



Associazione Centro Culturale "Leone XIII"

<http://www.LeoneXIII.org>

LA NOTTOLA DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003

GIULIO LIZZI

LE TECNOLOGIE INFORMATICHE
PER LA COSTRUZIONE DI CULTURA



Indice

Introduzione	5
PARTE PRIMA	
1. ICT: definizione, contesto, strumenti	
1.1. ICT: definizione e paradigmi	
1.1.1. La società dell'informazione	10
1.1.2. Rete e conoscenza	12
1.1.3. I paradigmi epistemologici dell'ICT	15
1.2. Interattività e intercreatività	
1.2.1. Interattività	17
1.2.2. Iper testo e ipermedia	18
1.2.3. Le prospettive della intercreatività	26
2. ICT: una prospettiva sociologica	33
2.1. Fissazione e archiviazione	36
2.2. Riproduzione	38



LA NOTTOLA DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003

2.3. Distanziamento spazio-temporale	39
2.4. Partecipazione	41
2.5. Comunicazione e informazione	43
3. ICT: una prospettiva giornalistica	
3.1. Informazione: due definizioni	47
3.2. I limiti dell'informazione giornalistica on-line	50
3.3. Strumenti teorici per un nuovo modello di informazione giornalistica on-line	54
3.3.1. Il <i>background</i> della notizia	57
3.3.2. Una nuova mediazione intellettuale	59
3.3.3. Verso il "giornalismo di rete"	63

PARTE SECONDA

4. Il portale scientifico on-line della Fondazione "Carlo Caetani della Fargna"	
4.1. Il progetto e le finalità	71
4.2. Costruire un portale scientifico	74
4.2.1. Generi e rubriche	77
4.3. La struttura del portale	82
4.3.1. La homepage – 4.3.2. Interventi – 4.3.3. Eventi – 4.3.4. Risorse – 4.3.5. Links – 4.3.6. Legislazione – 4.3.7. Domande & Risposte – 4.3.8. Agorà – 4.3.9. Redazione	
Bibliografia	98



Associazione Centro Culturale "Leone XIII"

<http://www.LeoneXIII.org>

LA NOTTOLA DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003



Introduzione

L'avvento delle tecnologie informatiche applicate alla comunicazione (*Information and Communication Technology*), tra le quali Internet con la sua peculiare organizzazione ipertestuale dell'informazione, offre possibilità inedite per l'elaborazione culturale e l'azione didattica. Per cogliere appieno queste potenzialità, è necessario far fronte ai pericoli di un crescente *overload* informativo che ha il suo luogo di massima espansione proprio sul web. Occorre quindi elaborare un progetto che sappia trasformare le tecnologie in uno spazio controllato di elaborazione e di diffusione della cultura, che sia effettivamente *pensato* per il web e sul web, e che offra la possibilità di oltrepassare la mera enunciazione delle informazioni, per ampliare la riflessione attraverso un reticolo di percorsi di approfondimento e di contestualizzazione tematica.

Nel primo capitolo si definirà il contesto entro cui realizzare il nuovo progetto informativo: l'interattività offerta dalle ICT, nella forma specifica dell'ipertesto e dell'ipermedia, è infatti il luogo in cui instaurare una “conversazione” in senso semiologico, fondata sulla non sequenzialità e multilinearità del discorso, e volta quindi a trasformare l'atto informativo da semplice recepimento di notizie da parte del lettore, a complesso momento di apprendimento fondato sull'esplorazione di contenuti che offrano, a partire dall'enunciazione di una notizia, percorsi plurimi di approfondimento. In questa sede non deve essere accantonata la prospettiva dell'intercreatività, ovvero



LA NOTTOLA DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003

l'interazione basata sull'utilizzo della struttura dinamica degli ipertesti, in vista di una produzione collaborativa di informazione, svincolata dalla logica unidirezionale dei media classici.

Nel secondo capitolo di affronterà la prospettiva sociologica delle ICT. La rivoluzione digitale e la nascita di Internet hanno reso possibile lo sviluppo di un nuovo paradigma comunicativo, per analizzare il quale occorre procedere utilizzando gli strumenti teorici propri della Sociologia dei processi culturali. Fissazione e archiviazione, riproduzione, distanziamento spazio-temporale, partecipazione sono i passaggi fondamentali attraverso i quali si esercita il potere simbolico e la condivisione dei significati.

Nel terzo capitolo si formulerà una definizione di *giornalismo di rete*, un modello di informazione che, avvalendosi delle tecnologie informatiche e in modo particolare di Internet, sia in grado di iscriversi nel contesto delle tecniche che sono oggetto di studio delle scienze della formazione, ponendo la riflessione sull'attualità come punto di partenza per un percorso didattico di approfondimento tematico (enciclopedia) aperto anche al dibattito (agorà), e in definitiva contribuire alla formazione di quella memoria condivisa che oggi rischia di perdersi nel flusso indistinto dell'informazione. Inscrivere il giornalismo in questa prospettiva culturale vuol dire da un lato investirlo di una responsabilità formativa nel contesto della società odierna, dall'altro aprire una strada alternativa, e di senso contrario, rispetto a quella che oggi sembra condannato a seguire, e cioè quella dell'*infotainment*¹. A questo proposito si tenterà di

¹ Il termine *infotainment* è un neologismo nato dalla fusione delle parole inglesi *information* (informazione) e *entertainment* (intrattenimento). La tecnica dell'*infotainment*, nella comunicazione di massa, consiste nella giustapposizione di generi diversi allo scopo di realizzare un prodotto giornalistico appetibile sul piano commerciale, ponendo quindi l'accento sul marketing piuttosto che sull'efficacia dell'informazione.



LA NOTTOLA DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003

delineare i limiti dell’attuale giornalismo on-line e di indicare una rosa strumenti essenziali per un ripensamento di esso in chiave culturale. La funzione di mediazione intellettuale del giornalista che opera sul web consiste, dunque, nel proporre prodotti informativi in grado di offrire al lettore, a fianco alla notizia, una rosa di filoni tematici e di strumenti interpretativi, accesso alle fonti e agli archivi, ai glossari, alle definizioni enciclopediche; in una parola, trasformare la fruizione di informazione in una occasione di apprendimento. In ultima analisi, sarà opportuno riflettere sul giornalismo di rete come luogo di recupero di quello spazio di riflessione frapposto tra l’evento e l’osservatore, uno spazio oggi sempre più spesso annullato dal ritmo frenetico impostato sulla sincronia del “tempo reale”. Un luogo che, in definitiva, sappia di promozione di una più sostanziale democrazia.

Nel quarto capitolo, infine, si proporrà un esempio concreto di informazione scientifica strutturata nella forma del portale on-line: il sito web del *Centro per lo studio e la prevenzione del disagio nell’infanzia*, diretto dalla prof.ssa Floriana Falcinelli. Un progetto nato dalla volontà di tre realtà istituzionali – l’Università degli Studi di Perugia, l’Archidiocesi di Perugia-Città della Pieve e la Fondazione “Carlo Caetani della Fargna” – al quale ho contribuito realizzando l’impianto del portale on-line e collaborando nella gestione dei contenuti informativi. La stretta interconnessione tra le varie sezioni del portale, la corrispondenza ipertestuale tra informazione quotidiana e documentazione scientifica, la possibilità offerta ai lettori di interagire e di instaurare una comunicazione con il Centro di ricerca, la funzione di supporto nella ricerca di fonti esterne attinenti ai temi di interesse del Centro, rendono questo portale un esempio interessante di applicazione del modello di informazione on-line che in questa trattazione si intende analizzare.



Associazione Centro Culturale "Leone XIII"

<http://www.LeoneXIII.org>

LA NOTTOLA DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003



Associazione Centro Culturale "Leone XIII"

<http://www.LeoneXIII.org>

LA NOTTOLA DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003

PARTE PRIMA



1. ICT: definizione, contesto, strumenti

1.1. ICT: definizione e paradigmi

1.1.1. La società dell'informazione

Per denotare la società in cui viviamo siamo soliti impiegare l'espressione «società dell'informazione» o «società della conoscenza». La società industriale classica ha ceduto il passo ad una società postindustriale, le cui caratteristiche sono da ricercare da un lato nella globalizzazione economica accelerata dalle nuove tecnologie di rete, dall'altro nel crollo dei valori tradizionali segnato dalla postmodernità, dall'altro infine in una straordinaria velocità di apparizione e rinnovamento dei saperi e delle pratiche. In questa nuova società, la maggior parte delle competenze acquisite da una persona all'inizio della carriera professionale divengono obsolete prima di pervenire al termine della carriera stessa: si impone quindi per chiunque la necessità di una formazione ricorrente adulta, o *lifelong education*.² Anche in questo senso, l'informazione rappresenta oggi una risorsa

² Calvani A., *Educazione, comunicazione e nuovi media. Sfide pedagogiche e cyberspazio*, UTET, Torino 2001.



fondamentale: secondo alcuni essa giocherebbe il ruolo che una volta svolgevano il carbone e il petrolio; si sarebbe passati da una tecnologia basata su input di energia ad una prevalentemente basata su input di informazione³, concezione avvalorata dalla crescente digitalizzazione, riconosciuta come dato strutturale e costitutivo della realtà del nostro tempo. I processi di digitalizzazione costituiscono la premessa per l'ingresso nella società dell'informazione: ad essi viene sottoposto ogni contenuto che sia ancora affidato a supporti tradizionali (stampa, fotografia, incisione audiovisiva e sonora), al fine di rendere l'informazione accessibile attraverso gli strumenti informatici che ne rendono possibile la gestione, la memorizzazione, la trasmissione attraverso le reti. Inoltre, gran parte dell'informazione oggi viene prodotta direttamente in forma digitale⁴. L'insieme delle tecnologie che consentono il trattamento e lo scambio delle informazioni in formato digitale prende il nome di *Information and Communication Technology (ICT)*: un complesso interrelato di scienze, metodologie, criteri,

³ Negroponte N., *Essere digitali*, Sperling & Kupfer Editori, Milano 1995.

⁴ La digitalizzazione è il processo di conversione che, applicato alla misurazione di un fenomeno naturale o fisico, ne determina il passaggio dal campo dei valori continui a quello dei valori discreti. Nel campo dell'informatica e dell'elettronica, con il termine digitalizzazione si intende il processo di trasformazione dei dati (testo, immagini, suoni, video) dal formato analogico (valori continui) al formato digitale (valori discreti). L'uso di segnali discreti permette la rappresentazione dei dati in forma di numeri binari o bit (sequenze di 1 e 0), e dunque la loro gestione attraverso i dispositivi elettronici. Una delle applicazioni più conosciute della digitalizzazione è quella che riguarda le immagini: gli scanner eseguono un processo di digitalizzazione grazie ai CCD (sensori ottici suddivisi in milioni di piccole aree chiamate pixel, ognuna delle quali registra l'informazione di colore relativa a un'area molto piccola). In un'immagine un byte (8 bit) consente di registrare 256 livelli di luminosità (da 00000000 fino a 11111111). Con 3 byte (24 bit) si possono registrare 16 milioni di colori per pixel, ossia si utilizzano 8 bit per definire le 256 gradazioni di rosso (R), 8 bit per definire quelle del verde (G), e altre 8 per definire quelle del blu (B).



tecniche e strumenti, atti a potenziare le attività relative alla raccolta, trasmissione ed elaborazione dei dati, alla costruzione di informazioni e di conoscenza; con ICT si intende la convergenza di informatica e telematica, volta alla sperimentazione di nuove modalità di trasmissione dei dati. Gli strumenti di trattamento automatico dell'informazione sono divenuti d'uso comune in tutti i settori dell'attività umana: la realizzazione della connessione telefonica dei terminali e delle memorie informatiche, l'estensione delle reti di trasmissione digitale ampliano, giorno dopo giorno, un cyberspazio mondiale, nel quale ciascun elemento d'informazione si trova virtualmente in contatto con qualunque altro e con tutto l'insieme. Secondo Lévy, l'evoluzione di queste tendenze fondamentali tende a convergere verso la costituzione di un nuovo ambito di comunicazione, di pensiero e di lavoro per le società umane, condizionando in modo rilevante i mutamenti culturali del nostro tempo⁵.

1.1.2. Rete e conoscenza

La società postindustriale ha rivoluzionato i parametri per la creazione e la diffusione delle conoscenze, anche grazie alla nascita di nuove *banche della conoscenza*, cioè i luoghi fisici in cui si accumulano informazioni per poterle ritrovare al momento in cui servono, con l'effetto di rendere finalmente stabile il

⁵ Lévy P., *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano 1996.



capitale di conoscenza disponibile. Non soltanto archivi, biblioteche e banche dati, ma anche Internet⁶, che accanto alla sua vocazione commerciale, ha una poderosa propensione verso questa funzione: conservare informazioni e conoscenze, alle quali ci si può rivolgere in qualunque momento e da qualunque luogo del pianeta. Questa serie di mutamenti può far credere che, anche dal punto di vista delle conoscenze, oggi viviamo nel migliore dei mondi possibili. Tutti (o quasi) possono produrre, ricordare, scambiarsi conoscenze, possono accedere ad ambiti di sapere un tempo neppure identificabili. Ma questa prospettiva è illusoria. La conoscenza è sì più abbondante e meglio conservata, ma non è affatto accessibile come può sembrare. Infatti, per potervi accedere è indispensabile superare lo sbarramento di un software sempre più complesso, cioè bisogna imparare preliminarmente regole, istruzioni e procedure. Lo sviluppo tecnologico, specialmente nel campo dell'informazione, fa sì che una larghissima varietà di conoscenze non sia più direttamente accessibile: la conoscenza, facendosi più raffinata, è lì, è disponibile ma, a dispetto dell'apparenza, non può essere raggiunta, o può esserlo solo a costo di grande sforzo. In un certo senso, questa situazione paradossale riproduce alcuni limiti tipici della società tradizionale: in questa, la conoscenza era limitata e

⁶ Dal punto di vista tecnico, Internet si presenta come una rete di reti telematiche (una inter-rete, in inglese inter-net), che collega in tutto il mondo migliaia di reti, basate su tecnologie e infrastrutture diverse, grazie ad un insieme di protocolli comune denominato TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). I computer collegati ad Internet in modo permanente e attraverso delle linee di trasmissione dedicate sono detti host. Oltre agli host, moltissimi computer si collegano alla rete in modo temporaneo: si tratta di collegamenti che vengono effettuati mediante linee telefoniche commutate (sia analogiche sia digitali). Gran parte di questi collegamenti temporanei sono effettuati da utenti domestici, utenti cioè che si collegano alla rete Internet dalle loro abitazioni private.



poco accessibile; oggi è abbondantissima, ma la sua accessibilità è solamente potenziale⁷.

