.

Sono però due i modi in cui questi siti si pongono come alternativi rispetto al giornalismo professionista. In primo luogo molti di loro, ad esempio “MediaWatch”, si presentano come osservatori sui media. Di conseguenza la stampa, che da sempre si autodefinisce “*watch dog*”, il controllore e difensore della società e dell’opinione pubblica, diviene a sua volta oggetto di controllo e verifica. Alla luce delle opportunità e del successo del web un simile processo è inevitabilmente in atto, tuttavia è ancora prematuro prevedere se esso costituirà un bene o un

male per la professione giornalistica, per il sistema dei media e soprattutto per la società. È arduo fare pronostici anche perché né Internet, e né l'informazione alternativa, godono ancora di una credibilità forte, o di una visibilità paragonabile a quelle delle televisioni, dei giornali e delle radio nazionali¹; non si può fare un confronto fra i diecimila contatti unici giornalieri di PeaceLink e i circa sette milioni di italiani che guardano il tg1 o il tg5², o i quasi tre milioni che leggono "Repubblica" o il "Corriere"³. Sinora inoltre sembrano valere le già citate parole di Staglianò e Carlini che concordano nel ribadire l'importanza del ruolo del giornalista professionista come colui che offre al lettore, al cittadino il contesto ai fatti, alle notizie presentate (vedi paragrafo 1.3.3); Gubitosa però aggiunge che oggi il giornalista dovrebbe superare "l'obsoleta figura di mediatore" tra lettori e fonti e porsi nei confronti del suo mestiere con un "nuovo approccio povero e cognitivo" che gli consenta di formare una "forte strutturazione di tipo conoscitivo, una robusta capacità di selezione e anche di organizzazione, di strutturazione di questo materiale"⁴. Solo in questo modo, sempre secondo Gubitosa, il giornalista sarebbe in grado di fare un salto di qualità e trasformarsi in un:

bibliotecario della rete da apprezzare non tanto per la sua capacità di documentare o argomentare, quanto piuttosto per la

¹ Il rapporto del Censis (CENSIS, 2001-2005 *Cinque anni di evoluzione e rivoluzione nell'uso dei media*, cit., pagg. 2-4), sulla comunicazione in Italia nel 2005 mostra come "computer e internet crescono, ma non sfondano" e che la "televisione si conferma come lo strumento in grado di raggiungere la totalità degli italiani"

² G. DIMATTEO, *Canale5 per il rilancio punta sul grande fratello*, in "Affari & Finanza", supplemento di "la Repubblica" del 23 gennaio 2006, pag. 18

³ AUDIPRESS, *Audipress 2005/I. Volume 2: lettori in un giorno medio*, Fieg, Milano, 2005, in http://www.audipress.it/audipress_2005_i/pdf/vol2/lettori_giorno_medio.pdf

⁴ C. GUBITOSA, E. Mercandalli, A. Marescotti, *Telematica per la pace*, cit., pag. 292

sua abilità nel suggerire il modo più efficace e interessante personalmente in merito ad una data questione, un professionista in grado di creare e organizzare spazi informativi aperti, orizzontali e partecipativi⁵.

In secondo luogo l'informazione alternativa offre un tipo di informazione specifica su un insieme di temi e notizie che i giornali tradizionali toccano marginalmente, o comunque in maniera non adeguata alle esigenze del singolo utente. È proprio il lettore che spinto dal proprio interesse va a cercarsi il sito, ci naviga un po', legge gli articoli e magari in seguito decide di partecipare a quel sito scrivendo lui una notizia, o commentandone un'altra. Anche in questo secondo aspetto il giornalismo tradizionale non viene sostituito, ma piuttosto affiancato e integrato. Da qui nascono progetti online d'informazione che come PeaceLink forniscono notizie articolate in numerose quanto eterogenee aree tematiche, operatori che si occupano di promuovere una cultura di pace, agenzie di stampa alternative come Unimondo o concentrate su determinati argomenti come Redattore sociale, o aree geografiche di conflitto o di crisi come Osservatorio sui Balcani o Osservatorio Iraq che si occupano di un conflitto, o ancora operatori umanitari e di volontariato che aprono portali, webzine o blog (vedi paragrafo 2.1). Siti come questi non solo continuano a crescere in quantità⁶ e qualità, ma soprattutto ognuno di loro seguita a caratterizzarsi per il tessuto di valori e di idee che ci sta dietro. Chi fa informazione alternativa o "comunicazione per la pace" si adopera per la diffusione in positivo di quello in cui crede, cerca di fare qualcosa, di dare il suo, anche piccolo, contributo per cambiare il mondo e la

⁵ C. GUBITOSA, *L'informazione alternativa*, cit., pag. 38-39

società in cui vive. È grazie a questo retroterra culturale, questa sensibilità che si crea un'empatia, un senso di appartenenza con i lettori che costituiscono la comunità virtuale degli abituali navigatori della rete.

L'associazione PeaceLink è riuscita ad offrire entrambi i tipi di informazioni, quelle sul monitoraggio dei media e quelle specifiche e alternative sulla "comunicazione per la pace", ideando e proponendo la "telematica per la pace", un modello efficace dal punto di vista comunicativo che mette insieme informatica, giornalismo e pacifismo.

Lo sviluppo tecnologico è vissuto come parte integrante della cultura pacifista: l'accesso ad esso e la sua condivisione sono considerati diritti universali perché i computer, la telematica e le reti sono strumenti di comunicazione economici, facili e quindi democratici. Gli unici timori che PeaceLink nutre verso il progresso informatico sono che esso non sia raggiungibile per tutti (vedi paragrafo 2.6), ma solo per pochi privilegiati che possono permettersi potenti calcolatori, connessioni veloci a banda larga e software a pagamento più sofisticati; e che questo sviluppo avvenga non nell'interesse generale dal basso, dagli utenti, ma al contrario sia deciso, se non imposto, da aziende multinazionali o da governi che si muovono per interesse particolare. La tecnologia ha una portata universale perché è uno strumento, o meglio lo strumento, la struttura al servizio dei contenuti e delle idee. Seguendo quest'ottica PeaceLink nel 1991 apre il suo primo BBS, nel 1995 quando ha inaugurato il sito web, e ancora nel 2000 con la messa a punto del *PhPeace*, o con le battaglie per la circolazione del *software libero*, di denuncia del

⁶ L'Italia è il terzo paese al mondo per numero di domini internet registrati: con 9.343.663 è seconda solo a Stati Uniti e Giappone. Fonte, THE ECONOMIST, *Il mondo in cifre 2006*, Fusi orari, Roma, 2005

digital divide, la tutela di diritti in rete come quelli sulla privacy e il *copyleft*; e questa sarà la sfida dei prossimi anni: riuscire a tenersi aggiornati, capire quale è il “prossimo paradigma di comunicazione in cui entrare per diffondere questi temi”⁷. Sia Trotta che Iannuzzelli concordano nel sostenere che in prospettiva futura la comunicazione sarà “sempre più visiva e sintetica”⁸, ciò avrà inevitabilmente ripercussioni anche in PeaceLink, che da una lato avrà il bisogno di “competenze sempre più aggiornate”, mentre dall’altro sarà necessario trovare “il giusto compromesso tra chi preferisce una stabilità tecnica che però spesso resta indietro rispetto alle necessità, e l’avanguardia sperimentatrice che però a volte disorienta i visitatori”⁹.

L’informatica però per quanto sia importante è “solo” un mezzo, per arrivare alla vera priorità: la creazione dei “legami di pace”, i PeaceLinkers. Questi sono nati grazie agli articoli, alle campagne e alle iniziative portate avanti in questi anni (vedi paragrafo 4.4), che non solo mostrano la bontà e la coerenza del lavoro svolto, ma soprattutto hanno fatto sì che intorno a PeaceLink si creasse una comunità di persone, per cui PeaceLink è un medium di riferimento. Spesso su PeaceLink viene citato Rheingold, il teorico delle “comunità virtuali”, che spiega come:

abbiamo bisogno di una sorta di intermediario tra gli uomini e la funzionalità della rete. Le comunità virtuali aiutano i loro membri, siano o no operatori nel campo dell’informazione, a far fronte all’eccesso di informazioni¹⁰.

⁷ Conversazione personale con Marco Trotta, vedi Appendice B pag. 175.

⁸ In particolare secondo Trotta il futuro della rete si giocherà soprattutto nella produzione di contenuti multimediali, che riguardano in particolar modo la comunicazione visuale. Vedi conversazione personale con Marco Trotta, vedi Appendice B pag. 175.

⁹ Conversazione personale con Francesco Iannuzzelli, vedi Appendice B pag. 182.

¹⁰ C. GUBITOSA, *Oltre Internet*, cit., pag. 97

Non potendo, e non volendo, competere con l'informazione *mainstream* sul suo terreno, quello di una redazione operativa 24 ore al giorno, sette giorni su sette, con notiziari, articoli, *breaking news*, sempre aggiornati, sempre nuovi, per distinguersi PeaceLink ha dunque concentrato la sua attività sulla costruzione di un gruppo di persone che lavorasse con meno soldi, meno mezzi, meno tempo e meno ritmo con articoli d'approfondimento, inchieste, segnalazioni. Così si è riusciti a creare un'identità diversa, o in senso politico alternativa, attraverso un proprio canale di comunicazione. Come dice Mao Valpiana è meglio “parlare di comunicazione e non di informazione, perché la comunicazione va in due direzioni: devono esserci due soggetti che devono parlare e comunicare e non uno che passivamente riceve notizie che non può verificare”¹¹.

Creare una rete di informazioni e di contatti duraturi fra i pacifisti italiani è infatti l'idea di partenza di PeaceLink e inevitabilmente segnerà la linea editoriale del futuro. A questo proposito Marescotti sottolinea il costante tentativo di affiancare alla dimensione virtuale della comunicazione in rete, quella anche fisica fondamentale per il rafforzamento delle relazioni personali e sociali. In questo senso il prossimo passo che PeaceLink si propone di compiere è quello dell'informazione locale: “passare da una telematica nazionale e verticale ad una locale e orizzontale in cui i contatti passano non solo attraverso il centro, ma anche tra le periferie”¹². Il radicamento nel territorio viene così inteso come “forme di interazione maggiore che servano da stimolo far incontrare le persone, che solo così possono farsi assemblea e diventare una vera forza politica e sociale”¹³. Dopo

¹¹ Conversazione personale con Mao Valpiana, vedi Appendice B pag. 169.

¹² Conversazione personale con Alessandro Marescotti, vedi Appendice B pag. 179.

¹³ Conversazione personale con Alessandro Marescotti, vedi Appendice B pag. 179.

aver assunto un una portata nazionale, PeaceLink vuole tornare al locale per recuperare una pratica quotidiana di attivismo che favorisca una linea *glocal*, ossia “pensare globalmente e agire localmente”. Un obiettivo che però richiede un impegno ancora maggiore, e un dispendio di energie che peseranno sulla dimensione volontaria di PeaceLink, ma che Marescotti indica come urgente compito per l’avvenire.

L’interattività e la partecipazione sembrano ancora una volta essere la strada attraverso la quale concretizzare anche questo passaggio. Insistere perciò sugli usi sociali e collettivi del web, consentiti da *mailing list* e dai software *PhPeace* e *PeaceWiki*, perché come scrive Carlini saranno tra le innovazioni principali di una nuova fase di Internet, che il giornalista chiama versione 2.0, che si caratterizzerà “nel senso di una interattività ben maggiore rispetto a quella in precedenza consentita dalle pagine web”¹⁴. Solo in questo modo un sito come PeaceLink può trasformare tutte le difficoltà, i limiti, i gap economici e di formazione che il volontariato comporta in un vantaggio: scambiare la povertà di mezzi con la ricchezza di partecipazione significa riuscire ad esportare e diffondere il proprio modello di “telematica per la pace”. E quindi realizzare gli obiettivi politici e sociali che si è prefissato: smuovere le coscienze, cambiare almeno una piccola fetta di mondo, anche “solo” per diecimila persone al giorno.

¹⁴ F. CARLINI, *Il web si rinnova, con i valori originari*, in “il Manifesto”, 15 gennaio 2006, pag.

Appendice A

Estratti dal seminario “Convivio dei popoli” dedicato al tema “Comunicare la pace”

Assemblea plenaria, Riccione, 17 ottobre 2004

- *Intervento di Enrico Paissan, giornalista della Provincia Autonoma di Trento e responsabile dell'ufficio stampa dell'ordine nazionale dei giornalisti*

Il movimento finora è stato perdente perché si è sempre posto come alternativo e quindi non credibile. Il primo limite del movimento è quindi quello di collocarsi non come interlocutore sistematico verso gli organi dell'informazione; ma generalmente ogni associazione, ogni gruppo, ogni singola iniziativa preferisce presentare la propria presenza come autonoma, che finisce per essere una presenza di nicchia, un circuito troppo limitato che corre il rischio dell'autoreferenzialità. Non si pone invece il problema di aggredire, con tutte le difficoltà del caso, l'insieme dei meccanismi del sistema delle comunicazioni del nostro paese e l'insieme dei singoli territori. [...] Italia è il paese degli ottomila comuni, cento province e venti regioni, ha quindi una tradizione identitaria molto frantumata, anche a livello delle numerose radio e televisioni locali. Finora il limite di fondo del movimento è stato quello di non essere riusciti a confrontarci con questa straordinaria presenza radicata nel territorio e nemmeno nel processo di innovazione tecnologica da loro portate avanti. [...] Questo è il terreno su cui si gioca la partita e su cui il movimento deve riuscire a dire la sua. [...] Dobbiamo avere l'ambizione di diventare un punto centrale della comunicazione del nostro paese, affermare quel patrimonio valoriale di cui siamo i

portatori. Io amo dire che il movimento per la pace è un gigante dal punto di vista dei valori e un nano dal punto di vista comunicativo e politico. Questo è il gap che dobbiamo superare. Dobbiamo cominciare un percorso che ci porterà a parlare alla maggioranza del popolo italiano e avere l'ambizione di orientare in qualche modo tutta una serie di persone che oggi sono succubi dell'informazione di guerra. Il primo compito, da questo punto di vista, è un censimento delle risorse in campo e, bando al buonismo che è estraneo al mondo della comunicazione, aggredire la comunicazione pubblica, vedi ad esempio la questione centrale della Rai. [...] La testata giornalistica regionale, ad esempio, come potenzialità non ha eguali al mondo, ma è sottoutilizzata, non adempie quella funzione di legame con il territorio che dovrebbe invece avere. [...] L'ultima questione si riferisce al modo in cui comunicare, alla qualità: anche qui, io credo, dobbiamo superare un limite di fondo. Oggi il mercato è a tal punto competitivo e affollato che non perdona il dilettantismo. Dobbiamo far crescere la capacità di comunicare di tutti gli operatori della pace. [...] Tutto quello che dobbiamo dire deve essere pronunciato in modo diverso, per poter essere accreditati nel flusso informativo. [...] Essere una notizia appetibile anche dal punto di vista della forma, per non essere uno dei tanti comunicati stampa, ma essere uno di quelli che fanno sempre notizia. Stiamo pensando a dei corsi per spiegare come si comunica: dalla conferenza stampa al comunicato stampa. [...]. Dobbiamo avere l'ambizione di rappresentare il punto di vista della maggioranza degli italiani, dobbiamo avere questo obiettivo di fondo. [...].

- *Intervento di Carlo Gubitosa, segretario di PeaceLink e coordinatore del progetto "MediaWatch"*

Il *mediawatching* è l'osservazione critica, la pressione della società civile sui mezzi di comunicazione. [...] Molti infatti sentono forte l'esigenza una pressione della società civile non sul potere politico, ma su quello mediatico. [...] La prima esperienza è quella di un sito, MediaWatch, nato all'interno dell'Associazione Peacelink, che ha visto per la prima volta insieme una galassia diversissima di esperienze pacifiste da Altreconomia a Unimondo etc. Il risultato è stato un monitoraggio quotidiano, anzi ora per ora, dell'informazione, o meglio della propaganda di guerra, durante i trenta giorni della guerra in Iraq. Durante questi trenta giorni sono arrivate trecento segnalazioni che vanno dalle manipolazioni del linguaggio, che mostrano le truppe angloamericane, mentre le altre erano le milizie del Raïs, fino a vere e proprie trappole semantiche, per cui quelli iraqeni erano prigionieri di guerra, gli americani erano ostaggi, la contraerea sparava i suoi missili e le bombe cadevano quasi con fatalità, come se fosse un menome meteorologico. Un'esperienza che ha svelato dei limiti e delle opportunità. L'opportunità è quella di superare le nuove forme di censura che non è più quella vecchia, dell'occultamento, delle informazioni sottratte o nascoste, ma è la censura della ridondanza, cioè la censura delle informazioni vere che riescono comunque a circolare, ma quella sommersa dall'informazione spazzatura e frammentata di particolari inutili che sommergono la realtà fino a celarla. In questo flusso caustico di informazione non è più possibile rispondere individualmente, ma c'è bisogno di una rete di persone. [...] Cortocircuitando l'informazione con la sua smentita si combatte una delle tecniche più subdole della propaganda, quella secondo cui una notizia falsa risulta sempre più forte della sua smentita: se la prima viene urlata e sparata in prima pagina, e vista da tutti, la correzione invece viene nascosta, o trovata solo da chi la

cerca. Il primo beneficio è quello che non si era più soli, ma in tanti, il secondo è aver sbugiardato le menzogne più eclatanti della propaganda. [...] Il limite di questa esperienza è stata quella di esser nata sulla spinta emotiva, sulla rabbia, lo sdegno che ha accompagnato la guerra in Iraq, e quindi dopo il teatrino con la statua di Saddam fatta cadere dalle tv e l'happy end, c'è stato forse un calo di partecipazione anche per la sensazione liberatoria della fine dell'angoscia della guerra. È quindi emersa l'esigenza di darsi un'organizzazione che non poggi solo sull'emotività del momento, ma che abbia progetto di più ampio respiro. [...]

Un monitoraggio fisso e quotidiano di più organi di informazioni richiede molte energie. Per questo non si può allargare a tutta la cittadinanza. L'idea quindi è di alternare un monitoraggio costante e continuo a periodi di segnalazione e pubblicazione dei documenti e dei risultati ottenuti, sei mesi e sei mesi. Gli stessi enti locali potrebbero dedicare un ufficio delle risorse del personale al monitoraggio della stampa locale. Questo perché la stampa è molto attenta al "palazzo", ma bisognerebbe anche che il "palazzo" fosse attento alla vita della stampa. [...] È stata avanzata l'ipotesi di una forza di pronta reazione delle bufale o alle distorsioni mediatiche, è quindi auspicabile creare una rete, un movimento di persone competenti che si dedicano a fermare la distruzione della memoria più recente. [...] Un intervento in tempo reale via mail, via fax può servire a reagire alle bufale: un gruppo di venti persone che guardando una trasmissione, o un talk show, e che sono pronte ad intervenire. Ormai anche l'informazione giornalistica è molto condizionata dall'informazione televisiva: non esistono quotidiani che fanno la prima pagina prima dei tg delle 20, e non esistono quotidiani che fanno le pagine politiche prima di "Porta a porta". Se si riuscisse a

intervenire in tempo reale, si riuscirebbe a inserirsi nel flusso di comunicazione dei quotidiani e dei periodici. [...] Sull'informazione locale bisogna che la società civile recuperi questa dimensione. Non solo guardare solo il quotidiano nazionale, la prima pagina de "la Repubblica", i danni li fanno anche certi gazzettini che sui temi dell'immigrazione, dell'emergenza spingono di più. [...] Da una parte è vero che la società civile deve sapersi dotare degli strumenti per fare giornalismo; [...] bisogna partire da un buon lavoro di autoformazione. Dall'altra però è vero anche il contrario: bisogna offrire ai giornalisti strumenti di formazione per capire il linguaggio, il gergo della società civile. [...] Se non ci sono questi strumenti di formazione, il rischio è la nascita di una generazione di giornalisti cresciuti con la stampa becera. [...]

- *Intervento di Flavio Lotti, coordinatore della "Tavola della Pace"*

[...] I signori della guerra e del terrorismo hanno trasformato l'informazione in un campo di battaglia, e i pacifisti o costruttori di pace [...], non possono limitarsi a denunciare questo fatto, cosa che purtroppo continuiamo a fare, siamo intrappolati nella denuncia[...]; è evidente che per imporre la propria agenda e la propria volontà i signori della guerra hanno bisogno di controllare, limitare o condizionare il più possibile i grandi mezzi di comunicazione, perché è il solo modo che hanno per definire il discorso maggiore, la cosiddetta narrazione dominante. Diventa dominante perché c'è un certo rapporto fra queste fonti di potere, che usano la menzogna per imporre una certa agenda e di conseguenza un certo tipo di comportamenti. Questo è il primo punto di partenza. [...] Abbiamo ulteriormente bisogno, io credo, di non limitarci semplicemente a denunciare, ma anche a capire quali delle nostre energie investire per

una comunicazione di pace. [...] C'è un grande gap tra l'analisi della situazione e la nostra azione, la nostra capacità di aggredire il problema, quindi abbiamo bisogno di fare un lavoro al nostro interno per rendercene conto. [...] Non siamo all'interno di un sistema bloccato, siamo in un sistema dinamico, cioè non è vero che non abbiamo spazi, o è tutto inutile; in realtà la situazione è dinamica sia sul piano nazionale, dove c'è un caso grave, sia su quello mondiale, perché non possiamo isolarci dal mondo. Ora c'è un riposizionamento dei media mondiali. Ad esempio la Cnn durante la prima guerra del golfo era sola, ora è non solo non è più sola, ma è al secondo posto: è entrata sul campo l'informazione del mondo arabo [...] Queste nuove opportunità ci sono anche nel nostro paese: [...] per chi lavora per la comunicazione di pace essa, questa non si fa non solo con i valori, ma anche con le cose che facciamo, è il nostro modo di essere che produce informazione per la pace. [...] Se facciamo solo manifestazioni di pace, avremmo solo una certa immagine, se invece agiamo sul campo, radicati nella società, allora otteniamo dei risultati. [...]

Il primo obiettivo del possibile programma comune è iscrivere il tema della formazione della comunicazione della pace nell'agenda del movimento per la pace, è un obiettivo, non un dato che già esiste. E non basta aggiungere il tema dell'informazione ai tanti problemi della pace, [...] no perché così rimane uno dei problemi e non farà passi in avanti. Dobbiamo invece fare in modo che sia la priorità: questo è il salto di qualità che ci viene richiesto. [...] Secondo, mettere in rete tutti coloro che già stanno facendo qualcosa per la "comunicazione per la pace", perché non partiamo da zero [...], l'obiettivo è già in corso. [...].