Si impone dunque una revisione del *mito dell'informazione*, ancora oggi diffuso, nato negli anni sessanta e settanta sulla scia delle nuove macchine capaci di elaborare informazioni in quantità e con velocità sempre maggiori; come pure una revisione delle banali equazioni del tipo «più informazione = più conoscenza = più benessere», del tutto fuorvianti non solo perché l'aspetto informativo rimane in fin dei conti solo uno degli elementi della società contemporanea, ma anche per il motivo ben più radicale per cui non è corretto considerare l'informazione un valore in se stesso. L'informazione è fondamentalmente «materia inerte» che può, come tutti i materiali inerti, anche costituire un fattore di intralcio alla soluzione dei problemi; gran parte dei dati (suoni, immagini ecc.) in cui si imbattono i nostri organi di senso devono essere oggetto di un'azione di evitamento; buona parte dell'attività della mente si svolge a questo livello nell'identificare e valutare informazioni, per eventualmente allontanarle o metterle al centro della nostra considerazione. Solo determinate informazioni o comunicazioni, inserendosi in tessuto cognitivo e culturale che un soggetto già possiede, possono diventare «conoscenza», trasformarsi in capitale intellettuale⁸: è il rapporto con un contesto di attese teoriche in cui determinate informazioni vengono a disporsi che

⁷ Simone R., *La terza fase. Forme di sapere che stiamo perdendo*, Laterza, Roma-Bari 2000.

⁸ Stewart T.A., *Il capitale intellettuale, la nuova ricchezza*, Ponte alle Grazie, Firenze 1997.



caratterizza l'emergere di una conoscenza in senso stretto. Come far emergere i problemi cruciali rappresenta il vero interrogativo del nostro tempo, così nella scuola come nella ricerca scientifica o nelle organizzazioni. In questo percorso l'*overload* di informazioni è uno dei fattori che rende più difficile l'identificazione dei problemi che effettivamente ha senso sollevare⁹.

1.1.3. I paradigmi epistemologici dell'ICT

Sul piano applicativo occorre approfondire e conoscere i paradigmi dell'informatica e della telematica utilizzabili nell'ambito della costruzione di cultura, cioè i modelli cognitivi ed operativi di natura pervasiva verso tutti i processi di apprendimento e di conoscenza, che costituiscono la più autentica innovazione formativa operata dalla ITC. Sono individuabili sei paradigmi epistemologici dell'ITC, utilizzabili come strumenti metodologici per interpretare e manipolare i segni della realtà e dunque per conoscere e comunicare:

- l'approccio algoritmico, inteso come modello procedurale di dati e istruzioni per la rappresentazione di sequenze di azioni, che interagiscono come le "cose" e gli "eventi" e dunque offrono soluzioni razionali ai problemi;

⁹ Calvani A., *Educazione, comunicazione e nuovi media. Sfide pedagogiche e cyberspazio*, UTET, Torino 2001.



- la progettazione strutturata, intesa come metodologia piuttosto che come tecnica di programmazione, per cui attraverso la ricorsività si definiscono strutture modulari sviluppate in architetture complesse e analizzate secondo livelli di astrazione decrescenti o crescenti;
- la simulazione, intesa come approccio "sistemico" allo studio della realtà per cui, elaborando le informazioni iniziali in relazione a quelle derivate dalle decisioni di intervento, si costruiscono scenari previsionali e progettuali sullo sviluppo e/o il mutamento dei processi reali;
- la soluzione di problemi, intesa come strategia creativa e propositiva per interpretare la realtà, a partire dalla costruzione e dallo sviluppo di modelli in grado di implementare regole euristiche nelle "competenze cognitive" degli allievi;
- la costruzione sociale della conoscenza attraverso processi di codificazione plurilinguistica e multimediale, intesa come attività della mente che struttura e dà senso alla realtà attraverso la condivisione, l'apprendimento flessibile e collaborativo, la contestualizzazione comunicativa;
- l'organizzazione ipertestuale delle informazioni, intesa sia come disponibilità e accessibilità alle fonti del sapere in tempo reale sia come strategia connessionista della mente nell'interazione tra tutti gli attori della comunicazione in rete¹⁰.

¹⁰ Galliani L, Varisco B.M., Costa R., Gaddi M., *Progettare multimedia*, Pensa MultiMedia Editore, Lecce 2003.



1.2. Interattività, ipertesto, ipermedia

1.2.1. Interattività

Tutta la nostra esperienza nasce dall'interazione con la realtà; da questo punto di vista, qualunque oggetto e qualunque fenomeno è per noi "interattivo". Questo vale, a maggior ragione, per gli atti di comunicazione, anche quando essi si concretizzano in un "oggetto comunicativo" dall'apparenza fissa e immutabile¹¹. In ambito semiologico si parla di "conversazione" anche relativamente alla lettura di un testo: ogni lettore instaura un colloquio "virtuale" con l'autore (o meglio con la ricostruzione immaginaria che egli compie dell'autore); allo stesso tempo anche l'autore, in fase di produzione, conversa virtualmente con una ricostruzione immaginaria del lettore. L'avvento delle nuove tecnologie digitali ha aperto la strada a nuove modalità conversazionali, quali quelle tra uomo e macchina, nelle quali il testo può modificarsi nel corso dell'interazione stessa. Parlando di questo peculiare tipo di "conversazione" uomo-macchina si impiega in genere il termine interattività. Il termine, a dire il vero, deve la sua particolare fortuna all'avvento del computer che, a differenza degli altri media, suole appunto essere definito

¹¹ Ciotti F., Roncaglia G., *Il mondo digitale. Introduzione ai nuovi media*, Editori Laterza, Roma-Bari 2006.



“interattivo” per il feedback che il computer fornisce alle azioni del soggetto, mettendolo di fronte ad una condizione nuova¹².

In ambito informatico, un oggetto informativo si dice interattivo se può partecipare ad un processo di comunicazione modificando in maniera esplicita l’informazione emessa, in corrispondenza delle scelte degli altri partecipanti a tale processo. Al cuore del concetto di interattività è dunque l’idea di un utente che, anziché ricevere informazione in maniera relativamente passiva, è in grado di compiere scelte che influenzano tipologia e contenuto dell’informazione da lui ricevuta: l’utente dispone quindi di un canale di feedback o di reazione, utilizzato per indurre il sistema ad “adattare” l’informazione emessa alle necessità e alle richieste del destinatario.

1.2.2. Iper testo e ipermedia

Un tipo di interattività particolarmente interessante è quella resa possibile da un oggetto informativo di grande rilievo, l’ipertesto. L’ipertesto è «un software che consente una gestione non lineare delle informazioni attraverso associazioni (link) tra testi o componenti testuali»¹³. Il prefisso “iper-”, ispirato agli spazi geometrici, vuole indicare una dimensione multipla rispetto alla classica linearità dove, per chi scrive come per chi legge, il

¹² Calvani A., *Educazione, comunicazione e nuovi media. Sfide pedagogiche e cyberspazio*, UTET, Torino 2001.

¹³ Ivi, p.29.



percorso è unico, dall'inizio alla fine. La definizione di ipertesto coinvolge diversi piani. A livello logico, un ipertesto è costituito di nodi, tra i quali vengono stabiliti dei collegamenti. In sostanza è l'analogo di una mappa o di una rete. I nodi possono essere *fissi*, stabiliti definitivamente dall'autore, oppure *dinamici*, cioè modificabili dal lettore. Il contenuto di un nodo può essere puramente testuale o costituito di immagini e suoni o altri elementi multimediali. I materiali sono organizzati per unità relativamente autonome, ognuna dotata di una coerenza locale, collegate l'una all'altra secondo un dato criterio. A livello pratico va aggiunto l'apporto dell'informatica. È solo grazie all'elaboratore elettronico che i legami diventano immediatamente attivabili dal lettore. Questo può avvenire su di un computer isolato (essendo l'ipertesto e il suo software di navigazione forniti su di un dischetto o su di un CD-Rom), oppure su di una rete di computer¹⁴.

La vera portata semantica di una applicazione ipertestuale è data dalla topologia della rete determinata dai link. In molti casi la topologia può essere relativamente semplice - una foresta di gerarchie (dette alberi) con sporadiche connessioni trasversali tra gli alberi stessi - in altri casi la topologia può essere invece notevolmente complessa. Dalla nozione di link ne deriva che l'unica possibilità di utilizzazione di una rete ipertestuale è quello di navigare tra i nodi, mediante i link stessi. Il paradigma di navigazione è semplice: l'utente "legge" il contenuto di un nodo e

¹⁴ Cfr. Carlini F., *Lo stile Web. Parole e immagini nella comunicazione di rete*, Einaudi, Torino 2006, p. 46.



in base a ciò che legge può decidersi se spostarsi o meno su un altro nodo seguendo un link. L'utente chiarisce a se stesso il proprio obiettivo mentre naviga attraverso i nodi. Si tratta di strumentazioni che consentono flessibili spazi di manovra al lettore; questi è trasformato, se vogliamo attenerci alla metafora più diffusa, in un «navigatore», che può scegliere ad ogni istante la rotta da seguire; un ipertesto fornisce una risposta a tutte le situazioni in cui, dinanzi ad un testo, si senta la necessità di interrompere lo svolgimento sequenziale ed attingere «altro» (chiarimenti, approfondimenti, confronti, accesso ad un dizionario ecc.). Esso ha una natura «virtuale»: sulla carta stampata si potranno avere le singole «videate» che lo compongono, ma ciò è qualcosa di diverso dall'ipertesto, che trova il suo reale significato nei molteplici raccordi tra le parti e che quindi, in questo senso, può esistere solo su computer.

Quando l'associatività si estende dal linguaggio scritto ad altri sistemi simbolici (immagini, suono, animazioni) si parla più propriamente di ipermedia. Un ipermedia è caratterizzato dalla pluridirezionalità dello scorrimento di informazioni e dall'interattività, ed esige, a differenza dei media monodirezionali, l'assunzione di un ruolo attivo da parte dell'utente che non si configura più come semplice recettore ma come agente in grado cioè di svolgere delle azioni (selezione tra diverse opzioni offerte dai menu, manipolazione e costruzione di immagini, ecc.) e di decidere lo svolgimento dell'interazione in relazione ai propri bisogni conoscitivi (richieste di informazioni,



selezione di percorso, determinazione della successione delle informazioni, determinazione dei tempi e dei ritmi dell'interazione) o in ordine alla creazione di un proprio "prodotto", di un oggetto testuale nuovo.

Le caratteristiche della scrittura ipermediale sono:

- la multisequenzialità o multilinearità (non esiste una linearità di descrizione, ovvero un principio, uno svolgimento, una fine);
- la non sequenzialità (non esiste una cronologia temporale di lettura-fruizione);
- l'accesso aperto (le informazioni sono accessibili da una molteplicità di percorsi);
- la messa in rete dei contenuti (non più segmenti ma reti per organizzare i concetti e le informazioni);
- una gerarchia variabile dei contenuti (il centro della lettura è sempre in movimento, migra con il lettore facendo scomparire le differenze gerarchiche);
- la frammentazione delle unità informative;
- l'indefinibilità dei confini.

Si tratta di strumentazioni che sono riuscite a coinvolgere emozioni, prospettando modifiche nelle forme stesse della conoscenza e negli scenari culturali e sociali ad essa collegati. Se si analizzano le ragioni del loro straordinario successo, si trova che, accanto a motivi tecnici (contemporanea diffusione delle memorie ottiche, crescita della potenza dei computer), esistono



implicazioni che vincolano queste tecnologie ad aspetti più generali della cultura del nostro tempo: esse si fanno interpreti di una crisi più generale, che investe la razionalità analitica ed il passaggio a forme di pensiero complesso, proprio della cultura contemporanea". Appare chiaro come questa nuova tecnologia coinvolga le forme stesse della conoscenza; non è solo questione di quantità d'informazione, ma anche di modi diversi del conoscere. Una caratteristica fondamentale di un ipertesto è che esso annulla la separatezza tra un testo ed un altro, altera il senso della unicità testuale. Il libro è per definizione chiuso e compatto, dotato di confini che l'autore ha tracciato e che il lettore è invitato a rispettare. Al contrario gli ipertesti in rete, e la rete nel suo complesso, sono naturalmente fluidi. Una pagina può venire modificata in modo anche sostanziale da un giorno all'altro, senza che ne resti traccia. Il testo classico, infine, ha una vita temporale in cui esiste un momento ben definito che in qualche modo ne rappresenta l'atto di nascita. Come ha scritto Domenico Scavetta, «attraverso l'atto simbolico del "visto, si stampi", lo scrittore mette fine al processo privato della creazione, dichiara l'opera finita e se ne separa consegnandola allo stampatore. Con questo atto egli fa del prodotto del suo lavoro il testo destinato ai lettori e di se stesso l'autore». Se dunque il libro ha un prima e un dopo, nulla di tutto ciò avviene sull'Internet, dove abbondano versioni preliminari e provvisorie.

Il percorso di lettura del libro non solo è una retta, ma è una retta dotata di un verso. La stessa struttura fisica e la



numerazione delle pagine indicano un Avanti-Indietro. Il vantaggio è che in ogni istante il lettore sa esattamente dove è. Nell'ipertesto non lineare e specialmente quando la struttura dei suoi nodi sia abbastanza aggrovigliata, è molto facile, a un certo punto del navigare, perdere l'orientamento e smarrirsi, sia concettualmente che praticamente. Quasi tutti i sistemi ipertestuali vengono incontro al lettore smarrito mettendogli sotto mano alcuni strumenti di orientamento: un comando che permette in ogni momento di rivedere il percorso fatto in precedenza; un altro consente di tornare indietro dall'ultima azione fatta. Ma il problema è concettuale prima che pratico. Poiché l'ipertesto rinuncia a offrire un centro, ma lascia al lettore - occhio mobile - la scelta del punto di vista, su di lui si scarica un compito di riorganizzazione mentale della conoscenza di cui invece nel libro classico si faceva carico l'autore, proponendo non solo dei contenuti, ma anche una loro disposizione.