Quali sono allora le nostre priorità? Primo, potenziare la nostra capacità di fare informazione, o meglio l'altra informazione, quella non commerciale. Dobbiamo investire sui canali indipendenti d'informazione della società civile [...]. Questo però non significa dimenticarci del confronto con i colossi dell'informazione, significa migliorare la qualità dell'informazione che facciamo. Essi hanno avuto grande importanza nell'organizzare, nell'agire del movimento, sono quindi essenziali per mantenere questa capacità di mobilitazione, quindi abbiamo bisogno di credere nell'importanza dei media indipendenti e metterli in rete, valorizzarli. [...] Facendo attenzione ai rischi: autoreferenzialità, autocompiacimento, [...] e dobbiamo conservare la lucidità per sapere quali sono i nostri limiti. [...] Questo può aiutarci a evitare la dispersione, la frammentazione, ma anche l'omologazione. [...] Seconda priorità è imparare a fare meglio: scrivere un comunicato è difficile, dobbiamo imparare perché se no i nostri comunicati saranno scritti e non saranno letti e quindi non saremmo efficaci. Dovremmo fare un patto con i giornalisti professionisti: in giorno voi fate i professori e ci dite come si fa, e il giorno dopo fate gli studenti e noi vi spieghiamo cosa è la pece, vi raccontiamo le nostre esperienze, il nostro vissuto. [...] Non vogliamo essere professionisti, vogliamo essere efficaci perché oggi non c'è pace e l'informazione è un problema ulteriore anziché essere uno strumento di risoluzione. [...] Terzo, dobbiamo domandarci come entrare nei mezzi di comunicazione di massa e allora per fare questo, che per me è un dovere, dovremmo sapere: come funziona questo sistema; non è così scontato sapere quali sono i meccanismi, gli interessi, e quanto grandi siano, gli attori veri e apparenti. [...] Progetti per le scuola, i mediawatching, sono tutte attività che rientrano nel far crescere questi anticorpi. [...] Quarto, non dobbiamo

chiederci cosa la Rai può fare per noi, e cioè quanto spazio ci dà, ma chiederci cosa noi possiamo fare per lei. Noi abbiamo disperato bisogno della Rai, e se non si resiste a questo processo di distruzione della Rai, di omologazione non solo al sistema commerciale, ma anche al monopolio mondiale. [...] Se non si reagisce, non c'è una risposta della società civile a questo processo, il risultato sarà che non avremo più uno spazio pubblico livello nazionale, ci sarà solo la televisione commerciale. [...] Dobbiamo allora fare una campagna di ri-appropriazione della Rai, che sia una cosa anche nostra come lo sono tutte le istituzioni pubbliche. [...] Dobbiamo certamente aumentare la nostra capacità di denuncia di ciò che non va in Rai [...]. La Rai che si ritira delle manifestazioni per la pace, che dà una prospettiva filoisraeliana di come vanno le cose, la Rai che vuole chiudere l'ufficio di corrispondenza in Iraq: sono tutte cose che devono essere oggetto di una mobilitazione più puntuale. [...] Accanto alla denuncia devono venire le proposte, piccole e concrete. [...] Una prima è che la Rai apra una corrispondenza in Africa, con l'Africa e per l'Africa; [...] fatta insieme agli africani, non da noi sugli africani. Sull'Africa arrivano letture che anche con le migliori intenzioni sono sempre tendenziose, sempre parziali, perché gli occhi degli africani sono diversi dai nostri; una redazione in Africa significa non portare il nostro punto di vista su di loro, ma il loro sul mondo e su loro stessi. [...] Seconda proposta, nella Rai che verrà la società civile deve avere un posto nel consiglio d'amministrazione [...]. Terza cosa fare un'alleanza con i giornalisti che hanno deciso di scendere dal piedistallo [...]. Possiamo sostenere una campagna contro il mobbing interno alla Rai: aiutarli ad avere più coraggio, tanti giornalisti tengono famiglia e contestare una scelta redazionale, contestare il proprio capo, non può venire solo da loro stessi. [...] Forse con l'aiuto

della società civile avrebbero più coraggio. [...] Ci sono alleanze strategiche che vanno da noi coltivate, come con Gr Parlamento, Rainews24, le redazioni regionali. [...]

Conferenza stampa di presentazione della “DIAMO VOCE ALLA PACE! VENTIQUATTRO ORE PER UNA INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DI PACE”

Roma, 14 dicembre 2005

Conferenza stampa di presentazione della “VENTIQUATTRO ORE PER UNA INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DI PACE”, Giornata Nazionale 10 marzo 2006. Promossa da Tavola della Pace, Coordinamento nazionale Enti Locali per la pace e i diritti umani, Federazione Nazionale Stampa Italiana, Usigrai, Articolo 21, Megachip, Redattore Sociale, Premio Ilaria Alpi.

Ogni giorno che passa cresce la domanda proveniente dalla società civile di un’informazione vera e credibile. Per questo, la Tavola della pace, il Coordinamento nazionale degli Enti Locali per la pace e i diritti umani, la Federazione nazionale Stampa Italiana e l’Usigrai – Sindacato Giornalisti Rai hanno deciso di organizzare una Giornata nazionale dedicata alla promozione di “un’informazione e comunicazione di pace”. L’iniziativa nasce da un ampio confronto fra operatori di pace e operatori dell’informazione che si è sviluppato alla vigilia della marcia per la pace Perugia-Assisi dello scorso 11 settembre. Diamo voce alla pace! E’ prima di tutto un appello che i promotori intendono rivolgere a tutti gli organi di informazione pubblici e privati affinché i problemi della pace possano ricevere una più corretta e adeguata attenzione in un tempo che si fa sempre più

difficile. Questo appello si salda con la più ampia richiesta di riaffermare la libertà di espressione e il diritto all'informazione e rilanciare il ruolo di servizio pubblico della Rai. Enti Locali, scuole e organizzazioni della società civile saranno invitati a promuovere iniziative di riflessione e mobilitazione sui problemi dell'informazione e della comunicazione di pace. Per far crescere una cultura della pace, da questa Giornata, prenderà avvio un concreto lavoro comune per costruire una sede di confronto e di formazione reciproca tra operatori della comunicazione e operatori di pace, la via per recuperare valore all'informazione, restituire il diritto di "cittadinanza" alla parola pace nelle nostre redazioni. La "Ventiquattr'ore per una "informazione e comunicazione di pace" sarà caratterizzata da decine di iniziative che si svolgeranno su tutto il territorio nazionale. Sarà preceduta da un incontro di preparazione, che si svolgerà ad Assisi il 14 gennaio 2006, in occasione del Seminario nazionale per il decennale della Tavola della pace.

Alla conferenza stampa interverranno *tra gli altri* Flavio Lotti, coordinatore nazionale della Tavola della pace, Francesco Cavalli, Vicepresidente del Coordinamento Nazionale degli Enti Locali per la Pace e i Diritti Umani, Paolo Serventi Longhi Segretario Nazionale Federazione Nazionale della stampa Italiana, Roberto Natale, Segretario dell'USIGRAI – Sindacato Giornalisti Rai.

Primi aderenti: Amisnet – Articolo 21 - Aprile – Arcoiris Tv – Campagna "Le parole lasciano impronte" - Carta – Coordinamento Nazionale Enti Locali per la pace e i diritti umani - Cris Italia – Cnca - Demote – Fnsi - Gruppo di lavoro "Welfare della comunicazione" - Informazione@futuro - IPS Inter Press Service – ISF, Information Safety and Freedom – Megachip - Nigrizia – Peacelink–

Peacereporter – Premio Ilaria Alpi - Redattore Sociale - Tavola della pace - Usigrai - Unimondo.

Appendice B

Conversazione personale con Alessandro Marescotti, fondatore di PeaceLink. 21 dicembre 2005

- *Come nasce PeaceLink?*

Il motivo per cui è nata PeaceLink è legato alla prima Guerra del Golfo. Essa fu un evento traumatico perché rivelò due questioni gravi per il movimento pacifista: la prima è che il movimento pacifista era stato ormai abbandonato da parte del PCI, a differenza ad esempio del periodo della lotta contro l'installazione degli euromissili. In quel periodo la struttura organizzativa era rinvigorita: il partito metteva a disposizione le corriere, le fotocopie etc. Invece per la guerra del Golfo il PCI è completamente lontano dal movimento pacifista che quindi deve organizzarsi per conto proprio; la cosa si aggraverà nel 1999 con la guerra del Kosovo, dove ce lo ritroviamo addirittura contro. Il problema è trovare un'altra struttura organizzativa, leggera, capillare che però sia indipendente e che parta dal basso e colleghi tutte le persone che si battono per la pace. Una struttura quindi non più piramidale, ma in cui ognuno svolge un ruolo per ciò che è. Il concetto di PeaceLink è che la struttura sia a rete, quindi senza un centro: a seconda del momento un nodo è più vitale di altri. Quindi PeaceLink è nato come struttura organizzativa in cui non c'erano vertici, gerarchie, ma prendeva la testa della rete chi in quel momento svolgeva la maggior parte del lavoro.

Secondo motivo per cui è nata PeaceLink è una questione di costi. Io non sapevo cosa fosse la telematica, però sapevo cosa fosse l'informatica. Sapevo che i costi di riproduzione continuavano a

scendere, per cui mi facevo i conti: il costo di un dischetto stava diventando inferiore a quello cartaceo, quindi da quel momento in poi pensavo che le informazioni potessero essere inviate per posta in un dischetto; non solo, poiché il dischetto si può duplicare si può costruire un annuario della pace sempre aggiornabile da spedire a tutte le associazioni. Io pensavo tutto si potesse svolgere per posta, con una mappatura continua per cui tutti sapevano che facevano gli altri perché tutti erano in rete. Durante la Guerra del Golfo avveniva qualcosa di simile: la “Rete nonviolenta di informazione” creò una specie di bacheca su “il Manifesto” e su “Avvenimenti” dove periodicamente metteva le informazioni sugli appuntamenti e le iniziative in tutta Italia; si voleva continuare anche dopo la guerra, ma non si fece nulla. Io però conoscevo altre banche dati come PeaceNet e GreenNet. Il secondo motivo della creazione di PeaceLink fu quindi che quel dischetto che io credevo di poter inviare per posta si potesse mandare invece attraverso un francobollo gratuito, la telematica che costituiva un mezzo migliore, socializzante, efficace ed economico rispetto a tutti gli altri in quel periodo.

- *Come è cambiato l'uso della tecnologia a partire dai BBS, continuando con il passaggio sul web e infine con la messa a punto, che state ultimando, del nuovo sito?*

A parte i miglioramenti che ci sono stati, parlo dei peggioramenti. Quando facevamo i BBS c'era una dimensione territoriale, cioè i BBS erano dei punti di incontro, ci si vedeva di persona per far crescere i BBS. Questo era il radicamento territoriale ed era abbastanza normale che chi faceva un BBS nella stessa città si conoscesse. Con il web invece dialoghi con gli altri, ma la dimensione territoriale si perde, e il rischio è quello

dell'anonimato. Per noi dopo il passaggio al web, ricostruire la dimensione territoriale è stato parecchio faticoso. Nel '99 durante la Guerra nel Kosovo facemmo dei database dei volontariati "antiguerra" classificati per città, provincia e regione; ma non decollarono.

Esiste una differenza tra dimensione orizzontale e verticale della telematica: sinora abbiamo creato una dimensione nazionale, però ora mancano i web locali, le strutture che fanno informazione locale. Il web può inoltre rendere i rapporti fra le persone più superficiali, nel momento in cui si fa solo "copia e incolla" da quello che trovi nei giornali. Si potrebbe fare un calcolo su quanto all'interno del materiale che circola nelle *mailing list* è prodotto dagli utenti e quanto è invece preso e fatto circolare. Il rischio è perdere l'informazione dal basso: si fanno certamente circolare tante informazioni, traduzioni dall'estero, che sono cose buone. Oggi però si fa un lavoro quasi di rassegna stampa, per cui il sito pacifista ritaglia i giornali e li mette in rete: bisogna aumentare la nostra capacità di fare informazione locale.

- *Come funziona ora la redazione e il sistema liste di discussione e come cambieranno con il nuovo sito?*

Esistono due sistemi per scrivere su PeaceLink: le liste, il sistema tradizionale con cui siamo partiti, e il *PhPeace*. Noi abbiamo una lista "redazione" che raggruppa chi vuole collaborare. È una *mailing list* a carattere solo interno, vi sono svariate decine di persone: chi ne fa parte può scrivere su entrambi i sistemi. Vista questa sovrapposizione il problema è stato capire, almeno per me, quando scrivere sull'uno o sull'altra. Attualmente avviene in maniera un po' disordinata: ho un'informazione sulla mia mail, ho

poco tempo e quindi la rigiro sulla *mailing list*, tempo impiegato trenta secondi, anzi quindici secondi; se ho tempo invece uso il *PhPeace*, tempo impiegato cinque minuti, un quarto d'ora a seconda di quanto voglio fare le cose per bene. Il concetto purtroppo per noi volontari è questo: se ho poco tempo da dedicarci uso la *mailing list*. Per gli altri utenti invece o sai usare il *PhPeace*, o sei collegato ad una lista, per cui quando mandi una mail viene pubblicata automaticamente sulle pagine web. I due sistemi sembrano quasi ridondanti. In prospettiva invece, secondo una concezione più giornalistica del sito web, dovremmo avere una struttura che si arricchisce e si articola, e questo è il sito web che contiene molte informazioni, e la *mailing list* che servirebbe per informare gli utenti sulle novità presenti nel sito in modo che vadano a consultarlo. Un secondo uso delle liste è quello di creare una sorta di collaborazione, di interattività che il sito non consente. La lista infatti essendo non a sola ricezione, serve anche a creare un dibattito, che ha l'effetto di una comunicazione più calda.

- *Il volontariato significa grande libertà di fare quello che si vuole, significa grande passione, ma anche impossibilità di investire sia sui mezzi a disposizione, sia sulle professionalità, perché ogni volontario ha poco tempo per imparare bene a fare PeaceLink perché deve lavorare per vivere e mantenersi. Come fate allora a coniugare il volontariato con questa sopravvivenza e queste difficoltà?*

La scelta di essere volontari è prima di tutto etica, una sorta di utopia concreta che conta sulla buona volontà e gli ideali di chi si batte per la causa della pace. Noi non abbiamo bisogno di avere una sede, o una segreteria, il problema dei costi con la rete si riducono quindi al minimo e così pure i costi organizzativi. Un'associazione

nazionale ha bisogno di funzionari, noi no. Partendo da questo abbiamo scelto il volontariato totale, una scelta etica che poi è diventata obbligata: nel momento in cui tutti partecipano e lo fanno come volontari, se ne paghi uno dovresti pagarli tutti. Una struttura così partecipata, così orizzontale e così antigierarchica che non sai chi dovresti pagare: perché non pagare Peppe Sini che scrive la notte, o Francesco Iannuzzelli che ha ideato il software o Carlo Gubitosa che cambia l'home page? Se anche pagassimo anche un euro, per un principio di equità dovremmo pagare un mucchio di persone. Lo fa per volontariato puro e diventi così una redazione di giornale: tutti lavorano quando possono, orari più strani, la domenica, Natale; solo l'Ansa può permetterselo. Lo fai per passione, non per essere pagati. Il volontariato diventa anche uno sfogo: trasformi la tua indignazione, la tua rabbia in un atto di *mediattivismo*.

- *Come fate a pagare le spese?*

Principalmente attraverso i liberi versamenti, soprattutto a Natale, quando riceviamo il numero maggiore di sottoscrizioni. Non ci sono vendite, ma abbiamo delle spese. Sin da quando siamo partiti abbiamo ridotto al minimo le spese, i BBS infatti si autoreggevano. La differenza era quella tra una struttura accentrata ed una decentrata: un'associazione pacifista del primo tipo ha costi molto alti di fitto, di mantenimento, di gestione, di telefono etc; quando avevamo i BBS invece ognuno si pagava le spese, e ogni utente inviava un piccolo contributo al gestore del BBS. Ma soprattutto nel momento in cui ti colleghi al BBS, sei tu che ti accoli i costi perché sei tu che telefoni; stessa cosa se scarichi e stampi un'informazione, sei tu che paghi quel costo. I BBS quindi erano una struttura in cui i costi si dividevano in modo capillare, per cui ognuno non pagava più di una certa cifra: era un modello sostenibile di organizzazione. Oggi con il sito ci sono

costi più alti, circa 1.800 euro all'anno, perché rifugiamo dalla pubblicità. Se però fossimo un sito furbetto, non avremmo nessun costo: basterebbe mettere la pubblicità e non solo non pagheremmo la connessione, ma ci guadagneremmo. Ce l'hanno offerto in tanti, ma abbiamo scelto di mantenerci con le donazioni, che ci bastano, anche se dobbiamo sempre sollecitare gli utenti, e sostanzialmente siamo in attivo.

- *Quali sono le difficoltà e i problemi per un progetto come quello di PeaceLink?*

Seguire tutti i volontari, se fai un appello vengono in tanti, ma li devi formare e seguire. Poi su cento che si presentano ottanta alla fine si perdono. La continuità del volontario si perde. Noi prendiamo tutti. È abbastanza fisiologico. Fa parte della vita, anche se ricrea un rapporto personale. In questi anni siamo riusciti ad avvicinare centocinquanta volontari, ma quelli che ancora lavorano sono circa trenta, quaranta.

- *Come si forma e quali caratteristiche deve avere un "operatore della comunicazione per la pace"?*

Prima di tutto occorre valorizzare le competenze specifiche. Un operatore di questo tipo deve inoltre sapersi orientare combinando le proprie competenze con quelle degli altri. Se è un traduttore si comporta in un certo modo, se è un grafico in un altro, se è un tecnico, in un altro modo ancora: ognuno dovrebbe sentirsi parte di una rete di competenze. Occorre poi unire alla semplice produzione di informazione anche la consapevolezza dell'impatto che può avere fuori della rete, dell'interazione che genera. L'informazione digitale si riproduce, rimbalza, si radica in altri siti, si stampa e va nelle scuole.

Conversazione personale con Mao Valpiana, direttore della rivista “Azione nonviolenta”. 10 gennaio 2006

- *Una definizione di “comunicazione per la pace”. Qual è insomma il rapporto fra le idee e i valori in cui credete e la necessità di comunicarle, di avere una visibilità?*

La comunicazione è centrale per la non violenza, lo aveva capito subito Aldo Capitini che ha voluto chiamare la sua rivista “Azione nonviolenta” per significare che nel comunicare c’è anche l’azione dentro. Le notizie servono e sono utili se spingono il singolo lettore ad agire, a cambiare: se è una notizia negativa a mobilitarsi perché questo evento negativo non accada più o sia riparato, se è una buona notizia lo spinga magari a imitarla a replicarla. Oggi invece il problema dell’informazione è invece che avviene il contrario: il lettore viene subissato da una serie di notizie, informazioni che non spostano nulla nella sua vita personale, anzi siamo forse nell’epoca in cui l’umanità dispone della grande capacità di far circolare le notizie, ma la stragrande maggioranza sono notizie che non servono a niente, paradossalmente. Dal punto di vista della non violenza preferiamo parlare di comunicazione e non di informazione, perché la comunicazione va in due direzioni: devono esserci due soggetti che devono parlare e comunicare e non uno che passivamente riceve notizie che non può verificare. Quello che cerchiamo di fare è allora far emergere un modo diverso di fare comunicazione: innanzitutto facendo parlare i protagonisti della notizia, spesso è invece il giornalista a filtrare e raccontare facendo in modo che si vedano solo le cose che loro vogliono; la comunicazione dal basso invece toglie i filtri e noi cerchiamo di parlare con le vittime delle notizie per metterli

in comunicazione diretta con i lettori. La guerra in Iraq ha un senso se la comunicazione spinga poi a fare in modo che la guerra non avvenga più. La notizia sui kamikaze non ti dice nulla, ti schiaccia se non conosci il contesto.

- *Qual è il rapporto con le nuove tecnologie, internet? Come hanno cambiato il vostro modo di lavorare?*

Ci sono due aspetti come sempre quando si parla della tecnologia, che può essere positiva, ma è anche uno strumento asettico: è utile se si usa bene, è dannosa se viene utilizzato male. Tra i tanti lati positivi che Internet indubbiamente ha c'è il fatto che ha reso possibile il dialogo senza mediazione, ha facilitato la comunicazione tra luoghi distanti. Tra gli aspetti negativi io vedo anche il rischio che in Internet girino troppe notizie non comprensibili a tutti perché non tutti hanno le competenze, le capacità o gli strumenti per selezionarle, per fare da filtro e capire quale è il canale giusto e quale è invece spazzatura. C'è il rischio di perdere tempo, di annegare in un mare troppo vasto. Internet è quindi utile se si impara a usarlo bene. Altro rischio è quello che tu comunichi con il mondo, ma rimani isolato davanti al monitor: la comunicazione deve anche aiutare a mettere in contatto fisicamente le persone. È molto più utile passare una serata in una riunione, con gente vera che passarne una su Internet, navigando senza sapere bene dove andare.

- *Quali sono i problemi maggiori di chi fa “comunicazione per la pace”?*

Le notizie bisogna cercarsele da soli: le notizie dalle agenzie sono filtrate, per cui chi fa oggi comunicazione di pace deve costruirsi i propri canali, i propri rapporti. Naturalmente è faticoso, perché bisogna cercare contatti, persone e lavorare a volte per tentativi. Ma

non possiamo fidarci di quello che passa sul mercato dell'informazione. Il lavoro straordinario di PeaceLink è quello di aver costruito nuove reti, nuovi canali di comunicazione partendo da zero. Questo ha proseguito il lavoro altrettanto straordinario che hanno fatto quaranta anni fa i pionieri della prima “comunicazione nonviolenta”. Quando nel '64 Capitini volle aprire la propria rivista “Azione nonviolenta”, lo fece perché c'era un'insoddisfazione e insufficienza per il tipo di informazione che c'era allora. I grandi della nonviolenza fecero lo stesso: Gandhi oltre che essere un grande saggista, avvocato e filosofo, era soprattutto un grande giornalista. Partendo da zero aveva fondato due quotidiani in una situazione difficilissima, quella di un paese con l'80% di analfabeti. Un'impresa epica. Gandhi aveva colto che il tema della comunicazione è centrale e insoddisfatto di quello che passava il mercato aveva deciso di costruirsi la sua comunicazione nonviolenta. I suoi giornali arrivavano nei villaggi, ci si riuniva e uno leggeva per tutti: in quel caso il giornale era uno strumento che aiutava la comunicazione diretta fra le persone.

- *Un parer sulle urgenze e proposte portate avanti dalla “Tavola della Pace”, ad esempio tipo ufficio stampa unico nazionale, o servizio di formazione tra giornalisti professionisti e operatori della “comunicazione per la pace”.*

Io sono sempre un po' prudente verso le proposte di centralizzazione. Non mi entusiasmano perché vedo che c'è più proliferazione, più ricchezza nelle diversità. Perciò è meglio che ci siano tanti centri di “comunicazione per la pace”. Così come è bene che le riviste cartacee rimangano perché hanno un ruolo diverso rispetto ad Internet. Per il futuro, anche se le premesse ancora non ci

sono, mi piacerebbe vedere un quotidiano cartaceo in edicola specifico sulla “comunicazione nonviolenta”.

Capisco ed è giusta l’esigenza di professionalizzarsi sempre più; molte di queste esperienze sono frutto del volontariato, fatte nel tempo libero, nei ritagli di tempo, con tutti i limiti del caso, mentre ci sarebbe bisogno di lavorare in questo settore anche dal punto di vista professionale; avere persone che lavorano a tempo pieno, che fanno questo tipo di giornalismo e di informazione, ma al momento i mezzi non ce lo permettono. Il lavoro della “Tavola della Pace” in questo senso è positivo. Dobbiamo trovare un equilibrio tra le varie esigenze. E dobbiamo tener conto che noi siamo fuori dai giri dell’informazione: i giornali che vanno in edicola sono foraggiati e sostenuti soprattutto dalla pubblicità. Su questo tema noi dobbiamo fare delle riflessioni difficili perché naturalmente noi non possiamo entrare in questo tipo di mercato. Gran parte delle pubblicità e dei loro prodotti, sono coloro che mantengono questo tipo di sviluppo e di mercato che ha bisogno della guerra e degli strumenti che finanziano la guerra. Noi dobbiamo stare fuori da questo tipo di mercato, però dobbiamo trovare altri strumenti di finanziamento alternativi. È una sfida, abbiamo appena iniziato il cammino e questa è una tematica giovane, per cui non dobbiamo spaventarci.