Per il lettore di ipertesti il sovraccarico cognitivo può risultare pesante, talora insostenibile, anche perché non è lui che stabilisce i nessi, ma è chiamato a seguire percorsi che l'autore esterno ha immaginato e questi non sempre coincidono con i bisogni e le fantasie di chi legge. Quantitativamente poi, entrano in gioco due parametri che sta all'autore decidere e ai quali spesso non si presta sufficiente attenzione: l'uno è la dimensione dell'ipertesto, ovvero quanto è grande la rete che lo compone, in termini di nodi. L'altro è la granularità, un parametro che dice quanto sono grandi i singoli frammenti (lessie). Ovviamente se



un ipertesto è costruito in modo da collegare dei singoli saggi compiuti (per esempio di un dipartimento universitario), allora le difficoltà per il lettore a mettere insieme i pezzi sono minori: non è molto diverso da un archivio e ogni voce del menu offre accesso a un testo chiuso e coerente, leggibile dall'inizio alla fine. Oppure può trattarsi di testi pensati per la stampa e successivamente trasferiti per frammenti in una struttura ipertestuale. Con un qualche disgusto Stuart Moulthrop chiama questa soluzione «ipertesti-incunaboli» e la contrappone ai veri «ipertesti nativi», progettati fin dall'inizio per il nuovo mezzo, di solito con una grana fine dei singoli blocchi testuali.

A questa proposta estrema si può tuttavia obiettare che una tale organizzazione dei materiali può diventare un ostacolo a un ragionamento disteso. Il contenuto testuale dei nodi talora si riduce a semplici aforismi e facilmente assume un tono apodittico anziché argomentativo. Risulta difficile all'autore svolgere una tesi, dipanare i pro e i contro come farebbe in una scrittura piana e distesa. Insomma gli ipertesti sembrano poco adatti per fini retorici, sia in scrittura (per dimostrare una tesi¹⁸), che in lettura (per seguire un ragionamento).

Il problema è anche più acuto nel WWW, inteso come grande ipertesto a scala globale. Infatti in un ipertesto definito e d'autore, come quelli depositati su CD-Rom, l'editore ha comunque compiuto delle scelte - se non altro per problemi di limitatezza della memoria del CD - e propone una rete semantica che corrisponde a un progetto, che ha una logica. Oltre a tutto i



software per gli ipertesti su CD offrono la possibilità di utilizzare diversi tipi di link: alcuni daranno accesso a semplici note o a brevi schede, altri faranno saltare a sezioni importanti. Questa versatilità è utile perché non mette tutti i rimandi sullo stesso piano.

Nel Web invece è unico il tipo di link ammesso e ogni nuova pagina cui si accede ha formalmente la stessa importanza, quasi sempre occupando per intero il monitor, con rilievo pieno, almeno nella grande maggioranza dei casi. Il navigatore è lasciato a se stesso né può essere aiutato più di tanto dall'autore del sito di partenza: questi potrà offrire un ordine e delle gerarchie ai propri materiali interni, ma, per la natura stessa della rete, non può avere alcun controllo sulle pagine esterne, in siti lontani creati e gestiti da altri. Da lì in poi il lettore navigatore deve costruirsi da solo le mappe mentali e i criteri di valutazione, in una rete che è davvero senza capo né coda.

Distruggendo il senso della chiusura del testo viene distrutta la sua inconfutabilità ed univocità, ed in generale si altera quella che secondo Ong è una caratteristica fondamentale della nostra concezione del sapere. Si esperimenta un ipertesto come un sistema infinitamente decentrabile e ricentrabile: più opinioni possono coesistere, ci si può muovere da varie angolature e prospettive. In quanto sinonimo di associatività reticolare, gli ipertesti rappresentano un crocevia transdisciplinare e si coniugano strettamente con speculazioni in corso in altri settori.



1.2.3. *Le prospettive della intercreatività*

Scrivono Tim Berners-Lee, l'inventore del web: «doveva essere un medium veramente interattivo, ma non lo abbiamo ottenuto [...]. Il web può aiutare la gente a capire il modo in cui gli altri vivono e amano, e sono umani, a capire l'umanità delle persone». Di qui la necessità di un «cambiamento linguistico, sostituire interazione con intercreatività». Si tratterebbe di eliminare l'equivoco che lascia convivere sotto la stessa parola due cose ben diverse: da un lato l'agire in rapporto alla macchina per impartirle degli ordini e riceverne delle risposte e dall'altro l'entrare in relazione con delle persone, grazie alla mediazione della macchina. L'interattività concepita da Berners-Lee era la seconda, mentre quella che il suo web ha concretamente realizzato riguarda il rapporto tra singole persone e pagine web. Indubbiamente anche tra il lettore di un libro e l'autore c'è una interessante relazione, perché il lettore critico sa dialogare a distanza con l'autore, nel tempo e nello spazio: una relazione tra intelligenze ricca ma insieme limitata¹⁵.

D'altra parte la nuova interattività che le tecnologie digitali propongono è altrettanto povera, essendo confinata al rapporto con un artefatto, per esempio un videogioco, e perciò al ristretto numero di azioni che il progettista ha previsto e deciso di consentire. Se questa è interattività, allora anche la lavatrice è interattiva e certamente lo è assai di più il telecomando: già

¹⁵ Cfr. Carlini F., *Parole di carta e di web. Ecologia della comunicazione*, Einaudi, Torino 2004, p.85.



avevamo in salotto la televisione interattiva del domani e non ce l'avevano detto.

Dal web si ottiene di piú, ma non molto di piú. Questa che è la parte piú visibile e importante della rete scarseggia in comunicazione umana bidirezionale. Forse le cose miglioreranno, ma oggi la situazione è fatta di pagine fisse, non manipolabili dagli utenti, le quali eventualmente ospitano dei pulsanti per scrivere al *webmaster*, il gestore del sito, o per partecipare a una discussione; ma questi forum spesso hanno le caratteristiche di una rubrica di «lettere al giornale» o giú di lí.

L'interazione spesso si limita alla scelta di un link da selezionare, ottenendo quindi una nuova pagina da «guardare e non toccare». Anche in questo caso, i percorsi sono fissati da altri e le scelte sono solo quelle proposte dai menú. Una soluzione ottima in molti casi, quando si debba soltanto raccogliere informazioni, ma non troppo diversa, in definitiva, dall'esaminare la prima pagina di un quotidiano di carta, scegliendo quale tra i rimandi seguire nelle pagine interne, o dal consultare l'indice di un libro e saltare al capitolo che piú interessa.

Eppure i navigatori, avendo in mano un mouse, che percepiscono come un utensile attivo, sono evidentemente vogliosi di fare di piú se per esempio sono molto solleciti nel cliccare su ogni sondaggio, questionario o quiz che si proponga loro. Per quanto sciocche siano molte di queste interazioni, tuttavia piacciono perché danno almeno la sensazione che sia possibile modificare qualcosa con i propri gesti e ottenere un



effetto, in risposta ad essi. Ingenuità, ma anche indizio di un desiderio¹⁶.

La bassa interattività del web dipende sia dai browser che dalle pagine stesse. Secondo lo studioso Don Norman «I browser che oggi abbiamo sono una specie di sviluppo accidentale [...] portano indietro di dieci anni l'esperienza dell'utente». Norman si riferiva probabilmente alla storia dei browser: il primo, nel 1993, fu Mosaic, poi ribattezzato Netscape, e aveva il fine principale di rendere accessibili a distanza dei documenti testuali, per esempio quelli della comunità degli studiosi che già allora frequentavano l'Internet. Nessuno allora prevedeva il commercio elettronico, le animazioni videografiche, e in genere tutte le nuove prestazioni che i siti avrebbero creato. Da allora tuttavia i browser sono rimasti come congelati e qui non c'entra la tecnologia, ma il mercato: l'arrivo in forze della corazzata Microsoft con il suo Explorer gettò letteralmente fuori dal mercato Netscape, dato che il browser Microsoft venne offerto d'ufficio e gratuitamente insieme al sistema operativo Windows. Il timore di Bill Gates era che i browser alternativi divenissero la nuova piattaforma di fatto degli utenti dei Pc, installandosi al di sopra del suo desktop Windows come luogo di tutte le attività degli utenti, la qual cosa sarebbe stata (ed è tuttora) un'evoluzione naturale. Ma una volta sbaragliata la concorrenza, Explorer venne tenuto fermo, senza più alcun vero arricchimento né innovazione. Anche per questo negli anni Duemila si usano browser limitati e ridotti.

¹⁶ Ivi, p.86.



Le pagine web, per parte loro, sono state variamente adattate, con vari espedienti software, a gestire correttamente anche le transazioni commerciali. L'espediente consiste nell'appoggiarle a un robusto archivio, un database, che viene interrogato e modificato da particolari istruzioni inserite nelle pagine web, in linguaggio Asp (Microsoft) o Php (linguaggio open source). Ma i siti continuano a mancare quantomeno di una prestazione che dovrebbe essere considerata naturale, normale e ovvia, quella di annotare le pagine. L'unica possibilità è di salvarle e successivamente modificarle, oppure di copiarne il contenuto in un file di testo e poi lì aggiungere note e commenti, o ancora di stamparle e poi annotarle a mano; questa forse è la soluzione più diretta ma ha il grave difetto che quel pezzo di carta annotato non potrà essere socializzato con altri se non fotocopiandolo e spedendolo come fax o come immagine. Il che è evidentemente assurdo, un tipico esempio di tecnologie che fanno perdere tempo obbligando a passaggi e contorsioni innaturali¹⁷.

Dunque, l'intercreatività auspicata da Berners-Lee vorrebbe essere qualcosa di più: una serie di strumenti software per il lavoro cooperativo, per scatenare anche a distanza felici tempeste di idee. È una delle sfide dei prossimi anni. E passa, curiosamente, per la rivalorizzazione di alcune modalità di relazione che nacquero ancora prima dell'Internet di massa, risalendo all'epoca dei Bulletin Board System (Bbs).

Il primo Bbs venne aperto il 16 febbraio 1978 da due giovani

¹⁷ Ivi, p.87.



americani, Ward Christensen, programmatore di grandi computer, e Randy Suess, il solito hacker geniale. Lo avevano realizzato in pochi giorni e l'intero sistema consisteva di un modem Hayes da 300 bit al secondo per trasmettere e ricevere i dati, di un personal computer con soli 64 kbyte di memoria e di un programma contenuto in un unico floppy disk di quelli di allora, da otto pollici di diametro. Un Bbs non è altro che un computer collegato a una normale linea telefonica: coloro che conoscono quel numero telefonico e che hanno un modem e il programma adatto possono comporre il numero, lasciare che i due modem si riconoscano reciprocamente sibilando, ed ecco che sono entrati in quel singolo Bbs. Lì possono vedere quali materiali altri hanno depositato, come programmi, articoli, informazioni, ed eventualmente scaricarli. A loro volta possono regalare alla comunità rappresentata da quel Bbs le loro creazioni e lasciare dei messaggi e dei commenti. Erano possibili anche sessioni interattive, in chat, tra due o più persone¹⁸.

I Bbs furono il fenomeno sociale emergente degli anni '80, nel mondo ancora abbastanza esotico della comunicazione mediata dal computer. Proliferarono a decine di migliaia, gestiti da singole persone che mettevano a disposizione il proprio computer, una o più linee telefoniche e molto del loro tempo. Quello che oggi sembra ovvio e normale, allora veniva praticato da piccoli gruppi, per lo più giovani e radicali nelle idee e nel linguaggio. La differenza principale rispetto all'Internet stava nel

¹⁸ Ivi, p.88.



fatto che da un Bbs non si poteva saltare a un altro se non scollegandosi e facendo un nuovo numero di telefono, e in ogni caso le tariffe telefoniche erano penalizzanti: se si voleva entrare in un Bbs di Vicenza era necessario effettuare una chiamata a lunga distanza, con tutti gli scatti del caso, mentre con l'Internet basta entrare in rete attraverso un punto di accesso collocato nella propria città e poi andare in giro per il mondo con una telefonata urbana.

Anche così tuttavia i Bbs si collegavano tra di loro in una rete di fatto. La più famosa di tutte si chiamava Fidonet, e ricorreva a un trucco ben pensato e ben realizzato tecnicamente: se un Bbs voleva offrire alla propria comunità locale anche i materiali di altri Bbs fisicamente lontani, poteva aderire a Fidonet e scaricare gli ultimi materiali dei Bbs scelti, portandoli sul proprio computer; il tutto avveniva in modo pressoché automatico, con un meccanismo di «avvicinamento dei contenuti» che anche oggi i siti Internet realizzano, facendo delle copie locali (cache) di siti remoti.

Oggi, per quanto paradossale possa sembrare, i luoghi del dialogo e delle interazioni delle persone in rete sono altri dal web e sono prevalentemente testuali. Continuano a esistere i gruppi di discussione (newsgroup) che c'erano prima, le liste di distribuzione, i vari forum che magari si appoggiano sul web ma che assumono formati e dinamiche diverse, i più recenti weblog, e altri sistemi abbastanza elementari, come l'ormai «banale»



posta elettronica, l'instant messaging e le chat¹⁹.

Nei newsgroup chi vuole intervenire deve scrivere all'indirizzo relativo e gli interventi (spesso chiamati «articoli») appariranno ordinati per filoni (threads), che presentano tutte le repliche e le repliche alle repliche. Per leggere i newsgroup, che sono organizzazioni semiufficiali dell'Internet, occorre usare un sistema di gestione della posta elettronica e in esso inserire l'apposito indirizzo. I nuovi articoli verranno scaricati automaticamente a ogni collegamento. Nelle liste di distribuzione si scrive all'indirizzo collettivo della lista e ogni messaggio viene smistato a tutti gli iscritti, come e-mail: in pratica è una sorta di posta collettiva. I forum funzionano come i newsgroup, ma attraverso il web, utilizzando appositi software che anch'essi presentano cronologicamente la sequenza dei temi aperti e delle repliche.

Questi strumenti sono considerati marginali ai fini dell'analisi del *web informativo*, tuttavia è importante tener presenti le prospettive offerte da questo tipo di interazioni basate anche sull'utilizzo della struttura dinamica degli ipertesti, in vista di una produzione collaborativa di informazione, svincolata dalla logica unidirezionale dei media classici.

¹⁹ Ivi, p.89.



2. ICT: una prospettiva sociologica

La comunicazione interpersonale è «la forma più diffusa e generalizzata di comunicazione fra gli esseri umani, in quanto si può dire che non esista quasi interazione sociale, ossia due o più persone in relazione reciproca, che agiscono e reagiscono alle azioni degli altri, senza che si instauri tra di loro un processo comunicativo»²⁰. I processi comunicativi su vasta scala, che raggiungono simultaneamente un grandissimo numero di individui situati in località distanti tra loro, sono detti processi di *comunicazione di massa*, e si sviluppano a partire dalla diffusione della stampa, del cinema, della radio, della televisione e, recentemente, dei media telematici. Sarebbe «riduttivo considerare i media di massa solo dal punto di vista tecnologico, come strumenti tecnici sofisticati, capaci di trasferire informazioni in maniera sempre più rapida, a distanze sempre più grandi, a un pubblico sempre più ampio. Indubbiamente la comunicazione di massa implica l'introduzione e lo sviluppo di efficaci apparati tecnologici, ma è anche qualcosa di più, che coinvolge molti aspetti dei processi di produzione e di

²⁰ Sciolla L., *Sociologia dei processi culturali*, Il Mulino, Bologna 2002, p.211.



trasmissione culturale»²¹. Le discipline sociologiche hanno messo in luce quegli aspetti che fanno della comunicazione un'azione sociale: secondo questa prospettiva, comunicare vuol dire esercitare un *potere simbolico*, derivante «dall'attività che consiste nel produrre, trasmettere e ricevere forme simboliche dotate di significato. L'attività simbolica è un aspetto fondamentale della vita sociale, al pari dell'attività produttiva [...]. Le persone vi si impegnano costantemente: esprimono se stesse in forme simboliche, interpretano le altrui espressioni»²², scambiandosi informazioni e contenuti simbolici. L'attività simbolica è resa possibile grazie a diversi tipi di risorse classificabili sotto la «definizione larga di *strumenti per l'informazione e la comunicazione*. Queste risorse comprendono i mezzi tecnici per fissare e trasmettere le informazioni; le capacità, le competenze e le forme di conoscenza utilizzate nella produzione, trasmissione e ricezione delle informazioni e dei contenuti simbolici (quello che Bourdieu chiama *capitale culturale*); e il prestigio, il riconoscimento e il rispetto accumulato da, e accordato a, certi produttori o istituzioni (il *capitale simbolico*). Nel produrre forme simboliche, gli individui si basano su queste e altre risorse, e in tal modo compiono azioni in grado di intervenire sul corso degli eventi e di generare conseguenze di vario tipo. Le azioni simboliche possono sollecitare reazioni, indurre gli altri ad agire o a rispondere in

²¹ Ivi, p.213.

²² Thompson J.B., *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Il Mulino, Bologna 1998, p.30.



certi modi, a perseguire un corso d'azione invece di un altro, a prestar fede o a non credere, ad affermare il loro sostegno per uno stato di cose o a sollevarsi in una rivolta collettiva. Il termine *potere simbolico* indica questa capacità di intervenire sul corso degli eventi, di influenzare le azioni degli altri e, in effetti, di creare avvenimenti producendo e trasmettendo forme simboliche. Per quanto l'attività simbolica sia un aspetto pervadente della vita sociale, vi è tuttavia un insieme di istituzioni che, nel corso della storia, hanno assunto un ruolo di particolare rilievo nell'accumulazione degli strumenti per l'informazione e la comunicazione. Esse includono le istituzioni religiose, che si occupano principalmente della produzione e diffusione di forme simboliche riguardanti la salvezza, i valori spirituali e la fede nel soprannaturale; le istituzioni educative, il cui compito consiste nella trasmissione dei contenuti simbolici acquisiti (o conoscenze) e nell'insegnamento di capacità e competenze; e le istituzioni della comunicazione, la cui funzione è la produzione su larga scala e la diffusione generalizzata nello spazio e tempo di forme simboliche. Queste ed altre istituzioni culturali hanno fornito basi importanti per l'accumulazione sia degli strumenti per l'informazione e la comunicazione, sia delle necessarie risorse materiali e finanziarie, dando forma ai modi in cui le informazioni e i contenuti simbolici sono prodotti e fatti circolare nel mondo sociale»²³.

²³ Thompson J.B., *Op. cit.*, p.30.



Dunque, nella produzione e trasmissione di forme simboliche, «gli individui impiegano in genere un *mezzo tecnico*. Si tratta del sostrato materiale delle forme simboliche, gli elementi fisici con cui e per mezzo dei quali l'informazione o il contenuto simbolico viene fissato e trasmesso dal produttore al ricevente. Tutti i processi di scambio simbolico comportano l'uso di un mezzo tecnico [...], la cui natura varia ampiamente da un tipo di produzione e scambio simbolico a un altro, e le proprietà di differenti mezzi tecnici sia facilitano sia delimitano i tipi di produzione e scambio simbolico che sono possibili»²⁴.

Per comprendere appieno le valenze dei mezzi tecnici di trasmissione, è utile, sulla scorta dell'analisi condotta da Thompson, distinguere alcuni aspetti dei processi di trasmissione culturale legati alla presenza dei media di massa.

2.1. Fissazione e archiviazione

In primo luogo, «il mezzo tecnico consente comunemente un certo grado di *fissazione* delle forme simboliche: permette, cioè, che siano fissate o conservate su mezzi caratterizzati da diversi gradi di resistenza nel tempo»²⁵. Grazie a questa capacità di «fissare informazioni e contenuti simbolici, i mezzi tecnici svolgono anche una funzione di *immagazzinamento*. Li si può perciò considerare come tipi diversi di «meccanismi di

²⁴ Ivi, p.33.

²⁵ Ibidem.



stoccaggio delle informazioni», capaci, in misure differenti, di conservare le informazioni e i contenuti simbolici e di renderli disponibili ad usi successivi»²⁶. Le moderne tecnologie informatiche hanno introdotto «nuovi e più efficaci meccanismi di archiviazione della conoscenza: basti pensare alle moderne biblioteche, centralizzate e con sistemi computerizzati di catalogazione, alle cineteche e alle videoteche per la conservazione delle immagini, alle raccolte di microfilms per la conservazione dei documenti o all'archiviazione direttamente sul computer in banche-dati, ossia insiemi organizzati di informazioni su supporto magnetico. Ciò consente non solo una più efficace conservazione del patrimonio culturale di una società, ma anche una maggiore accessibilità alle fonti culturali e di informazione (ad esempio, attraverso i cosiddetti *motori di ricerca* sulla rete) e, quindi, una più ampia diffusione e circolazione della cultura. La capacità enormemente accresciuta di fissare le forme simboliche ha, dunque, un'influenza diretta sulla memoria collettiva di una società: il passato, nelle immagini della fotografia e dei film, è reso oggetto in un modo sconosciuto nelle epoche passate, mentre ciascuno conosce e fa esperienza del passato sempre meno tramite la mediazione di persone concrete e sempre più tramite il rapporto con oggetti e istituzioni di carattere impersonale»²⁷. E' interessante notare come la registrazione e la conservazione delle informazioni sulla produzione e lo scambio di beni abbia giocato, ad esempio «un

²⁶ Ivi, p.34.

²⁷ Sciolla L., *Op. cit.*, p.214.



ruolo di cruciale importanza nello sviluppo dell'Europa del tardo medioevo e della prima modernità. Anche l'esercizio del potere da parte delle autorità politiche e religiose è sempre stato strettamente legato alla raccolta e al controllo dell'informazione e della comunicazione, come dimostra il ruolo svolto dai copisti nei secoli andati, e quello giocato nelle nostre società contemporanee da diversi organismi - dagli istituti di statistica alle agenzie di pubbliche relazioni»²⁸.

2.2. Riproduzione

Un secondo attributo dei mezzi tecnici è quello della *riproducibilità* delle forme simboliche. Per *riproduzione* si intende «la capacità di un mezzo tecnico di consentire la produzione di più copie di una forma simbolica [...]. Lo sviluppo decisivo, da questo punto di vista, è rappresentato dall'invenzione della stampa, che ha consentito di riprodurre i messaggi scritti su una scala e a una velocità prima sconosciute. Allo stesso modo, l'invenzione della litografia, della fotografia, del grammofono e del registratore è stata importante non solo perché ha consentito di fissare su un mezzo resistente fenomeni visivi e acustici, ma anche perché ha fissato quei fenomeni su mezzi che ne rendono possibile la riproduzione». Walter Benjamin, esponente della Scuola di Francoforte, ha affrontato la questione della

²⁸ Ibidem.



riproducibilità tecnica in rapporto all'opera d'arte, osservando che, «quando un oggetto è prodotto in serie, attraverso un processo di produzione industriale, non esiste per definizione l'originale. Diventa privo di senso parlare, ad esempio, dell'autentica pellicola fotografica. L'aura che circondava l'evento artistico, legata alla percezione della sua unicità e al contesto della sua realizzazione, svanisce contribuendo alla liquidazione del valore tradizionale dell'eredità culturale. La riproducibilità delle forme simboliche è un aspetto fondamentale alla base dello sfruttamento commerciale del mezzo tecnico attraverso le istituzioni delle comunicazioni di massa e la mercificazione dei prodotti culturali che queste promuovono»²⁹.

2.3. Distanziamento spazio-temporale

Un terzo aspetto dei mezzi tecnici riguarda la *distanziamento spazio-temporale* che essi comportano. Ogni processo di scambio simbolico «comporta la separazione della forma simbolica dal contesto della sua produzione: essa viene separata da tale contesto spazialmente e temporalmente, e reimmessa in nuovi ambienti situati anche in tempi e luoghi diversi»³⁰. La forma più comune di comunicazione è, come abbiamo visto, «quella interpersonale, che ha luogo in un contesto di compresenza, in cui si condivide lo stesso ambiente spazio-temporale. Si tratta di

²⁹ Ivi, p.215.

³⁰ Thompson J.B., *Op. cit.*, p.37.



un'*interazione dialogica*, in quanto comporta un flusso di comunicazione bidirezionale, basata sull'interpretazione di una molteplicità di indizi simbolici»³¹. L'integrazione della parola con mezzi tecnici di vario tipo può dotarla di un'accessibilità estesa nello spazio e nel tempo. In questo caso, il tipo di *interazione mediata* che ne discende coinvolge persone che «non condividono lo stesso sistema di riferimento spazio-temporale. Essa limita, inoltre, l'insieme degli indizi simbolici utilizzabili»³². Con l'introduzione dei mezzi di comunicazione di massa, subentra un terzo tipo di interazione, l'*interazione quasi mediata* che si allontana sia dall'interazione dialogica sia da quella mediata. In questo caso, «le forme simboliche vengono prodotte per un pubblico indefinito; inoltre alla modalità dialogica delle altre due si sostituisce un flusso unidirezionale»³³. Oggi si può ipotizzare che «i media telematici introducano una forma ancora diversa di interazione che combina elementi delle ultime due: è, infatti, perlopiù dialogica, non è rivolta ad altri particolari, ma si svolge *da molti a molti*. Quando le forme simboliche sono trasmesse oltre un contesto di compresenza si può parlare di *estensione della disponibilità* nel tempo e nello spazio, in gradi diversi secondo il mezzo di trasmissione. Con lo sviluppo delle telecomunicazioni, enormi distanze possono essere coperte senza nessun supporto fisico, incidendo in maniera considerevole sulla diffusione, circolazione delle forme culturali a livello

³¹ Sciolla L., *Op. cit.*, p.217.

³² *Ibidem*.

³³ Ivi, p.218.



globalizzato, con esiti di cui solo oggi si cominciano ad intravedere sia le possibilità sia i limiti»³⁴.

2.4. Partecipazione

I mezzi tecnici richiedono «diversi gradi di *partecipazione* agli individui che impiegano il mezzo. Media diversi richiedono capacità, abilità, risorse diverse per codificare e decodificare i messaggi trasmessi»³⁵. Nel considerare i tipi di capacità e competenze coinvolte nell'uso di un mezzo tecnico, è importante «distinguere tra quelle necessarie a codificare le informazioni o i contenuti simbolici, e quelle indispensabili a decodificare il messaggio. Nella realtà, questi due tipi di capacità e competenze sono spesso strettamente legati l'uno all'altro, come ad esempio nel caso della lettura e della scrittura; ma in alcune occasioni possono anche divergere profondamente. La maggioranza degli individui che guarda un programma televisivo, per esempio, è in grado di dare un senso a ciò che vede»³⁶, pur non essendo a conoscenza del modo in cui la trasmissione è prodotta. Quando codificano e decodificano messaggi, «gli individui impiegano non solo le capacità e competenze richieste dal mezzo tecnico, ma anche diverse forme di conoscenza e assunzioni di base che comprendono parte delle risorse culturali che essi applicano nel

³⁴ Ivi, p.217.

³⁵ Ibidem.

³⁶ Thompson, *Op. cit.*, p.40.



processo di scambio simbolico. Queste forme di conoscenza e assunzioni sfondo plasmano i modi in cui essi interpretano i messaggi, si rapportano ad essi e li integrano nella vita. Il processo di interpretazione è sempre un'interazione tra messaggi codificati e interpreti situati, e in questo processo questi ultimi utilizzano necessariamente una serie di risorse culturali»³⁷. Per questo motivo, «il medium tecnico non può essere separato dal contesto sociale e culturale in cui è impiegato dagli individui coinvolti nel lavoro di codifica/decodifica. I media, in altri termini, non trasformano lo *schema* generale della comunicazione esposto nel paragrafo precedente. L'analisi del contesto della ricezione dei messaggi è diventata un campo di ricerca rilevante degli studiosi di comunicazione, con dei risvolti importanti anche per la sociologia della cultura, in quanto l'idea amorfa di *massa* e di *cultura di massa* è stata sostituita dall'analisi più produttiva dei *pubblici* (o *audience*), che spesso utilizza metodi di analisi etnografica. Questa tende a rivalutare, contro l'idea di una passività e manipolabilità della *massa*, i modelli dell'esperienza e dell'interazione sociale quotidiana che regolano e filtrano il significato dell'uso dei media da parte di pubblici specifici, sottolineando la possibilità di una risposta attiva dei pubblici, e di intendere i *testi* non solo come proposta dell'emittente, ma come risorsa di interazione»³⁸.