Conversazione personale con Marco Trotta, coordinatore informativo di PeaceLink. 11 gennaio 2006

- *Tu sei il coordinatore informativo di PeaceLink, in cosa consiste la tua mansione?*

Dentro PeaceLink sono il coordinatore informativo, che si occupa monitorare la situazione delle liste e i contenuti sul sito. Da un paio di anni abbiamo una vera e propria redazione in cui ognuno, attraverso un sistema automatico di pubblicazione, mette i contenuti direttamente in rete.

- *Come funziona la gestione e l'organizzazione del lavoro redazionale sul sito?*

Noi abbiamo sempre avuto un sito statico, fatto di pagine scritte in linguaggio *html*, che funzionava così: Enrico Marcandalli, un grafico che era anche il *webmaster*, pubblicava tutti i contenuti in rete. Enrico lavora all'Apogeo di Milano, per noi faceva le stesse cose: è il classico caso di collaboratore di PeaceLink che utilizza per lavoro e per vivere quelle competenze professionali che nel tempo libero mette a disposizione di PeaceLink. Fino al '99 abbiamo avuto quindi un sito statico: si dava il materiale ad Enrico che lo impaginava e lo metteva su; tutto il web più o meno funzionava così. Cosa succede poi? Francesco Iannuzzelli, un programmatore, ha scritto un *csm*, un sistema di pubblicazione automatico, per cui ora una buona parte del sito funziona in modo dinamico: ognuno mette da solo i propri contenuti in rete. Ad esempio la guerra in Kosovo è stata gestita interamente da Enrico che faceva gli straordinari. Stava lì e ogni cinque, dieci minuti pubblicava. Ora invece con il sistema automatico è molto più facile.

- *Quali differenze ci sono, sia per voi redattori che per i lettori, tra leggere i contenuti sulle mailing list e leggerli invece sul sito?*

Le liste sono un retaggio di quando PeaceLink era una rete di BBS. Le liste rimangono un punto importante perché le statistiche dicono che la maggior parte di persone legge soprattutto la posta,

anche se c'è un cambiamento evidente della forma dei contenuti che passa attraverso il web, vedi fenomeno dei blog e degli altri siti nati in questi anni. Quale è il collegamento fra le due forme, posta e web? In qualche maniera attraverso le liste si veicolano ancora tanti materiali, però quelli più interessanti, che ad esempio non possono passare nelle liste, come gli allegati, le immagini o i testi molto lunghi, vengono messi sul sito web e richiamati dalle liste. Nella lista “news” di PeaceLink, a cui sono iscritti in migliaia, comunichiamo le novità del sito, per cui anche chi non va spesso sul sito, attraverso la posta elettronica riceve le notizie di tutti gli articoli pubblicati con i link diretti, quindi può vedere ciò che gli interessa.

- *Come si svolge il lavoro redazionale, quali sono le fonti delle notizie che pubblicate?*

Le cose che pubblichiamo in questo momento sono molto spesso materiali che prendiamo da altri siti. Molto spesso sono inviati all'indirizzo info@peacelink.it, e in maniera sempre minore arrivano dalle liste. Questo perché le liste oggi si stanno caratterizzando più come spazi di discussione, come scambio rapido di messaggi.

- *Come si diventa volontari di PeaceLink?*

Il fatto poi di avere un facile modo di pubblicazione favorisce il volontariato, su cui PeaceLink punta da sempre. Chiunque, senza avere competenze giornalistiche o qualità, può trovare un'ora alla settimana e fare questo lavoro: cercare materiali, su vari argomenti, prenderli e pubblicarli. È un lavoro operaio, ma una rete di volontari ti dà la possibilità di diluire i carichi su tante persone. Gli ultimi arrivati tra i volontari sono ragazzi molto giovani che prima erano lettori e ora sono diventati redattori. Oggi infatti non basta più leggere, serve creare un meccanismo di attivazione, di collegamento tra gli argomenti e fra le

persone. Questo significa PeaceLink, legami di pace. E i legami si fanno attivando le persone.

- *Quali sono le sfide e le prospettive future per PeaceLink?*

Il problema costante di molti siti come PeaceLink è quello di capire qual è la tecnologia del momento con cui veicolare i propri contenuti; adattare l'evoluzione della tecnologia al lavoro che fai. I BBS in teoria andrebbero anche oggi, ma PeaceLink usa Internet perché la rete sta diventando il media sempre più globale, sempre più diffuso. È quindi giusto che i temi della pace girino sulla tecnologia del momento. Siamo ora arrivati in una fase in cui PeaceLink deve ulteriormente capire qual è il salto di qualità, il prossimo paradigma di comunicazione in cui entrare per diffondere questi temi. Io credo che avrà a che fare con i contenuti multimediali che passeranno attraverso la rete. Oggi PeaceLink è fatta di soli testi, credo però che su certi temi, come quelli della pace, ci sia un effetto dirompente nella comunicazione quando essa riesce ad appropriarsi della comunicazione visiva, delle immagini e adattare questa tecnologia a questo tipo di informazioni. Produrre piccoli spot, o clip sonore, le radio online si stanno diffondendo sempre più, o canali *peer to peer*, sui temi dell'ecopacifismo sarà la prospettiva del futuro. Non si può aspettare che il lettore si cerchi il solo testo su Google. Oggi l'obiettivo di PeaceLink è poter cominciare a metter piede su queste nuove tecnologie, e fare in modo che i temi della pace vi passino attraverso, esattamente come abbiamo fatto con il passaggio dai BBS al web. Il digitale fa esplodere la creatività che ognuno ha, a prescindere dall'estetica. La rete allora è il tessuto connettivo che permette alla creatività di diffondersi. La sfida è fare in modo che questa creatività sia portatrice di un valore pacifista che è del tutto assente dai media *mainstream*. Oggi i paradigmi di comunicazione dal basso si estendono

largamente, la televisione generalista invece porta avanti quei modelli che con l'ecopacifismo non hanno nulla a che fare.

- *Quali sono secondo te le campagne e le iniziative più significative che PeaceLink ha condotto in questi anni?*

Qualche campagna ci ha dato il polso sull'effetto dell'informazione fatta attraverso il web. Ad esempio nel '99 ci inventammo un dossier per smascherare la guerra e le contraddizioni dell'intervento umanitario voluto dalla Nato. Il nostro dossier era fatto di domande e risposte anche banali, tipo "dov'è il Kosovo", "qual è la sua storia", "perché si scrive con due esse"; era un lavoro collettivo, che aggiornavamo man mano. Era tanto interessante che molti ragazzi, pensando che la guerra potesse essere un titolo dell'esame di maturità, coglievano il nostro esplicito invito a scaricare, stampare e diffondere. Ancora adesso noi ogni 4 novembre¹ mettiamo online un volantino sulla nonviolenza, così qualcuno lo scarica e va in piazza alla parata militare della propria città e lo distribuisce. Questo mostra che quando passi dall'informazione sulla rete a ciò che succede fuori e magari finisci sui giornali e sulle televisioni, hai un effetto dirompente.

Altra campagna è quella sui porti militari nucleari, dove per legge i prefetti devono predisporre di piani di evacuazione in caso di incidente nucleare. Partendo da Taranto la campagna si è diffusa in altre città, dove molte persone non conoscevano il problema. Noi abbiamo messo sul sito una lettera standard di richiesta al prefetto di conoscenza, in base alle legge Bassanini sulla trasparenza dell'amministrazione pubblica, il piano di sgombero della propria città. Spesso la gente normale, anche non pacifista, si pone il problema del sottomarino nucleare sottocasa, manda la lettera e magari si scopre che

¹ Il 4 novembre in Italia si celebra la vittoria nella prima guerra mondiale.

il piano non c'è, o i prefetti nicchiano. La notizia è passato sui giornali e i prefetti hanno dovuto risponderne, spesso imbarazzati.

Uno scoop che abbiamo fatto è stato quando Francesco Ianuzzelli fa una cosa che in Italia sarebbe pura follia, ovvero manda un fax alla segreteria del governo inglese, lui abita a Londra, per avere la mappa degli hot spot, i punti dove l'esercito inglese ha bombardato con l'uranio impoverito: in Inghilterra c'è il mito del governo e dello Stato al servizio dei cittadini e della trasparenza pubblica e glielo hanno mandato. Da noi non sarebbe possibile. Noi la pubblichiamo e mettendo in collegamento gli hot spot bombardati dall'esercito inglese e con i bersagli colpiti in Iraq ed è venuto fuori che le polveri finivano a Nassirya. Venne fuori uno scoop che mobilitò molte persone.

- *Che rapporto c'è tra voi redattori e i lettori, e quale invece c'è con i giornalisti professionisti che consultano PeaceLink?*

Ci siamo resi conto che esiste un collegamento tra dell'attivismo delle persone normali, che sul sito trovano contenuti che aprono una prospettiva completamente nuova rispetto alla propria vita quotidiana, e i giornalisti sensibilizzati, che conoscono il problema e sanno che i meccanismi dell'informazione hanno a che vedere con editori che mettono direttori con linee politiche precise, e tuttavia riescono a farti passare la notizia, la prendono dal tuo sito. Questo ci ha dato anche il polso della qualità del lavoro fatto, altrimenti non ti rendi conto; se no un sito Internet dovrebbe basarsi solo sul numero di pagine scaricate, che è una misura solo quantitativa e non qualitativa.

Una cosa che conta è avere una storia, così diventi una fonte affidabile. Nel '99 pubblicavamo lettere del professor Djordje Vidanovic, dell'Università di Nis, e di Sasa Zograf, un disegnatore di fumetti che vive e lavora a Pascevo, che avevano contatti con l'occidente e una volta iniziata la guerra spedivano lettere dove

descrivono quello che vedevano; Zograf pubblicava su “il Manifesto”. Noi sito pacifista appena ricevevamo, mettevamo in rete, quindi molta gente riusciva a leggere le lettere prima che fossero pubblicate sul giornale del giorno dopo. Dopo una strage al mercato di Nis, dovuta ai bombardieri Usa per l’ennesimo “effetto collaterale”, così venivano chiamate le bombe sui civili, nessuno ne parla perché non ci sono foto. Il prof. Vidanovic manda la lettera, noi la pubblichiamo in tempo reale e qualche giornalista italiano la legge, comincia a scriverne e la notizia diventa il classico sassolino che provoca la valanga: cominciano a parlarne più giornali, qualcuno chiede alla Nato, escono fuori le prime immagini e quindi una notizia che sarebbe passata sotto silenzio, grazie ad un sito come PeaceLink, diventa uno scoop e la Nato è obbligata a ammettere l’errore, anche se non ha chiesto scusa. Questo è successo perché eravamo noi, non un sito qualunque, era il sito di PeaceLink: ci sono giornalisti che vanno quotidianamente a vedere le novità, poi se hanno l’agio di scriverne o parlarne è un’altra cosa. Durante la guerra per un bel periodo Rainews24 nella sua striscia quotidiana, loro mettono sempre quattro siti per ogni tema, due a favore e due contro quell’argomento, il secondo sito pacifista era PeaceLink. Questo vuol dire che esser conosciuto come fonte.

Conversazione personale con Alessandro Marescotti, fondatore di PeaceLink. 23 gennaio 2006

- *Quali sono gli obiettivi futuri di PeaceLink?*

Creare un’informazione locale è l’obiettivo futuro. Passare quindi da una telematica nazionale e verticale ad una orizzontale e

locale in cui i contatti passano non solo attraverso il centro, ma anche tra le periferie incontro informazione orizzontale. In questo senso bisogna recuperare lo spirito dei BBS, contatto con il centro, ma non fra le periferie. [...] L'informazione locale è un nostro limite, e i tentativi fatti non sono decollati, ad esempio i database antiguerra creati durante la guerra in Kosovo del 1999.