³⁷ Ibidem.

³⁸ Sciolla L., *Op. cit.*, p.215.



2.5. Comunicazione e informazione

Il termine *comunicazione* deriva dal latino *communicatio*, a sua volta derivante dal verbo *comunicare*, che significa mettere in comune qualcosa, passare qualcosa da uno all'altro, e per estensione unire in comunità. C'è dunque nella radice latina un'idea di contatto materiale, di trasferimento fisico, insieme con quella di comunità di individui che condividono qualcosa. Sebbene già in Cicerone si trovi il sintagma *communicatio sermonis*, inteso come conversazione (ciò che può essere messo in comune o trasferito non è solo un bene materiale ma anche un'entità immateriale, un pensiero o una conoscenza), per lungo tempo il senso dei termini 'comunicazione' e 'comunicare' è stato ancorato all'idea di contatto o trasferimento materiale. In epoca medievale prevale la prima accezione, che si lega alla ritualità cristiana della mensa eucaristica, durante la quale ogni fedele entra in contatto fisico con il corpo del Cristo. Con l'avvento dell'era moderna, "comunicazione" diviene quasi un sinonimo di "trasporto": "vie di comunicazione", "canali di comunicazione" per eccellenza sono le infrastrutture e gli apparati deputati al trasporto di beni e persone. Ancora oggi nel linguaggio corrente questo uso è molto diffuso. Ma, soprattutto a partire dalla metà del Novecento; il termine comunicazione è stato sempre più spesso adottato per designare quella particolare forma di trasporto immateriale e astratto che è il trasferimento di informazione. Questa sedimentazione del significato di



comunicazione coincide con la nascita e lo sviluppo di un insieme di discipline che hanno assunto come oggetto proprio tale tipo di fenomeni. In particolare, un vero e proprio punto di svolta è costituito dall'opera di due importanti scienziati che abbiamo già conosciuto: Claude Shannon e Warren Weaver, cui dobbiamo la prima formulazione di una Teoria matematica della comunicazione³⁹. Negli scritti che la espongono, pubblicati alla fine degli anni '40, viene fornita per la prima volta una definizione generale della comunicazione come trasferimento di informazioni mediante segnali da una fonte a un destinatario. Naturalmente, per dare un senso compiuto a questa idea della comunicazione Shannon e Weaver dovevano anche definire in modo rigoroso la nozione di "informazione", cosa che fecero formalizzando il concetto matematico di informazione come scelta e individuando nel bit l'unità di misura delle quantità di informazione⁴⁰.

Nella teoria matematica dell'informazione formulata da Shannon e Weaver risiede dunque la prima distinzione tra *informazione* e *comunicazione*. Diversi autori l'hanno poi ulteriormente elaborata; recentemente Luhmann ne ha tentato un'interessante sistematizzazione. Per il sociologo tedesco per

³⁹ La teoria matematica della comunicazione è sintetizzata in uno schema che ha l'obiettivo di individuare sia la forma generale di ogni processo comunicativo, sia i fattori fondamentali che la costituiscono. La *fonte* è l'origine dell'informazione; essa genera un *messaggio* che un apparato *trasmittente* trasforma in *segnali*; i segnali a loro volta sono trasmessi mediante un *canale* fisico fino al *ricettore* che li converte nuovamente nel *messaggio* ricevuto dal *destinatario*. Elemento di ostacolo al buon fine del processo comunicativo è il *rumore*, cioè la presenza di disturbi lungo il canale che possono danneggiare i segnali (quali le interferenze elettriche o magnetiche che si possono generare lungo un cavo di trasmissione).

⁴⁰ Cfr. Ciotti F., Roncaglia G., *Il mondo digitale. Introduzione ai nuovi media*, Laterza, Roma-Bari 2006, p.281.



comunicazione si deve intendere l'insieme di tre attività, o *selezioni*, come egli le chiama: 1) informazione, 2) atto del comunicare e 3) comprensione. In altre parole, Luhmann distingue tra ciò che viene veicolato, il contenuto della comunicazione, e l'atto, seguito da successo o meno, attraverso il quale questo scambio informativo si realizza. C'è quindi nella comunicazione una dimensione tripolare in cui il primo termine indica la selettività dell'informazione stessa, il secondo la selezione dell'atto che la comunica, il terzo l'attesa del successo. Il primo momento indica la componente di selettività dell'informazione. Quando si comunica si compie sempre una scelta includendo alcuni elementi e escludendone altri: la comunicazione estrae qualcosa dall'orizzonte di volta in volta attuale a cui rimanda e che essa sta costituendo, scartando qualcos'altro. Con il secondo momento si indica invece l'atto del comunicare vero e proprio e quindi la scelta del comportamento da assumere (quali obiettivi, quali mezzi, quali modalità di interazione). Il terzo momento rimanda invece all'attesa e alla verifica del successo della comunicazione rispetto agli obiettivi dati. In particolare, sottolinea Luhmann, affinché ci sia comunicazione vera e propria è necessario che ci sia comprensione del messaggio intesa nella duplice accezione di corretta interpretazione di ciò che è stato trasmesso e di sua accettazione. Questa tripartizione è per Luhmann dimensione ineludibile di ogni processo comunicativo di cui inette in luce la



complessità⁴¹. La formulazione del sociologo tedesco aiuta a comprendere quanto sia difficile assumere acriticamente l'accezione più generale e più semplice della distinzione tra informazione e comunicazione così frequentemente utilizzata nel campo operativo. Qui l'informazione indica usualmente il trasferimento di unità minimali di conoscenza mentre le attività di comunicazione implicano anche un tentativo di persuasione dell'interlocutore e quindi auspicano modifiche dei suoi atteggiamenti e comportamenti. Tuttavia se si considerano le notazioni di Luhmann ci si accorgerà che, almeno teoricamente, una distinzione tra informazione e comunicazione è difficile se non impossibile: la comunicazione prevede infatti sempre un'attività informativa e questa, a sua volta, richiede una corretta comprensione, quindi l'instaurarsi di un canale efficace tra emittente e destinatario, perché venga decodificata ed utilizzata secondo le intenzioni dell'emittente. Ciò significa immediatamente che i comunicatori devono considerare il processo nella sua interezza e, anche nel momento in cui prendono in considerazione soltanto il momento informativo, dovrebbero però anche preoccuparsi delle altre due fasi e quindi strutturare un processo complesso che le includa e che ne preveda la felice riuscita⁴².

⁴¹ Cfr. Luhmann N., *Sistemi sociali*, Il Mulino, Bologna 1990, p.256.

⁴² Cfr. Mancini P, *Manuale di comunicazione pubblica*, Laterza, Roma-Bari 2000, p.115.



3. ICT: una prospettiva giornalistica

3.1. L'informazione on-line: due definizioni

Dall'inizio degli anni Cinquanta si ha, nei paesi dell'Occidente, quella che è stata chiamata l'"esplosione delle informazioni". Ne sono causa lo sviluppo della democrazia e del pluralismo, il decentramento dei poteri, la nascita e il rinvigorimento degli organi locali, la moltiplicazione degli organismi sindacali, la proliferazione degli enti associativi e, all'estero, la fine della colonizzazione e la conquista dell'indipendenza da parte di decine di paesi, che passano da oggetto a soggetto della politica. La causa più importante è però l'invenzione del computer, che, applicato ai mezzi di comunicazione sociale, si presenta come strumento dominante non solo nel processo di produzione delle informazioni ma anche nel processo di sviluppo delle società nazionali e della società internazionale⁴³.

Durante tutti gli anni Ottanta e Novanta il processo di trasformazione del sistema dei media si è andato via via allargando e approfondendo; e l'informazione, qualunque ne sia

⁴³ Cfr. Lepri S., *Professione giornalista*, Etas, Milano 1999, p.4.



il medium, sta assumendo sempre più una valenza centrale nei comportamenti individuali e comunitari, anche nella prospettiva del raggiungimento di una effettiva libertà di pensiero. Il settore informativo è diventato così il cuore della nuova società tecnologica ed elemento decisivo di una trasformazione che riguarda tutto: anche il sistema dei valori e delle ideologie. E' una trasformazione culturale che ha dimensioni planetarie e che non può non modificare il sistema dell'informazione nei contenuti, nel modo di offrirli, nei mezzi per distribuirli. L'aumento generale delle informazioni a disposizione dell'individuo non porta tuttavia, necessariamente, a un aumento delle sue conoscenze. Il problema di base del giornalismo, che è quello di interpretare il mondo che cambia e di rispondere ai bisogni informativi emergenti, è molto più che un problema tecnico e commerciale⁴⁴; è anche un problema culturale e, in ultima analisi, formativo, se si guarda ai contesti della *lifelong education*.

Senza informazione, una società articolata e complessa come quella moderna rischierebbe di perdere la consapevolezza di sé, la coscienza di ciò che è e di ciò che deve essere. Nelle rare occasioni in cui si verifica un'interruzione del flusso dell'informazione in cui siamo costantemente immersi, subentra una sensazione di vuoto, una crisi di astinenza, un'esigenza di sapere e comunicare che richiede l'assunzione immediata della dose giornaliera. La collettività ha bisogno di riflettersi

⁴⁴ Lepri S., *Professione giornalista*, Etas, Milano 1999.



nell'attualità quotidiana come in uno specchio, per condividere ragioni e passioni⁴⁵.

Il termine «informazione» designa almeno due realtà diverse: da un lato, come abbiamo visto, l'unità digitale, il bit, che viaggia nei circuiti del cyberspazio; dall'altro lato il racconto di un fatto da parte di un testimone-giornalista, cioè l'organizzazione, la «messa in forma» di materiali disparati per comporre un racconto, con una sua coerenza logica. Nel primo caso, l'accento cade sul supporto (la potenza di un computer) e sulle modalità (linee telefoniche o fibre ottiche) che consentono a un messaggio di viaggiare e ai bit di trasformarsi in testi, immagini, suoni, senza perdere la loro qualità di bit, cioè di mattoni dell'universo digitale; nel secondo caso l'attenzione si sposta invece sulla forza del linguaggio, sulla sua capacità di dar forma al caos, di trasformare in informazione ciò che all'origine è semplice successione di fonemi o di segni. Come si vede, due accezioni diverse. Ma sia nell'uno che nell'altro caso, l'informazione può essere definita come «la riduzione d'incertezza prodotta da un messaggio», secondo il modello matematico elaborato da Shannon e Weaver nel 1948; essa è, insomma, il contrario di un rumore indistinto⁴⁶.

⁴⁵ Valentini G., *Media village*, Donzelli, Roma 2000, p.107.

⁴⁶ Pisarra P., *I labirinti dell'informazione*, in *Informazione, manipolazione e potere*, San Paolo, Milano 1998.



3.2. I limiti dell'informazione giornalistica on-line

Per la prima volta nella sua storia, l'umanità dispone di una massa enorme di dati e di informazioni, provenienti da ogni angolo del pianeta. L'informazione non è più una merce rara, riservata a un'élite, come è stata in un passato non molto lontano, bensì è resa accessibile attraverso i media di uso comune. Eppure, mai come ora, si ha l'impressione di non essere informati a sufficienza, di essere all'oscuro delle informazioni e delle nozioni fondamentali. La sovrabbondanza di notizie contribuisce a rendere più forti il rumore e il brusio, nei quali è difficile distinguere i messaggi salienti. Si produce dunque un «information overload», una sovrabbondanza di informazione inutile che finisce per porsi ad ostacolo della conoscenza. Un rischio, quello dell'accumulo di nozioni di scarsa rilevanza, dal quale già Seneca metteva in guardia, con ironia, l'amico Lucilio: «Haec sciam? Et quid ignorem?» (Se devo sapere tutto questo, cosa potrò mai ignorare?). Il flusso ininterrotto di informazioni rende più difficile la pratica dell'archiviazione, e dunque l'individuazione dei nessi tra le notizie. Il fluire incessante delle informazioni produce un appiattimento sul presente, una sorta di amnesia collettiva, una perdita di memoria per mancanza di archivi, prima ancora che di strumenti di selezione e interpretazione. Su questo aspetto, peraltro, si addensano le perplessità dei detrattori dell'informazione on-line. Se la novità di internet consiste nell'aumento esponenziale della quantità di



informazione e nella sua diffusione globale, è concreto il rischio che questo strumento si trasformi, secondo la definizione di Giorgio Bocca, in una «bomba ad orologeria. La bomba è rappresentata da una quantità nozionistica fuori controllo offerta a una cultura senza selezione»⁴⁷. E ancora, Eugenio Scalfari: «non c'è dubbio che la rete possa estendere enormemente la comunicazione dei pensieri: se Heisemberg comunica con Einstein e il laboratorio di Ginevra comunica con quello di Pasadena, l'intrecciarsi dei pensieri, delle esperienze, delle scoperte sarà fecondo. Ma se la comunicazione diventa generale ci sarà un tale ingorgo di informazioni più o meno qualificate (più meno che più) da spegnere l'informazione»⁴⁸. Il problema, dunque, riguarda essenzialmente la difficoltà di accertare l'autorevolezza delle fonti e la stessa attendibilità delle informazioni. Come ha scritto Umberto Eco, «dall'informazione in senso stretto alla conoscenza in senso più generale, il fatto è che per Internet il grande problema è il filtro: cioè la selezione e l'attendibilità di tutto quello che viene messo in Rete. Abituati come siamo a ricevere conoscenze e informazioni attraverso un ente autorizzato – la scuola, l'università, i giornali, la radio e la televisione – temiamo di naufragare nel *mare magnum* della comunicazione globale. Senza filtri si rischia l'anarchia del sapere»⁴⁹. Come ha scritto Luca De Biase, «la complessità [dell'informazione sul web, N.d.R.] è destinata ad aumentare.

⁴⁷ Valentini G., *Media village*, Donzelli, Roma 2000, p.60.

⁴⁸ Ivi, p.59.

⁴⁹ Ivi, p.64.



Nell'*information overload*, si delinea lo spazio per una nuova forma di mediazione intellettuale, impossibile da sostituire con il software per la personalizzazione dell'accesso all'informazione, perché questa è priva di contenuto interpretativo. In tutto questo c'è uno stimolo straordinario alla creatività e al ripensamento delle forme e degli strumenti del giornalismo»⁵⁰. Del resto, già lo scrittore ceco Karel Capek, nel suo *Elogio dei giornali*, apparso per la prima volta nel 1925 sulla rivista praghese "Lumir", sostiene che il giornalismo è destinato a evolvere nei mezzi e nell'espressione ma non nella funzione primaria, che consiste nella capacità di organizzare il caos delle informazioni in un messaggio ordinato⁵¹. In questo contesto si delinea lo spazio per una nuova mediazione intellettuale, di cui parleremo più avanti.

Al problema della sovrabbondanza dell'informazione e della difficoltà di accertarne l'autorevolezza, si affianca l'incapacità dei progetti informativi on-line di sfruttare appieno le peculiarità del medium Internet. Gli elementi di novità offerti oggi dall'informazione on-line rispetto alla tradizionale informazione cartacea dei quotidiani e delle riviste sono riassumibili infatti in pochi punti:

- alta frequenza degli aggiornamenti;
- integrazione del testo con contributi filmati e sonori, registrati o in diretta, e con gallerie fotografiche;

⁵⁰ Ivi, p.159.

⁵¹ Ivi p.101.



- interazione con i giornalisti da parte dei lettori, via e-mail o in *chat rooms* appositamente allestite;
- possibilità di accedere all’archivio delle edizioni del giornale (a pagamento);

Sebbene questi elementi contribuiscano a rendere l’informazione on-line assai più ricca di quella cartacea, essi costituiscono in buona sostanza delle mere integrazioni rispetto alla forma classica del quotidiano. Non vi è, in altre parole, una rivoluzione sostanziale nel modo di fare informazione. Le ICT offrono al contrario questa grande opportunità al mondo del giornalismo: quella di trasformazione la semplice lettura di un articolo in una occasione di apprendimento.

All’incapacità di sfruttare appieno le risorse dell’ipertestualità, si aggiunge infine il prevalere, nelle redazioni dei giornali on-line, della convinzione che il lettore web sia affetto da quella che Carlini ha definito la sindrome “dell’occhio saltellante”⁵², cioè l’incapacità di soffermarsi su testi lunghi. Alcuni osservatori, tra cui lo stesso Carlini, contestando questa tesi, hanno ribadito che una delle grandi potenzialità del mezzo Internet rispetto alla stampa e alla televisione, sta nel suo carattere potenzialmente esaustivo, dovuto alla relativa assenza di limiti. Il giornalista, finalmente svincolato dai limiti tipografici, può fornire diversi livelli di approfondimento e diversi generi di scrittura: dal flash di agenzia al servizio ampio,

⁵² Carlini F., *Parole di carta e di web*, Einaudi, Torino 2004, p.23.



dal commento all'analisi; può aggiungere schede, tabelle e grafici; può mettere in linea i documenti originali perché il lettore si possa fare una sua diretta opinione non mediata⁵³. Tratteremo di questo nel prossimo paragrafo.

3.3. Strumenti teorici per un nuovo modello di informazione giornalistica on-line

Il giornalismo on-line è in crisi: sembra avverarsi la profezia del *click and mortar*⁵⁴, secondo la quale soltanto le testate tradizionali (in Italia, i quotidiani di più larga diffusione), forti di una solida esperienza nella carta stampata, sarebbero state in grado, una volta trasferite in rete, di vincere la sfida dell'autorevolezza, sopravanzando le testate più giovani nate sul web. La diagnosi negativa e le sue spiegazioni sembrano inoppugnabili, perché si basano sulla cruda realtà delle cifre⁵⁵. Per individuare le cause di questo declino occorre chiedersi se i progetti informativi in rete sino ad oggi attuati siano in grado di cogliere appieno le potenzialità della rete rispetto agli altri media. L'impressione, confermata da molti osservatori, è che nella maggior parte dei casi ci si sia limitati a travasare nel nuovo medium i contenuti e i formati dei media precedenti, la cosiddetta

⁵³ Cfr. Carlini F., *Lo stile Web*, Einaudi, Torino 2006.

⁵⁴ Con questa definizione ci si riferisce a quelle imprese della vecchia economia, che *brick and mortar* (calce e mattoni), che si sono almeno in parte convertite all'economia di rete, sostituendo il mattone (*brick*) con il click del mouse. Per estensione, in ambito giornalistico l'espressione riguarda le testate di lunga tradizione che hanno in parte trasferito il loro potenziale sul web.

⁵⁵ Riferimenti



re-mediation. I siti web dedicati all'informazione periodica e quotidiana, si è ribadito, rappresentano oggi la trasposizione su Internet delle rispettive versioni cartacee, con la sola aggiunta di elementi multimediali: «essendo "riprodotti" e non creati per il web, essi sottoutilizzano largamente le potenzialità degli ipertesti e più in generale di Internet. Uno dei problemi maggiori consiste nel fatto, non ancora recepito adeguatamente, che il testo scritto non viene letto sul video allo stesso modo nel quale viene letto sulla carta. Inoltre usano motori di ricerca molto spesso piuttosto elementari, per cui il reperimento delle informazioni risulta difficile»⁵⁶. Sulle peculiarità della lettura sul monitor torneremo più avanti.

Per realizzare prodotti informativi on-line che abbiano successo sul piano editoriale e che costituiscano una novità interessante ai fini di una ridefinizione dell'informazione on-line in chiave culturale, occorre dunque elaborare progetti informativi più «di rete» e meno dipendenti dalla cultura e dai modelli organizzativi dei vecchi media.

Per prima cosa, occorre individuare quale sia lo *specifico* del medium Internet, quali virtù debbano essere enfatizzate per esaltarne il potenziale e offrire qualcosa di diverso dal mero trasferimento sul monitor di informazioni concepite per una diffusione su carta stampata. L'*ubi consistam* dell'informazione di rete risiede in tre caratteristiche fondamentali:

⁵⁶ Galliani L, Varisco B.M., Costa R., Gaddi M., *Progettare multimedia*, Pensa MultiMedia Editore, Lecce 2003, p.148.



- l'ipertestualità
- la multimedialità
- l'interattività

a loro volta affiancate da:

- no limits
- real time

Con *no limits* intendiamo il costo insignificante dei supporti di memoria elettronica grazie al quale, a differenza degli altri media, cade ogni limite fisico alle dimensioni e alla quantità dei materiali informativi che possono essere distribuiti, mentre con *real time* ci si riferisce alla possibilità di un nastro informativo continuamente aggiornato, 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, senza attendere la prossima edizione dei telegiornali o l'andata in edicola della mattina dopo. Andrà notato che queste due ultime caratteristiche fanno entrambe riferimento al fattore tempo: il *real time* assicura la tempestività quasi istantanea, mentre il *no limits* non si limita a dilatare la dimensione dei materiali erogabili, ma trasforma in disponibilità presente anche tutto il passato informativo⁵⁷.

⁵⁷ Carlini F., *Parole di carta e di web*, Einaudi, Torino 2004, p.39.



3.3.1. *Il background della notizia*

Papuzzi ha evidenziato due aspetti fondamentali dell'informazione on-line: l'aggiornamento costante della notizia e l'approfondimento di aspetti specifici di essa attraverso i *link*. Analizzando questo secondo aspetto, egli osserva che «il procedimento impiegato, che consente di parcellizzare e atomizzare l'avvenimento, rappresentandolo sotto angolazioni diverse, è assimilabile alla tecnica della *settimanalizzazione* [del quotidiano, N.d.R.], e collega la notizia alla presenza del *background*. Il *background* consente al giornale on-line di far convivere la notizia dell'ultimo minuto con l'insieme di informazioni laterali, precedenti o collegate, che garantiscono la sua contestualizzazione, attraverso la presenza di una *linkopedia* di fatti, opinioni, fonti, persone. Una definizione analoga è quella di *database informativo*, una struttura ipertestuale da affiancare al giornale on-line e all'interno della quale svolgere un approfondimento tematico, in forma enciclopedica, degli argomenti affrontati nella cronaca quotidiana. Un database che sia in grado di integrare la notizia, l'approfondimento tematico arricchito di elementi multimediali, e infine le risorse presenti nella rete, i siti web esterni al giornale e in continua evoluzione. La linkopedia, o database informatibo, per il giornalismo on-line non è soltanto uno strumento ma una concezione della notizia. Poiché essa consente di costruire scenari di grande ricchezza, la notizia arricchita di link sorpassa i limiti fisici del giornale,



proiettando il lettore in una rete di rimandi e citazioni ipertestuali. In questo senso la costruzione del *background* è il risultato dell'applicazione di una tecnica ma anche il veicolo di un'ideologia, che fa sì che il giornale su Internet sia più democratico che su qualsiasi altro medium»⁵⁸. Interessanti a questo proposito sono anche le riflessioni di coloro che evidenziano nel recupero del *background* della notizia, la definizione di un nuovo rapporto con il «passato informativo»⁵⁹, ovvero con la documentazione di archivio che ogni redazione conserva e che su internet può essere riproposta di volta in volta seconda dei temi trattati, offrendo una contestualizzazione della notizia sul piano storico. Come ha osservato Agostini, «*old news is good news*. [...] La vecchia notizia fa notizia. [...] L'informazione d'archivio diventa materiale giornalmisticamente interessante. [...] La memoria giornalmistica diventa materia viva per la cronaca e l'attualità, quando sia riutilizzabile dentro il ciclo di vita quotidiano o settimanale delle notizie»⁶⁰. Tutto questo offre anche lo spunto per una riflessione sulla necessità di un recupero di una dimensione temporale che sembrava sottratta dall'imperativo della rapidità del flusso delle notizie, la «dittatura del tempo reale» denunciata da Enzo bianchi. La progressiva perdita, cioè, di «fraporre una "distanza" tra un evento e se stessi, tra un dato e la sua interpretazione». E aggiunge Bianchi:

⁵⁸ Papuzzi A., *Professione giornalista*, Donzelli, Roma 2003, p.169.

⁵⁹ Carlini.

⁶⁰ Agostini A., *Giornalismo. Media e giornalisti in Italia*, Il Mulino, Bologna 2004, p.156.



c'è una sorta di fobia generalizzata per tutto ciò che sembra chiedere di tornare su qualcosa: può apparire paradossale, ma nella nostra società si ha il terrore di assumere scelte definitive dopo averle ponderate, ma non si ha nessun pudore nell'operare d'istinto scelte che vengono poi contraddette un istante dopo. Rileggere, ripensare, riesaminare un testo, un evento, un incontro con qualcuno sembra vietato da un codice non scritto ma unanimemente accettato. Eppure, rimangono operazioni indispensabili sia a livello individuale, per prendere in mano la propria vita, sia a livello di società, per indirizzare gli eventi verso un maggior bene comune, o quantomeno il minor male possibile. Pressati come siamo dall'istante che fugge, la rielaborazione di un fatto è processo arduo, faticoso, ma non possiamo e non dobbiamo rinunciarvi se vogliamo ritrovare nelle nostre vicende quotidiane germi di solidarietà e non di sopraffazione, di pace e non di guerra, di vita e non di morte⁶¹.

3.3.2. Una nuova mediazione intellettuale

Tra i molti miti suscitati dall'avvento di Internet, c'è anche quello della *disintermediazione*: si è sostenuto infatti che la libera diffusione di informazioni sul web avrebbe reso inutile la funzione di mediazione giornalistica tra le fonti e i destinatari delle notizie, dal momento in cui ciascun utente della rese

⁶¹ Bianchi E., *Nuove apocalissi*, Rizzoli, Milano 2003, pp.5-6.



sarebbe stato in grado di procurarsi autonomamente informazioni nel *mare magnun* della rete.

Non sono mancate, a questo proposito, crociate contro Internet e a favore della stampa scritta come quella che fu lanciata da un gruppo di intellettuali riunitisi a Parigi nel 1998 per discutere sul tema “La presse écrite, un média pour demain”. La sfida partiva dalla dichiarata convinzione che la carta stampata “resterà utile, insostituibile e potrà vivere nella modernità”: la sua funzione centrale viene contrapposta perciò alla “dittatura dell’istante”, per lottare contro la “sovrabbondanza propriamente in-sensata delle informazioni”. Ma proprio in questa chiave l’appello degli intellettuali francesi auspicava una “nuova responsabilità” dei giornalisti. Come abbiamo visto, è proprio Internet ad offrire all’informazione giornalistica gli strumenti per superare la “dittatura dell’istante” imposta da altri media negli ultimi decenni, e proporsi addirittura come strumento di approfondimento e di confronto storico delle notizie.

Come sempre succede, «ogni utopia contiene almeno una quota di verità e non c’è dubbio che dal debutto del web in poi, molte disintermediazioni si sono concretamente verificate: i viaggi si possono organizzare e prenotare su Internet, i cataloghi delle case in vendita si possono consultare agevolmente anche da lontano, [...] ma [...] l’intermediario professionale, quando serio e preparato, resta comunque utile (non diciamo indispensabile) perché non basta immettere una parola chiave in un motore di ricerca per diventare di colpo esperti di un settore in precedenza



mai frequentato. [...] La conoscenza è qualcosa di più e di superiore rispetto alle brute informazioni su di un argomento. Alla base di tutto ci sono certamente i “dati grezzi”, i quali diventano “informazione” quando strutturati, ma queste informazioni si fanno «conoscenza» e successivamente “sapere” solo quando interpretate all'interno di una griglia culturale coerente.

La distinzione non è nuova, ma l'enfasi sulla “società dell'informazione” sembra averla messa in ombra. Un “dato”, per esempio, è il prezzo di un orologio; lo si trova nelle vetrine, sui cataloghi e adesso anche sul sito Internet del produttore. “Informazione” può essere il comunicato stampa del produttore che annuncia un ribasso nei prezzi. Questa informazione diventerà “notizia giornalistica” se una redazione la riterrà meritoria di messa in pubblico, e già questa scelta fa parte del mestiere del giornalista-intermediario, ma diventerà ancora più ricca se la redazione, oltre a registrare il fatto, lo arricchirà di contesto e di spiegazioni: come mai quella casa di orologi ha deciso di abbassare i prezzi? Forse per contrastare la concorrenza asiatica? Perché ha cambiato strategia e ora punta sul mercato di massa invece che su quello di élite? Se la redazione si muove in tale direzione, quell'informazione diventa “cultura”»⁶².