- *Fare informazione locale richiede un impegno di persone e energie notevole. Non credi sia troppo per un'associazione di volontariato come PeaceLink?*

Il problema è soprattutto organizzativo. Dovrebbe esserci un software che si occupa di questo coordinamento. Ad esempio i BBS lo avevano. Erano strutture locali e quindi diventavano come un club, allo stesso modo ora dovrebbe esserci un sito e una lista per ogni città, luogo dove è presente PeaceLink. Occorrono forme di interazione maggiore che servano da stimolo far incontrare le persone, che solo così possono farsi assemblea e diventare una vera forza politica e sociale. Un altro problema è fare in modo che si faccia documentazione informativa sul territorio, che ci siano forme di *mediattivismo* locale, in cui ognuno produce perché fa ricerca sul territorio. Un esempio è il sito www.tarantosociale.org.

Conversazione personale con Francesco Iannuzzelli, portavoce di PeaceLink. 30 gennaio 2006

- *Alla luce degli sviluppi tecnologici e dell'esperienza vissuta in più di dieci anni, è cambiata la definizione di telematica per la pace rispetto al '95?*

Non credo sia cambiata, sicuramente si è evoluta; la *mission* principale di PeaceLink resta sempre quella, duplice, di: fornire supporto gratuito e qualificato all'associazionismo italiano che vuole usufruire della telematica; raccogliere, produrre e far circolare contenuti non disponibili di solito sui media tradizionali. La trasformazione principale di questi ultimi anni è che per molte associazioni Internet rappresenta oggi il veicolo principale di comunicazione, per cui sono sempre più dipendenti e interessate all'offerta di PeaceLink, non potendo permettersi di dedicare risorse interne a riguardo. Ciò apre la lunga e irrisolta discussione sui possibili conflitti tra volontariato e mondo del lavoro: ad esempio in Medio-Oriente o in Africa la nostra offerta gratuita avrebbe potuto diventare un pericoloso concorrente ai servizi già offerti da piccole aziende che orbitavano intorno al terzo settore; per cui ci siamo fatti da parte e abbiamo fornito un semplice supporto formativo. In Italia invece, per tanti motivi, il supporto telematico viene visto quasi unicamente come volontariato, e PeaceLink rappresenta un riferimento importante; ma la situazione è spesso molto fluida (e confusa), per cui ci sono campagne e associazioni che magari investono cifre notevoli in servizi Internet e al tempo stesso usufruiscono di volontari per la loro manutenzione... Noi comunque continuiamo a offrire i nostri servizi in cambio di un'offerta libera (anche nulla), prestando particolare attenzione a chi non ha i mezzi necessari.

Il secondo aspetto (sulla produzione indipendente di contenuti) è in realtà andato via via crescendo ma direi non per nostro particolare merito, piuttosto per la situazione sempre più drammatica dell'informazione in Italia, per cui succede che su alcuni argomenti (ad es. l'uranio impoverito) rappresentiamo un riferimento, ma appunto più per demeriti altrui che per particolari meriti nostri.

- *Alessandro Marescotti ha definito il mediattivismo come il frutto di una scelta "etica". Per te cosa significa fare mediattivismo e come avete iniziato ad interessarvene?*

Per me *mediattivismo* è un modo di mettere al servizio della comunità le mie conoscenze e capacità tecniche, e al tempo stesso imparare dalla comunità stessa è il concetto di rete, applicato alla conoscenza e all'informazione ho cominciato ad interessarmi come supporto ad attività sociali svolte sul campo (a suo tempo, con gli immigrati e per il disarmo).

- *Siti come PeaceLink fanno parte di un nuovo medium che rispetto ai tradizionali media di massa, vuole diffondersi e divulgare le proprie idee puntando sul dialogo, sull'interazione, sulla costruzione della comunità. Che rapporto c'è tra i redattori e i collaboratori abituali di PeaceLink e i lettori e i sostenitori?*

Poco, durante periodi "tranquilli" ci scrivono tutti chiedendoci di tutto, e per quanto possibile si risponde, ma resta l'idea di un mondo virtuale notevolmente caotico, dove il lettore stesso ha scarsa comprensione non solo di cosa sia PeaceLink, ma anche di tutta la storia del movimento pacifista che ci sta dietro; colpa anche nostra, che non ci spieghiamo chiaramente e non organizziamo decentemente il sito. Diversa è la situazione in periodi "caldi", o quando magari azzechiamo qualche campagna interessante; allora si ha la chiara sensazione di intercettare un bisogno di comunicazione e partecipazione molto forte e distinto che fa nascere delle esperienze importanti anche a livello locale e personale.

- *Anche il PhPeace punta molto alla semplificazione della scrittura via web, come cambierà allora il lavoro sia dei redattori che dei tecnici informatici?*

Le funzionalità che *PhPeace* dovrà implementare (prima possibile), sono quelle tipiche di *groupware*, ovvero dove un gruppo distribuito di persone utilizza uno strumento comune, in rete, per organizzare il proprio lavoro; il modello del *wiki*, tanto per intenderci, ma più potente (ad esempio con gestione di workflow, tasks, calendari condivisi, ecc ecc); per cui i redattori dovranno abituarsi al trasferimento nel software delle operazioni che di solito vengono effettuate, con dispendio di tempo e energie, via email o telefono. Inoltre c'è l'aspetto del cambiamento della comunicazione sempre più visiva e sintetica, che richiede nuove sfide sia ai redattori che ai tecnici. Ai tecnici resta sempre il compito di far funzionare la baracca, ma cambiano le tecnologie, e quindi c'è un bisogno crescente di competenze aggiornate; cercando il giusto compromesso tra chi preferisce una stabilità tecnica che però spesso resta indietro rispetto alle necessità, e l'avanguardia sperimentatrice che però a volte disorienta i visitatori.

- *Uno dei problemi principali è la formazione, ma come si forma e quali caratteristiche deve avere un "operatore della comunicazione per la pace"?*

Si forma sul campo, non abbiamo né tempo né risorse per studiare prima di fare, meglio fare studiando: la partecipazione resta il metodo migliore per formare gli operatori, e il possibile calo di qualità viene comunque ammortizzato dall'esperienza degli altri e nel lungo termine ripaga sempre.

- *Angolo della critica: quali sono i problemi in generale di chi fa "comunicazione di pace", e in particolare di PeaceLink, cosa non vi piace, cosa e come si potrebbe migliorare?*

La mancanza di contatto e confronto umano provoca carenze di continuità, di farsi carico delle responsabilità e di chiarezza di comunicazione. L'apertura quasi anarchica e la partecipazione provocano a volte un risultato caotico; serve comunque qualcuno che tenga i fili, altrimenti si produce confusione. La cosa migliore è avere dei frequenti incontri dal vivo per uscire dalla rete il più spesso possibile.

Appendice C

Home page di PeaceLink, www.peacelink.it



NON SOPPORTIAMO
LA TORTURA.

[CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#) [TEMATICHE](#) [CAMPAGNE](#) [OSPITI](#) [CALENDARIO](#)

CERCA

[AIUTA PEACELINK](#) - Puoi versare sul conto corrente postale n. 13403746 intestato ad Associazione PeaceLink oppure sul conto corrente bancario n. 115458 c/o Banca Popolare Etica [ABI 05018 CAB 02400 CIN B] intestato ad Associazione PeaceLink

Editoriale

Le sfide che verranno



Sfide possibili o impossibili. Sfide su tutti i fronti. Sfide su cui sempre più dovremo trovare coesione e "fronte comune" tra chi si occupa di pace, di diritto, di ambiente contaminato. Perché nell'interconnessione globale che ci investe, anche i problemi - e le loro conseguenze sul pianeta - si scoprono sempre più interconnessi.
20 gennaio 2006 -
Roberto Del Bianco

Giorno della memoria



"... La memoria conta veramente solo se tiene insieme l'impronta del presente e il progetto del futuro, se permette di fare senza dimenticare quel che si voleva fare, di diventare senza smettere di essere, di essere senza smettere di diventare..."

Italo Calvino

Notizie - PeaceLink News

Archivio Liste

- [Latina: Messico: Regolari o clandestini: la storia dei volti che gli Stati Uniti non vogliono vedere.](#)
- [Latina: I disinformatori antilatinoamericani di professione](#)
- [Palestina: Hamas e noi](#)
- [Latina: Bolivia: Evo Morales dimezza il suo stipendio](#)
- [Sociale: AIFO: l'appello globale contro la discriminazione dei malati di lebbra](#)
- [Sociale: Ritorna il Miele della Solidarietà dell'AIFO](#)
- [Sociale: AIFO: la 53a Giornata mondiale dei malati di lebbra](#)

Tematiche

- [America Latina](#)
- [Cybercultura](#)
- [Conflitti](#)
- [Consumocritico](#)
- [Diritti animali](#)
- [Diritto in rete](#)
- [Disarmo](#)
- [Ecologia](#)
- [Educazione](#)
- [Europace](#)
- [Genova G8](#)
- [Mediawatch](#)
- [Migranti](#)
- [Nobrain](#)
- [Pace](#)
- [Palestina](#)
- [Storia](#)
- [Volontariato](#)
- [Votantonio](#)



Terremoto Pakistan
solidarietà

Per non dimenticare



- [Latina: Venezuela: il Forum Sociale Mondiale a Caracas](#)
- [Latina: Cile: Lucia Pinochet, la grande fuga dalla democrazia](#)
- [Storia della Pace: La Resistenza nonviolenta al nazifascismo in Italia](#)
- [Latina: Chi comanda nel mondo?](#)
- [Pace: Noi osiamo sperare](#)



- [Diritti Animali: Mangiamo cadaveri ?](#)
- [Diritti Animali: Macellai crudeli, non certo scienziati](#)
- [Latina: Venezuela: la marcia delle Americhe](#)

Gli Editoriali di PeaceLink

- [Le sfide che verranno](#)
- [La "Grande Muraqlia di Fuoco"](#)
- [Cento chilometri a piedi per non morire: è lei il nostro Personaggio dell'Anno. Per un 2006 di impegno per tutti](#)



- [Un altro Natale a Kivuli: che succederà?](#)
- [Generazioni antimafia](#)

Notizie amiche

Articoli e novità dagli ospiti del sito

- [Antenne di Pace: E adesso?](#)
- [Kimbau: 53° giornata mondiale dei malati di lebbra](#)

Collabora con noi

PeaceLink è una redazione virtuale fatta di volontari che producono articoli, dossier e libri, utilizzando le nuove tecnologie per favorire il giornalismo popolare e la costruzione sociale dell'informazione con meccanismi che nascono dal basso. Se hai delle cose da dire ma non sai dove scriverle, se ti piacerebbe imparare le tecniche del giornalismo on line collaborando con noi, se hai voglia di pubblicare articoli e inchieste scrivi a info@peacelink.it per entrare a far parte della nostra redazione.

- [ControllArmi: Altre due fregate. della Marina italiana saranno consegnate al Perù](#)
- [ControllArmi: Riforma della legge italiana sulla legittima difesa. Un nuovo genere di Spaghetti-Western ?](#)
- [ControllArmi: Inchiesta Berghinz, il pm di Padova interroga una decina di militari](#)

Altrinformazione

Tutto quello che non leggerai mai sui giornali

- [Antenne di Pace](#)
- [Buone Nuove](#)
- [Internet per tutti](#)
- [La Catena di San Libero](#)
- [La nonviolenza e' in cammino](#)
- [MareNostrum Newsletter](#)
- [Mosaico di pace](#)
- [News from Africa](#)
- [Storia della nonviolenza e dei diritti umani](#)
- [Taranto Sociale](#)
- [Una finestra a sud](#)

la Shoah

...Meditate che questo è stato: Vi comando queste parole. Scolpitele nel vostro cuore Stando in casa andando per via, Coricandovi alzandovi; Ripetetele ai vostri figli...

Primo Levi

Il nuovo libro di Giorgio Giannini "Il Giorno della Memoria. Per non dimenticare"

Campagna di sensibilizzazione sull'informazione sociale

"Mare nostrum"
CENSURATO
CENSURATO

Foto: Raki Gallimberti ©

Aiuta l'ospedale di Kimbau

[Sostieni i progetti della dottoressa Chiara Castellani che opera al servizio dei più poveri in Congo](#)

CPT



APPELLO AI VESCOVI



PARLAMENTO PULITO



Via dall'Iraq!



Dossier

Appello Legale G8



Il diritto contro la guerra
Eurasia IRAQ: alla conquista del cuore
Tempesta del deserto: la guerra intell
Incubo atomico e armi nucleari
Dossier Afghanistan

Il digital Divide
L'obiezione di coscienza in Turchia



Letture consigliate

ELOGIO DELLA agli hacker, dieci

Carlo Gubitosa - prefazione di

Nero per cui facevamo il tifo da grandi- sono sovversive perché racconta dieci storie di "eretici dai pirati dell'etere agli hacker pirati della salute contro i pratiche per salvare la nostra



iniquo A cura di

alimenti sviluppo, lavoro di uomini, donne e spesso vita per produrre ciò che i Paesi in guadagno sono previsti per pagare giornalisti ed esperti che lavorano produzione, raccogliendo le testimonianze di forte ingiustizia delle condizioni di lavoro dei produttori. Queste ultime sono storie di ben non solo di chi lavora, ma anche

guadagno decisi dal commercio equo, fanno sì che molti il meccanismo della cooperativa, reinvestono parte del loro scuola per tutti, per coinvolgere altri, in un circolo di lavoro occupazione e benessere.



Finestra a Sud



ULTIMO ARTICOLO:
Programma delle attività 2005-06 dei Comboniani di Castel Volturno

Foto-gallerie



Newsletter

La nonviolenza e' in cammino

Quotidiano dedicato a tutti gli amici della nonviolenza

News From Africa


L'Africa raccontata dagli africani
 [ENG]

Siti segnalati

I link di PeaceLink

Unimondo
AssoPace
Rete Lilliput
Altreconomia
Guerre&Pace
Vita

Warnews
Reporter Associati

 Scriveteci, segnalandoci appelli, appuntamenti, documenti, link da inserire nel sito. - [Click here to write to us in english.](#)

Webmaster [Enrico Marcandalli](#) | System Administrator [Leonardo D'Urso](#) | PeaceLink C.P. 2009-74100 Taranto (Italy)- ccp 13403746

[Linux](#) è il sistema operativo ufficiale di PeaceLink | Il server Alex è ospitato in housing presso [ITBnet](#) | [Informativa sulla privacy](#)

Home page tematica,

http://italy.peacelink.org/mappa/group_1.html



[CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#) [TEMATICHE](#) [CAMPAGNE](#) [OSPITI](#) [CALENDARIO](#)

CERCA

EDITORIALE



Le sfide che verranno

Sfide possibili o impossibili. Sfide su tutti i fronti.

Sfide su cui sempre più dovremo trovare coesione e "fronte comune" tra chi si occupa di pace, di diritto, di ambiente contaminato. Perché nell'interconnessione globale che ci investe, anche i problemi - e le loro conseguenze sul pianeta - si scoprono sempre più interconnessi.

20 gennaio 2006 - Roberto Del Bianco

MAILING LIST

Africa



[PeaceLink / Tematiche](#)

mappa

- [Tematiche](#)

Le aree tematiche a cura della redazione di PeaceLink

- o [Conflitti](#)

Notizie ed approfondimenti sui conflitti nel mondo

- o [Consumo Critico](#)

Non c'è pace senza giustizia economica.

- o [Cybercultura](#)

Area tematica sulla cybercultura

- o [Diritti Animalisti](#)

Notizie, articoli, eventi in tema di diritti animali.

- o [Diritto in rete](#)

Informazioni su norme, leggi e regolamenti che governano il "cyberspazio".

ultime novità

In Tematiche / Latina / diritti umani
[Messico: Regolari o clandestini: la storia dei volti che gli Stati Uniti non vogliono vedere.](#)

28 gennaio 2006 - Alessandro Ingarsia

In Tematiche / Latina / informazione
[I disinformatori antilatinoamericani di professione](#)

Ogni giorno la stampa italiana ospita affermazioni false e tendenziose contro i governi progressisti latinoamericani. E' solo un caso o è in corso una campagna di delegittimazione contro quello che per Donald Rumsfeld è l' "asse del male latinoamericano da colpire"?

28 gennaio 2006 - Gennaro Carotenuto

In Tematiche / Palestina / Opinioni

[Hamis e noi](#)

28 gennaio 2006 - Enzo Mangini

In Tematiche / Latina / politica

Intanto, il Ministro dell'Acqua accusa la multinazionale Suez-Lyonnaise des Eaux
[Bolivia: Evo Morales dimezza il suo stipendio](#)

Percepirà il 57% in meno, come promesso
27 gennaio 2006 - Diego Brugnoli

In Tematiche / Sociale / Terzo settore

[AIFO: l'appello globale contro la discriminazione dei malati di lebbra](#)

Un appello per porre fine allo stigma e alla discriminazione contro le persone affette dalla lebbra, lanciato da sette grandi personalità ai Capi di Stato e al mondo intero

27 gennaio 2006 - Davide Sacquegna



Aiuta PeaceLink
Sostieni la telematica
per la pace, versa un
contributo sul c.c.p.
13403746 intestato ad
Associazione
PeaceLink, C.P. 2009
- 74100 Taranto (TA)

o Disarmo

Sezione tematica
dedicata ai
problemi del
disarmo, degli
armamenti, del
rischio nucleare e
della
riconversione
dell'industria
bellica

o Ecologia

Ecologia

o Editoriale

L'editoriale di
PeaceLink

o Emergenza

o Europace

Rubrica di
informazione
dedicata
all'Europa e al
suo ruolo per la
pace nel mondo.

o Genova

16-22 luglio
2001, sette giorni
che hanno
sconvolto l'Italia

o Latina

Sudamerica

o MediaWatch

Osservatorio
sull'informazione

o Migranti

Il valore della
diversità.
Immigrazione,
antirazzismo,
interculturalità.

In Tematiche / Sociale / Terzo settore
sotto l'Alto Patronato della Presidenza
della Repubblica
col Patrocinio del Segretariato Sociale
RAI

Ritorna il Miele della Solidarietà
dell'AIFO

Il Miele prodotto dagli apicoltori dello
Zambia e della Croazia, importato
attraverso il Commercio equo e solidale,
sarà il veicolo per il messaggio che
l'AIFO lancia il 29 gennaio: Sognare un
mondo senza lebbra

24 gennaio 2006 - Davide Sacquegna

In Tematiche / Sociale / Terzo settore
Domenica 29 gennaio 2006

AIFO: la 53a Giornata mondiale dei
malati di lebbra

Si svolge sotto l'Alto Patronato della
Presidenza della Repubblica e on il
Patrocinio del Segretariato Sociale RAI.
SOGNARE UN MONDO SENZA
LEBBRA è lo slogan scelto dall'AIFO per
l'edizione del 2006

13 gennaio 2006 - Davide Sacquegna

In Tematiche / Latina / diritti civili /
movimenti sociali

Venezuela: il Forum Sociale Mondiale a
Caracas

27 gennaio 2006 - Sergio Ferrari

In Tematiche / Latina / cronaca

Cile: Lucia Pinochet, la grande fuga dalla
democrazia

l'ironia della storia fa sì che, Lucia
Pinochet, figlia dell'ex dittatore che
costrinse più di un milione di cileni
all'esilio, abbia chiesto asilo politico agli
USA, benché la sua vita non corra alcun
pericolo, perché quello che la preoccupa
è un processo per illecito finanziario

27 gennaio 2006 - Gustavo González

In Tematiche / Storia della Pace / Il
Novecento / Seconda guerra mondiale
(1939 -1945)

Lotte nonviolente nella storia
La Resistenza nonviolenta al
nazifascismo in Italia

1- Studi storici sulle lotte nonarmate o
nonviolente - La Resistenza civile nella
evoluzione della storiografia della

- o NoBrain

Contaminazione pacifista attraverso la cultura

- o Pace

Pacifismo, nonviolenza e educazione alla pace

- o Palestina

Sezione tematica sulla Palestina, con articoli, approfondimenti e news.

- o PeaceLink

Associazione PeaceLink

- o PhPeace

Il software sviluppato da PeaceLink per la gestione del sito

- o Sociale

L'associazionismo italiano, il volontariato e informazioni sul disagio sociale e sui diritti di cittadinanza.

- o Storia della Pace

Per una storia della pace, dei diritti umani e dell'ecologia

Resistenza

2. Qualche vicenda esemplare: - Gli scioperi operai - La Resistenza delle donne - Resistenza non armata nella Bergamasca - Resistenza nonviolenta a Forlì

3. Dalla storia alla strategia

17 gennaio 2006 - Enrico Peyretti

In Tematiche / Latina / diritti civili / lotta alla povertà

Autonomizzazione dell'economia e indebolimento degli stati-nazione.

Conglomerati privati che agiscono a livello planetario senza controllo.

Deforestazione, desertificazione, surriscaldamento climatico, malattie infettive e fame.

Chi comanda nel mondo?

Basterebbe che venisse ritirato appena il 4% dalle 225 maggiori fortune del mondo per dare cibo, acqua, salute ed educazione a tutta l'umanità. Questi sono dati dell'ONU del 2004. Intanto 30 milioni di persone ancora muoiono di fame

25 gennaio 2006 - Leonardo Boff

In Tematiche / Pace / Che fare? / Musica per la pace

per la Giornata della Memoria del 27 gennaio

Noi osiamo sperare

Per Non Dimenticare la SHOAH

27 gennaio 2006 - Agnese Ginocchio-

In Tematiche / Diritti Animali / Vegetarismo/Veganismo

Forse un giorno, vicino o lontano dipenderà da noi, un bambino leggerà sul libro di storia che una volta gli esseri umani mangiavano cadaveri.

Mangiamo cadaveri ?

27 gennaio 2006 - Luciano Gianazza

In Tematiche / Diritti Animali / Caccia e pesca

Gli Achab giapponesi

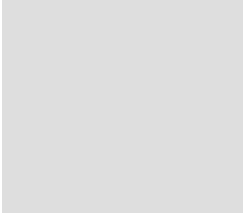
Macellai crudeli, non certo scienziati

27 gennaio 2006 - Oscar Grazioli

In Tematiche / Latina / diritti civili / movimenti sociali

Venezuela: la marcia delle Americhe

Si è conclusa da poche ore la



Home page di "MediaWatch"

<http://italy.peacelink.org/mediawatch/>



[MediaWatch](#)

[Ultimi aggiornamenti](#)

[News e annunci](#)

[Osservatorio](#)

[Notizie segnalate](#)

[Inserisci un documento](#)

[Iraq 2003](#)

[Documenti](#)

[I media e la guerra](#)

[Dossier](#)

[Censure e manipolazioni](#)

[Villaggio Globale](#)

[Digital Divide](#)

[Privacy](#)

[Mediattivismo](#)

[Pubblicità e persuasione](#)

[Notizie fantasma](#)

[Quinto potere](#)

[Culture Jamming](#)

[Balle spaziali](#)

[Mediawatching](#)

[Legislazione](#)

[Tesi di Laurea](#)

[USAwatch](#)

[Mailing list](#)

[Policy](#)

[Iscrizione](#)

[Strumenti](#)

[Press Kit](#)

[Bibliografia](#)

[Links](#)



mediawatch@peacelink.org

cerca

Mediawatch è un osservatorio indipendente sull'informazione nato il 15 febbraio 2003 dall'iniziativa di alcuni siti e riviste di informazione indipendente. Fino al 19 aprile, nei giorni dei bombardamenti sull'Iraq, sono state raccolte oltre 300 segnalazioni (più di 10 al giorno), che documentano manipolazioni, forzature, censure, menzogne e propaganda nascoste dietro la sedicente "lotta al terrorismo".