Neil Postman, studioso americano della politica e del linguaggio ha scritto provocatoriamente, ma saggiamente, che «I

⁶² Carlini, citazione da rielaborare.



giornali dovrebbero disinteressarsi dell'informazione e interessarsi alla conoscenza». E aggiunge:

*Definisco conoscenza un'informazione organizzata, ovvero un'informazione racchiusa in un contesto, che ha una finalità, che spinge a cercare altre informazioni per capire qualcosa del mondo. Senza un'informazione organizzata possiamo conoscere qualcosa che capita nel mondo, ma capiamo pochissimo del mondo*⁶³.

Dunque la rete non ha prodotto l'eliminazione degli intermediari, ma ha generato semmai un altro effetto più interessante e positivo: li ha costretti 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 proprio servizio. Quando, almeno in linea di principio, il lettore può raggiungere autonomamente le fonti delle notizie, il quotidiano on-line, se vuole farsi leggere con interesse, dovrà offrire qualità, ovvero contesto, opinioni qualificate, sintesi e sinossi.

Come ha spiegato Valentini, «i giornali in rete dovranno distinguersi per genere e competere sul piano della qualità. [...] Il lettore troverà in vetrina gli argomenti essenziali, le notizie utili, le informazioni necessarie; e poi eventualmente potrà scegliere sugli scaffali, con un percorso guidato, la biblioteca, la sala degli audiovisivi e magari anche lo shop dove comprare libri»⁶⁴.

⁶³ Postman N., *Come sopravvivere al futuro*, Orme editori, Milano 2003, p.133.

⁶⁴ Valentini G., *Media village*, Donzelli, Roma 2000, p.105.



E ancora, Agostini: «nei giornali e nelle grandi televisioni è ormai scontato che il sito web sia meta d'un massiccio afflusso di pubblico in tutte quelle occasioni, previste o eccezionali, brevi o durature, nelle quali il bisogno di informazione non è soddisfatto né dall'immediatezza della televisione, necessariamente priva di spessore o approfondimenti, né dalla documentazione dei quotidiani, inevitabilmente monca dell'aggiornamento in tempo reale [...] Il sito è diventato il naturale prolungamento del giornale: lo strumento attraverso il quale si assicura un rapporto costante con il lettore, il mezzo per ripescare nell'archivio materiali dei giorni o dei mesi passati, il ponte per arrivare ad approfondimenti autonomi del lettore, spesso nell'accesso diretti a fonti segnalate dallo stesso giornalista. Il sito è poi il luogo dove sempre più spesso l'inviato o il corrispondente possono mettere in circolazione materiali che altrimenti sarebbero bruciati nell'attesa della stampa su carta. Il sito è infine lo spazio dove sempre più giornalisti non rifuggono il dialogo con i lettori»⁶⁵.

3.3.3. Verso il "giornalismo di rete"

Nel regime informativo multimediale in cui viviamo, occorre, come ha osservato Agostini, «riconsiderare il concetto stesso di notizia. Va da sé, per esempio, che l'attacco alle Twin Towers sia una notizia. Ma che cosa sono, nei mesi successivi, gli

⁶⁵ Agostini A., *Giornalismo. Media e giornalisti in Italia*, Il Mulino, Bologna 2004, p.145.



innumerevoli rivoli presi dal grande tema del terrorismo internazionale? E' notizia, oppure è una nuova e diversa dimensione dell'informazione giornalistica?»⁶⁶. L'esigenza di capire, di contestualizzare la notizia, di recuperare la storia, di approfondire i temi denota un forte aumento dell'esigenza culturale del lettore, e allo stesso denuncia l'inadeguatezza dei progetti informativi fino ad oggi avviati sul web.

Osserva Carlini:

Nell'occasione del rapporto finale sul caso Lewinsky fu soprattutto possibile confrontare la limitatezza dei media tradizionali rispetto a quanto poteva offrire la rete.

Piú in dettaglio:

1) i media furono costretti ad aspettare l'ora del rilascio del rapporto via Internet e ad abbeverarsi freneticamente ad esso quando ciò avvenne. Erano quattro i siti ufficiali, ma con pochi colpi di mouse decine di altri siti lo duplicarono immediatamente, evitando ogni intasamento della rete;

2) poiché i materiali originali erano accessibili a chiunque, a tutti gli interessati fu possibile farsene un'idea diretta, senza la mediazione preventiva dei commentatori o dei reporter;

3) di fronte a un rapporto così ampio (e in fondo noioso) i quotidiani di carta, così come i notiziari televisivi, dovettero fare scelte drastiche decidendo quanto citarne integralmente, nei limiti di spazio o di tempo dei loro formati. Le testate online invece ebbero possibilità ben piú ampie: pubblicare tutto il

⁶⁶ Agostini A., *Giornalismo. Media e giornalisti in Italia*, Il Mulino, Bologna 2004, p.13.



rapporto (in fondo bastava un link) e organizzare la totalità dei materiali vecchi e nuovi sulla vicenda, secondo molteplici livelli di fruizione e interesse.

E in casi del genere che emergono le grandi virtù dell'ipertestualità, quando la si sappia usare con criterio. Al primo livello c'era la notizia di partenza (il rapporto Starr), cui affiancare, a un livello ipertestuale appena inferiore, i commenti e le valutazioni. Si potevano poi richiamare e rimontare in pagina tutti gli elementi principali di sfondo e contesto: cronologia, schede dei protagonisti, gallerie fotografiche. Più sotto ancora i documenti ufficiali, le decisioni del tribunale, i verbali di interrogatorio, il filmato delle dichiarazioni di Clinton in televisione.

Per montaggi di questo tipo l'abilità principale richiesta è quella degli editor e degli editor grafici: nel megadossier Lewinsky quello che contava e che ha fatto la differenza non sono tanto (o soltanto) i contenuti, perché essi erano quasi tutti noti e il valore aggiunto poteva essere affidato solo a commenti particolarmente intelligenti e ben scritti; per il resto tutto era architettura e collegamento dei materiali, in modo tale che essi fossero facilmente reperibili e navigabili. Non basta al riguardo che sul sito ci sia un efficiente motore di ricerca (e spesso efficienti non sono), quello che conta è una buona struttura concettuale, facilmente percepibile dal lettore e gerarchicamente costruita attorno a:

- notizie fresche



- punti di vista
- informazioni di contesto
- documenti originali di base.

Il caso Lewinsky è stato [...] un punto di svolta nei rapporti tra i media e nella storia dell'Internet informativa. Da allora altri grandi eventi, come la morte di Diana Spencer, l'11 settembre o la seconda guerra in Iraq hanno mostrato la potenza del nuovo medium, quando usato con intelligenza e competenza professionale. L'ipertestualità, insieme all'assenza di limiti sulla quantità dei materiali e alla tempestività real time permette una ricchezza informativa attualissima e insieme ricca di memoria e di occasioni di approfondimento. È una possibilità che prima non c'era e che arricchisce ogni cittadino del mondo, un fattore di democrazia, se la democrazia si fonda sull'informazione non ristretta e sulla conoscenza»⁶⁷.

Probabilmente il modello migliore di giornalismo online, non per caso premiato con molteplici premi web (Webby Awards) è il portale della Bbc, esemplare per completezza, chiarezza espositiva, navigabilità e freschezza di aggiornamento. I singoli pezzi della Bbc sono di solito abbastanza brevi, come si conviene ai servizi giornalistici, ma ognuno di loro, nel suo piccolo, è un dossier. Nella colonna a destra del testo principale la redazione offre tre cose utili che sulla carta e in televisione non sono

⁶⁷ Carlini F., *Parole di carta e di web*, Einaudi, Torino 2004, p.44.



LA NOTTOLA DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003

disponibili. La prima è il contesto, che viene fornito grazie al rimando ad altri articoli sullo stesso argomento pubblicati recentemente dalla stessa testata; i link sono generati automaticamente dal computer purché al momento della creazione dell'articolo esso sia stato catalogato con saggezza, usando le opportune parole chiave.

Il secondo servizio utile è del tipo «Vai alle fonti»: per ogni organizzazione, azienda o ente citato viene fornito il link che porta alla pagina relativa. Citare le fonti attraverso i link è forse la più grande (e non abbastanza percepita) rivoluzione che l'Internet ha introdotto nella comunicazione e nel giornalismo. Le pubblicazioni di carta ricavano le loro notizie da una pluralità di sorgenti, ma quasi mai le dichiarano e scrivono invece come se tutto fosse farina del loro sacco.

Così il lettore che volesse andare ai documenti originari farà una grande fatica e spesso gli sarà impossibile. Il link invece mette a portata di mouse quanto serve: è un atto di modestia dell'autore («non sono io che ho scovato la notizia»), e un servizio prezioso per il lettore. Una delle testate più interessanti per le informazioni sulle tecnologie, Slashdot, si basa soltanto sui link a pezzi altrui, presentati da poche righe di commento. Quelle righe servono a far capire di che cosa si tratta, mentre i link portano al testo originale su cui il lettore potrà farsi una sua opinione, anche diversa da quella della testata.

La terza virtù dei minidossier della Bbc è la possibilità, offerta anche da altre testate, specialmente di derivazione



televisiva, di vedere dei filmati o di ascoltare delle registrazioni audio relative a quella notizia: anche in un mondo web dove la banda trasmissiva è ancora abbastanza ristretta questo è comunque un utile accessorio che esploderà in pieno quando la gran parte dei computer avranno collegamenti a banda larga: allora la fusione tra i diversi media potrà essere spinta verso nuovi orizzonti.

Potrà forse essere utile a questo punto confrontare in tabella i principali generi giornalistici della carta e dell'online. Le differenze ci sono, ma non sono poi così vistose. Con il segno (x) abbiamo indicato i casi in cui entrambi i media hanno grosso modo la stessa qualità, con il segno (-) quelli in cui sono carenti e con il segno (+) quelli dove eccellono.

<i>genere</i>	<i>carta online</i>	
notizia breve	x	x
notizia	x	x
documentazione di base	-	+
editoriale, commenti	+	x
servizio (news analysis)	x	-
reportage, inchieste	+	-
intervista	x	x
recensione	x	x
rubriche	x	x
lettere dei lettori	-	+



Come si vede i vecchi giornali hanno ancora i loro punti di forza proprio nella costruzione del punto di vista e nella formazione di conoscenza, un terreno su cui l'online mediamente si è poco cimentato.

In definitiva, l'esplosione del fenomeno Internet offre al giornalismo possibilità straordinarie per rinnovarsi. In particolare::

- Internet è una fonte di notizie ricca, enorme, multidisciplinare, a scala mondo, prevalentemente gratuita, e la sua presenza competitiva con gli altri media li obbliga a ridefinire la loro vocazione, il loro linguaggio, il loro pubblico;
- Internet propone a tutti gli altri media un modello di relazione interattiva (comunità) tra operatori dell'informazione e pubblico;
- Internet suggerisce e pratica un modello originale di rapporti fra parole e immagini, fra testuale e visivo, nonché fra diversi livelli di generi giornalistici.



Associazione Centro Culturale "Leone XIII"

<http://www.LeoneXIII.org>

LA NOTTOLA DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003

PARTE SECONDA



4. Il portale scientifico on-line della

Fondazione "Carlo Caetani della Fargna"

4.1. Il progetto e le finalità

Nei precedenti capitoli abbiamo avuto modo di osservare come il *medium* Internet abbia assunto un ruolo centrale nella diffusione e nella condivisione di informazione, offrendo un'ampia varietà di formati attraverso cui veicolare i contenuti. I portali scientifici rivestono un ruolo centrale in vista della costruzione di un web più autorevole e ordinato; definiti anche *vortals*, o «portali verticali», essi si propongono di norma come guida all'interno di un ambito disciplinare piuttosto circoscritto, e sono gestiti da singoli studiosi, da istituzioni culturali come università e fondazioni, da organizzazioni non profit. In questo contesto, che potremmo definire di investimento culturale sul web, si inserisce il progetto del portale scientifico del *Centro per lo studio e la prevenzione del disagio nell'infanzia*, centro nato nel 2002 dalla volontà di tre realtà istituzionali: la Fondazione "Carlo Caetani della Fargna", l'Archidiocesi di Perugia-Città della Pieve e il Dipartimento di Filosofia dell'Università degli Studi di Perugia, che hanno condiviso il comune obiettivo di



studiare i complessi problemi legati allo sviluppo integrale del bambino, di individuare strategie di prevenzione e di intervento in situazioni di disagio e promuovere una rinnovata cultura educativa, ispirata ai valori della persona umana e alla dimensione cristiana della vita. Imperativi dettati dalla consapevolezza che la complessità del contesto sociale odierno, la crisi delle istituzioni tradizionali, in particolare della famiglia, che rappresentano un riferimento per la crescita dei bambini, la diffusa crisi di orientamento rispetto ai valori della persona e agli orizzonti di senso vissuta dagli adulti, anche educatori, siano elementi che producono situazioni di rischio nella crescita dei bambini, quando non determinano vere e proprie forme di disagio.

Il Centro, diretto dalla prof.ssa Floriana Falcinelli e composto da un nucleo di docenti e ricercatori dell'Università degli Studi di Perugia, è nato con la volontà di promuovere attività di ricerca e interventi specifici orientati ai seguenti obiettivi: offrire spunti di riflessione e strumenti di ricerca per analizzare il fenomeno del disagio nell'infanzia, nei diversi aspetti in cui si esprime; analizzare le diverse situazioni e i molteplici elementi che concorrono all'emergere di situazioni di disagio; formare genitori, insegnanti ed educatori del mondo extra- scolastico ad una maggiore consapevolezza riguardo ai bisogni dell'infanzia e all'assunzione di specifiche responsabilità formative; promuovere i diritti dell'infanzia ai diversi livelli istituzionali; offrire informazioni aggiornate su ricerche , iniziative ed azioni



promosse nei riguardi dei bambini in situazioni di disagio da enti, associazioni, istituzioni italiane e straniere.