Oggi l'attività dell'osservatorio continua, e il nostro sforzo di documentazione e denuncia non riguarda solamente la **propaganda** di guerra, ma anche tutte le forme di **censura** e manipolazione, le minacce alla libertà di espressione, la dimensione **internazionale** dell'informazione e il dibattito mondiale sul diritto alla comunicazione, la **cybersorveglianza** e le violazioni della privacy, il **mediattivismo** e le tecniche di comunicazione per la lotta nonviolenta, la **pubblicità** e la gestione del consenso, il **marketing politico** e le tecniche di persuasione occulta, le **"notizie fantasma"** ignorate dai media commerciali, il **"quinto potere"** dell'informazione globalizzata, che si fonde con la politica e l'economia, il **"culture jamming"** fatto di antipubblicità, telestreet e resistenza creativa, le menzogne e le **"balle spaziali"** che inquinano i mezzi di informazione, gli osservatori sui media che esercitano un controllo sociale dal basso sul potere dell'informazione, le **leggi** italiane e internazionali che regolano l'attività dei media.

Anche tu puoi aiutarci a costruire questo spazio di libertà culturale per una nuova ecologia della mente, segnalando articoli, bufale o dossier con un semplice click.

Questo osservatorio, che attualmente è realizzato dall'associazione Peacelink, durante i giorni dei bombardamenti sull'Iraq ha coinvolto anche le più importanti realtà dell'informazione alternativa italiana: Altreconomia, Carta, Azione Nonviolenta, Buone Nuove, Guerre & Pace, Indymedia, Information Guerrilla, Informazione senza frontiere, Terre di Mezzo, Unimondo, Vita, Volontari per lo sviluppo.

Ultimi articoli pubblicati

MAILING LIST

indirizzo email



Aiuta PeaceLink
Sostieni la telematica per la
pace, versa un contributo
sul c.c.p. 13403746
intestato ad Associazione
PeaceLink, C.P. 2009 -
74100 Taranto (TA)

TG Rai: dateci notizie, non gossip

23 gennaio 2006

6-8 Maggio a Marsiglia: Invito a partecipare ad un gruppo di lavoro internazionale delle Televisioni Libere

6 maggio 2006

USA: NYT, intercettazioni senza mandato non diedero nessun risultato

17 gennaio 2006

Le crisi umanitarie più ignorate dalla TV: il rapporto di Medici Senza Frontiere

I troppi silenzi americani su Jill Carroll, rapita in Iraq

La redazione del Christian Science Monitor aveva paura che quel «Christian» potesse peggiorare la situazione

Parlano i suoi colleghi del giornale di Boston.

Sempre più preoccupati per la prolungata assenza di segnali e di richieste dei rapitori

14 gennaio 2006 - Franco Pantarelli

Il governo decide il blackout del sito Wikipedia

Caso limite di una censura costante su tutti i siti

La Cina alla guerra

delle parole proibite

Troppe definizioni scomode, Pechino chiude l'enciclopedia web

12 gennaio 2006 - Federico Rampini

Le parabole di Tunisi

Un'analisi sul ruolo dei satelliti nell'erosare i sistemi tradizionali di controllo dell'informazione in Tunisia

27 settembre 2005 - Christopher Cepernich

Una pioggia di euro

Del consistente contributo economico che l'Ue versa nelle casse del governo tunisino, soltanto una porzione minima è rivolta alla questione della libertà di stampa

28 settembre 2005 - Paolo Giaccaria

TUNISIE: L'envoyé spécial de "Libération" agressé à Tunis

15 novembre 2005 - Volontari per lo Sviluppo

Tunisia: stampa internazionale sotto assedio

Journalists, others at World Summit on the Information Society attacked by authorities

15 novembre 2005 - Volontari per lo Sviluppo

Ultimo aggiornamento: 23 gennaio 2006 ore 12:47

Bibliografia

Storia di PeaceLink

GUBITOSA Carlo, MARCANDALLI Enrico, MARESCOTTI Alessandro, *Telematica per la pace: cooperazione, diritti umani, ecologia*, Apogeo, Milano, 1996

GUBITOSA Carlo, *Italian Crackdown: BBS amatoriali, volontari telematici, censure e sequestri nell'Italia degli anni '90*, Apogeo, Milano, 1999

GUBITOSA Carlo, *Oltre Internet: consigli pratici per una navigazione a misura d'uomo*, EMI/FCE, Bologna/Milano, 1997

Informazione Alternativa

BOSIO Roberto, *Guida all'altra informazione sul web*, EMI, 2003

M. DOVIGI Maurizio, *WeBlog, personal publishing*, APOGEO, Milano, 2003

GUBITOSA Carlo, *L'informazione alternativa*, EMI, Bologna, 2002

PASQUINELLI Matteo, *Media activism: strategie e pratiche della comunicazione indipendente*, DeriveApprodi, Roma, 2002

Storia, tendenze e sviluppi di Internet

CARLINI Franco, *Lo stile del Web: parole e immagini nella comunicazione di rete*, Einaudi, Torino, 1999

CARLINI Franco, *Parole di carta e di Web*, Einaudi, Torino, 2004

CENSIS, *2001-2005 Cinque anni di evoluzione e rivoluzione nell'uso dei media*, Fondazione Censis, Roma, 2005

BLASI Giulio, *Internet. Storia e futuro di un nuovo medium*, Guerini & Associati, Milano, 1999

PACCAGNELLA Luciano, *La comunicazione al computer*, Il Mulino, Bologna, 2000

MATTELART Armand, *Storia della società dell'informazione*, Einaudi, Torino, 2001

HANSON Ward, *Internet Marketing*, Tecniche Nuove, Milano, 2000

Giornalismo

BARBATO Andrea, *Come si manipola l'informazione*, Editori Riuniti, Roma, 1996

BOURDIEU Pierre, *Sulla televisione*, Feltrinelli, Milano, 1997

FISK Robert, *Notizie dal fronte: dall'Afghanistan all'Iraq, le cronache di un grande corrispondente di guerra*, Fandango, Roma, 2003

FOFFI Goffredo, LERNER Gad, SERRA Michele, *Maledetti giornalisti*, Edizioni e/o, Roma, 1997

FOSSÀ Giulia, *The Bush Show: verità e bugie della guerra ingiusta*, Nuovi Mondi Media, San Lazzaro di Savena, 2003

GARDINI Gianluca, *Le regole dell'informazione. Principi giuridici, strumenti, casi*, Bruno Mondadori, Milano, 2005

T. GITLIN Todd, *Sommersi dai media*, Etas Edizioni, Roma, 2003

KAPUŚCIŃSKI Ryszard, *Il cinico non è datato a questo mestiere*, Edizioni e/o, Roma, 2000

MENDUNI Enrico, *I linguaggi della radio e della televisione: teorie e tecniche*, Laterza, Roma/Bari, 2002

PAPPUZZI Alberto, *Professione Giornalista: tecniche e regole di un mestiere*, Donzelli, Roma, 2003

REALE Roberto, *Non sparate ai giornalisti*, Nutrimenti, Roma, 2003

REALE Roberto, *Ultime notizie. Indagine sulla crisi dell'informazione in Occidente. I rischi per la democrazia*, Nutrimenti, Roma, 2005

SORRENTINO Carlo, *Il giornalismo: che cos'è e come funziona*, Carocci, Roma, 2002

STAGLIANÒ Riccardo, *Giornalismo 2.0 : fare informazione al tempo di internet*, Carocci, Roma , 2002

TONELLO Fabrizio, *La nuova macchina dell'informazione*, Feltrinelli, Milano, 1999

VALERIANI Augusto, *Il giornalismo arabo*, Carocci, Roma, 2005

Pacifismo

DIODATO Roberto, *Pacifismo, storia dei movimenti e delle idee*, Editrice Bibliografica, Milano, 1995

FERRI Vilmo, *Succedono cose dell'altro mondo*, Edizioni Dischi Ermitage, Bologna, 2005

MARRONE Antonella, SANSONETTI Piero, *Né un uomo né un soldo: una cronaca del pacifismo italiano del Novecento*, Baldini Castoldi Dalai, Milano, 2003

MORRONE Federica, *Regaliamoci la pace: conversazione con Tiziano Terzani e quindici contributi per una cultura di pace*, Nuovi Mondi, Milano, 2002

L'UNITÀ, *Senza violenza : idee e storie dei movimenti per la pace*, L'unità, stampa , Roma, 2004

MARESCOTTI Alessandro, MARESCOTTI Daniele, *Storia della pace ed della non violenza*, fonte http://italy.peacelink.org/storia/docs/572-2707_5.2_storia_della_pace.zip, 2005

MORANTE Elsa, *La Storia*, Einaudi, Torino, 1974

Altri

CASSESE Antonio, *I diritti umani oggi*, Editori Laterza, Roma - Bari, 2005

CELOTTO Andrea, *Costituzione annotata della Repubblica italiana*, Zanichelli, Bologna, 2003

GINSBORG Paul, *Storia d'Italia 1943-1996 : famiglia, società, Stato*, Einaudi, Torino, 1998

GINSBORG Paul, *Storia d'Italia dal dopoguerra a oggi : società e politica 1943-1988*, Einaudi, Torino, 1989

ZOLO, *Globalizzazione: una mappa dei problemi*, Editori Laterza, Roma - Bari, 2004

Sitografia

Informazione Alternativa

www.africagens.org
www.alexanderlanger.org
www.altraeconomia.it
www.amisnet.org/it/amisnet/
www.apogeeonline.com
www.archiviostampa.it
www.bandieragialla.it
www.beppegrillo.it
www.blogger.com
www.blogitalia.it
www.cacaonline.it
www.fuoriluogo.it
<http://inkiestro.splinder.com/>
<http://italy.indymedia.org/>
www.informationguerrilla.org
www.macondo3.org
www.megachip.info
www.nuovimondimedia.com/sitonew/
<http://ohmynews.com>
www.osservatorio.it
www.osservatoriobalcani.org
www.osservatorioiraq.it
www.plastic.com
www.radiocittafujiko.it
www.redattoresociale.it
www.rekombinant.org

www.rsf.org
www.tarantosociale.org
www.unimondo.org
<http://it.wikipedia.org/wiki/>

Media mainstream

www.capital.it
www.corriere.it
<http://siliconvalley.com/dangillmor>
www.deejay.it
www.diario.it
www.dire.it
<http://doc.weblogs.com>
www.gazzetta.it
www.gruppoespresso.it
www.ilmanifesto.it
www.ilsole24ore.com
www.internazionale.it
www.ipse.com
www.italieni.it
www.johnpilger.com
www.la7.it
www.lavoce.info
www.lsdi.it
www.mediaset.it
www.mondadori.com
www.nytimes.com
www.paulandrews.com

www.playradio.it
www.radio.rai.it/grparlamento
www.rainews24.it
www.rebeccablood.net
www.repubblica.it
http://ilrestodelcarlino.quotidiano.net/
www.tg1.rai.it
www.tg3.rai.it
www.tgr.rai.it
www.unionesarda.it
www.unita.it
www.unita.it
www.usatoday.com
www.washingtonpost.com
www.wsj.com

Pacifismo

www.alexanderlanger.org
www.amnesty.it
www.conviviopopoli.it
www.emergency.it
www.gruppoabele.org
www.hrw.org
www.macondo3.org
www.msf.it
www.nonviolenti.org
www.peacereporter.net
www.tavoladellapace.it

www.un.org

Altri

www.alexacom

www.aol.com

www.censis.it

www.demauroparavia.it

www.ebay.it

www.gnu.org

www.google.com

<http://news.google.it>

www.istat.it

www.linux.org

www.microsoft.com

www.piazzacarlogiuliani.org

www.openoffice.org

www.tiscali.it

www.veritagiustizia.it