L'istituzione del portale scientifico ha l'obiettivo di offrire una finestra sull'attività di ricerca e di studio condotta dal Centro, e in modo particolare offrire una rosa di servizi: segnalare iniziative a favore dell'infanzia promosse sul territorio diocesano dal Centro e dalle altre strutture dell'Archidiocesi di Perugia-Città della Pieve; fornire informazioni e dati aggiornati sui problemi dell'infanzia con opportuni riferimenti bibliografici e indicazioni di siti utili; segnalare le istituzioni pubbliche e private che si occupano di tali problemi e delle eventuali iniziative da esse promosse; offrire contributi scientifici e indicazioni di carattere metodologico rivolte agli educatori; offrire uno sportello di consulenza tramite un servizio di "Domande & Risposte" a cui tutte le persone interessate possono rivolgere domande specifiche o porre problemi; attivare spazi di discussione su tematiche specifiche, proposte nei forum moderati; offrire un osservatorio critico su libri, spettacoli, siti web particolarmente rivolti ai bambini. I destinatari privilegiati del sito sono i genitori, gli insegnanti, gli educatori pubblici e privati dei servizi per l'infanzia e tutti i cittadini e gli enti che per qualunque motivo sono interessati alla realtà dei minori. Il portale accoglie attualmente contributi scientifici riguardo a due temi di particolare rilevanza: il rapporto tra i bambini e i media, in particolare la televisione; le difficoltà dei bambini nelle famiglie che hanno vissuto o stanno vivendo una situazione di



separazione. Il Centro è una struttura aperta a cui può aderire liberamente chiunque voglia collaborare al programma di lavoro e si riconosca nei principi che lo ispirano; il portale prevede infatti una specifica sezione dove è possibile inviare commenti, proposte o richieste di adesione.

4.2. Costruire un portale scientifico

La costruzione di un portale scientifico⁶⁸ contiene molte analogie con l'impaginazione di un libro sebbene, come abbiamo visto, ipertestualità e interattività conferiscano all'opera una tridimensionalità che arricchisce e rivoluziona il modo di leggere e di acquisire informazione. Le analogie risiedono nella struttura organica del discorso. Nel libro sarebbe impensabile non trovare

⁶⁸ Gli elementi tecnici con cui realizzare tutto ciò sono quattro soltanto: i) un linguaggio con cui dare alle pagine la forma voluta - si chiama HTML, ovvero Hypertext Markup Language. 2) un protocollo di trasmissione che, utilizzando la tecnologia Internet, permetta di chiedere le pagine a un computer lontano e di riceverle - si chiama http, ovvero Hyper Text Transfer Protocol. 3) Un software per la connessione, il browser. 4) Un sistema di indirizzi elettronici non ambiguo per i computer che ospitano le pagine HTML. Gli indirizzi si chiamano URL, ovvero Universal Resource Locator, e prendono la forma di una sequenza di caratteri alfanumerici, sempre preceduti dal prefisso <http://> Oggi l'utente medio del Web vede soltanto il browser, che peraltro è molto evoluto dai tempi di allora. Ai primi programmi, basati su una grafica a soli caratteri, seguì nel 1993 la geniale invenzione di un software a finestre di gradevole aspetto, agibile con il mouse. Si chiamava Mosaic e fu il progenitore dei successivi e sempre più raffinati software di navigazione. Dal punto di vista concettuale e per quello che qui interessa, occorre soltanto capire le due azioni che il browser svolge: da un lato, una volta che l'utente abbia deciso con quale sito della rete collegarsi, il programma invia una richiesta a quel computer lontano: «Mandami quella tale pagina». Dall'altro, quando la pagina sia arrivata, si preoccupa di interpretarla, presentandola sul monitor secondo le indicazioni che essa contiene: parole in corsivo, spazi, titoli eccetera. In questo modo il lavoro è ripartito tra il computer dell'utente (il Client) e il computer lontano (il Server). Il secondo risponde alle richieste (anche di molti utenti alla volta), ma, una volta spedita la pagina, non deve più preoccuparsi della sua rappresentazione grafica sul terminale lontano del Client. Sarà questo, con il suo processore e il suo software, a darsi da fare. (Cfr. Carlini F., *Lo stile Web*, Einaudi, Torino 2006, p. 67).



la copertina, il frontespizio, le indicazioni bibliografiche ed editoriali, oltre alla Prefazione, l'Introduzione, e talora anche la Postfazione, le Appendici e i Ringraziamenti; e ancora i capitoli e i paragrafi, segnalati anche nei margini superiori delle pagine, la numerazione delle pagine che rende possibile l'utilizzo degli Indici (generale, analitico, dei nomi, dei luoghi, bibliografico, eccetera); e infine le note a piè di pagina (o in fondo al capitolo, o in fondo al testo) che permettono all'autore di segnalare una possibile deviazione dal percorso principale o un approfondimento e che, almeno concettualmente, costituiscono già degli elementi ipertestuali. Questa struttura, che rende il libro un oggetto complesso, è stata in parte ereditata dal testo elettronico, con due motivazioni: l'una funzionale e l'altra prevalentemente estetica. La prima risponde all'esigenza di guidare il lettore nella sua navigazione ipertestuale, che è tanto più sentita quando l'ipertesto è a scala mondiale come sul Web. Diventa allora essenziale ricordare al lettore dove egli si trovi in un dato momento della lettura, in quale sito e in quale sezione di quel sito. Non va dimenticato infatti che con il gioco dei link esterni (da un sito a un altro), può capitare, seguendo le suggestioni e i suggerimenti di lettura, di arrivare in pagine molto interne di un altro sito: sapere dove si è, aiuta a non perdere l'orientamento, ma anche ad attribuire credito o meno alle cose che si va leggendo. Ecco dunque emergere nel Web un intero repertorio di segnali. Intanto un sito verrà riconosciuto per la sua immagine grafica generale, specie quando essa è originale: per



LA NOTTOLA DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003

esempio la versione elettronica del «Wall Street Journal» cita esplicitamente la grafica austera e l'impaginazione del suo capostipite di carta. Altri ricorrono all'espedito di far comparire nelle pagine delle scritte analoghe alle intestazioni o a piè di pagina (header e footer) di molti libri. Per esempio la scritta:

L.A. TIMES / NEWS / SCIENCE / REPORTS / THE BRAIN / STORY

indica che ci si trova nel sito del quotidiano «Los Angeles Times», all'interno delle notizie di scienza; anzi in uno speciale rapporto dedicato al cervello. Ogni parola della sequenza è «cliccabile» e porta al corrispondente livello. Non si esauriscono qui, però, gli ausili all'orientamento che i disegnatori delle pagine web offrono. I più attenti ai bisogni dei visitatori mettono, in fondo a ogni pagina, tutte le indicazioni del caso: che sito è, qual è il suo indirizzo, quale la data del suo ultimo aggiornamento. Infatti ogni file del Web è come una pagina di carta strappata da un libro: se non contiene dei riferimenti, non è più possibile attribuirlo a nessuno né contestualizzarlo. Se contiene delle notizie e non c'è la data, queste non sono molto utili (succede molto più spesso di quanto si creda). Tra parentesi l'assenza della data forse corrisponde inconsciamente all'idea che sull'Internet tutto è fresco e in movimento, ma risulta particolarmente sgradevole e imbarazzante. Andrà notato, in particolare, che la data che conta non è solo quella dell'ultima revisione del file (magari pochi ritocchi) ma anche quella della prima stesura, che sovente è indicazione preziosa per collocare nel tempo le idee e le informazioni ivi contenute. Spesso le cose vanno così: in ogni pagina è sempre disponibile un link che porta a una «mappa del



sito» (site map). Essa è una rappresentazione grafica della struttura logica del sito e dei legami tra le sue diverse parti. Di recente, come si vedrà, l'architettura dei siti ha subito delle modificazioni abbastanza profonde e la Home ha cambiato ruolo: in certi casi nemmeno esiste. Di complemento alla mappa, diversi siti tengono sempre in bella vista, in ogni pagina, una pulsantiera per la navigazione (navigation bar): ogni bottone - grafico o testuale non importa - dà accesso alle zone o alle attività più importanti. Un ultimo espediente è quello della «visita guidata» che alcuni offrono. Ovviamente ciò è tanto più frequente nei siti commerciali dove è interesse del proprietario mettere in evidenza il meglio della casa. La visita propone di solito un percorso lineare, di modo che il visitatore non si disperda e possa focalizzarsi, una pagina dopo l'altra, sui contenuti che gli vengono offerti⁶⁹.

4.2.1. Generi e rubriche

Negli ipertesti le «parole calde» (link) rappresentano una potenzialità: nel web si sono consolidate nel tempo alcune azioni tipiche, finendo per costituire nel loro insieme una grammatica testuale-visiva. Le più ovvie sono i «girapagina» che consentono di percorrere linearmente un lungo testo che sia spezzato in più file: avanti (*forward*), indietro (*back*), salta a inizio del testo

⁶⁹ Cfr. Carlini F., *Lo stile Web. Parole e immagini nella comunicazione di rete*, Einaudi, Torino 2006, p.70.



(*top*), torna alla pagina d'ingresso (*home*). Sono comandi sempre meno diffusi perché realizzare un iper testo e poi far scorrere le pagine come in un libro non ha molto senso. Ci sono semmai altre azioni tipiche, ognuna di solito associata a un pulsante grafico che cerca di rappresentarla in maniera intuitiva, e che costituiscono per così dire dei «generi» del Web. Quasi tutti rispondono a esigenze che il libro e la televisione non hanno: servono infatti a facilitare l'accoglienza del visitatore e gli scambi comunicativi, oltre che come strumenti di orientamento cognitivo. Carlini ha indicato una rosa di generi essenziali nella struttura di ogni portale:

- a) Help, ovvero una pagina di aiuto al visitatore, sovente collegata al simbolo grafico '?'. Specialmente nei siti che prevedono una interazione non banale (come i cosiddetti «motori di ricerca») è un ausilio essenziale.

- b) About Us, ovvero «Chi siamo»: è una sottopagina spesso presente. Infatti non tutte le «firme» o i marchi sono noti. Per le aziende è un dovere abbastanza obbligato, anche se si leggono delle descrizioni di se stessi piuttosto penose. Ma l'utilità è indiscussa. Si tenga conto, oltre a tutto, che il Web deterritorializza e si può capitare in pagine delle quali tutto si ignora, compresa la localizzazione. Talora la pagina di Informazioni è rappresentata dal classico simbolo urbano della lettera "P" inscritta in un cerchio. Questa funzione



informativa può prendere la forme delle FAQ, un genere letterario tipico della prima Internet e in particolare delle liste e dei gruppi di discussione, dove vengono raggruppate le «Domande poste piú frequentemente» (Frequently Asked Questions) in un unico testo. Lo scopo originario della FAQ era di evitare che i nuovi arrivati ponessero domande banali e già trattate; essi perciò erano invitati a leggersi preventivamente le FAQ dove la struttura a domanda e risposta (Questions & Answers) ha un taglio molto didattico. Il ruolo delle FAQ non è solo informativo, in realtà, ma fa parte di un processo di costruzione di identità; in qualche caso è persino un'«invenzione della tradizione» a posteriori.

- c) Mail To, ovvero «Scrivici», di solito rappresentato con il simbolo di una busta o di una casella della posta. Consente di scrivere un messaggio al curatore delle pagine o al responsabile del sito. Schiacciando su di esso si apre un modulo per lettera già predisposto alla bisogna, con l'indirizzo precompilato. Questa funzione viene talora chiamata anche Feedback, attribuendole il ruolo di «spedire indietro» al gestore del sito le osservazioni anche critiche dei visitatori.
- d) Guest book: ovvero il «Libro degli ospiti». Qui i nuovi visitatori sono invitati a depositare il loro nome e magari anche il loro indirizzo di posta elettronica. Permette ai curatori del sito di sapere chi viene in visita, di raccoglierne i



commenti ed eventualmente di rimanere in contatto nel futuro: avendo l'indirizzo dei visitatori potranno scrivere loro segnalando le novità. Questa pratica, inizialmente colloquiale e di cortesia, è oggi in difficoltà. Infatti talora ha preso la forma di una vera e propria «registrazione» obbligata, per quanto gratuita; si può entrare in quel sito solo depositando i propri dati, sovente molto dettagliati. In sostanza i gestori che usano questa formula propongono uno scambio piuttosto esplicito: avrai libero accesso ai miei materiali, ma in cambio dammi il tuo indirizzo che io utilizzerò per spedirti materiali promozionali e magari anche rivendendolo a chi fa marketing online. E una pratica che contrasta, tra l'altro, con le leggi più avanzate a tutela della privacy.

- e) Un genere-servizio spesso offerto è quello del What's New, e cioè «Che cosa c'è di nuovo». Nella versione più semplice un simboletto grafico con la parola «New», viene affiancato alle voci più recenti di un elenco, così segnalando i documenti freschi. Questo è tanto più necessario perché molti siti mantengono in vista anche i materiali vecchi, perché utili, ma vogliono segnalare i nuovi ingressi. Talora il What's New è una vera rubrica fissa. La prima e più famosa era quella offerta dallo NCSA, il centro di supercalcolo dell'università di Urbana-Champaign nell'Illinois (dove venne inventato Mosaic). È stata chiusa il 30 giugno 1996 perché risultava troppo oneroso continuare a gestirla, ma i suoi archivi storici



sono sempre in linea".

- f) Gli Hot links sono una rubrica fissa in molti siti: si tratta dei suggerimenti ai visitatori, con i quali i curatori delle pagine segnalano i «Luoghi caldi» della rete. E un servizio spesso assai utile che, oltre a tutto, corrisponde allo spirito di scambio disinteressato di informazioni tipico della prima Internet. O, se si vuole, al passa parola del tipo: «Ho trovato un sito bellissimo», che costituisce l'argomento prediletto di molte delle conversazioni dei surfisti in rete, il loro passatempo favorito essendo quello dello zapping curioso senza mete particolari. Molti titolari di Home Pages personali lo fanno e qualcuno mette a disposizione il proprio indirizzario (bookmark).
- g) Search, ovvero «Cerca»: molti siti, specialmente tra quelli assai voluminosi, propongono questo pulsante. Grazie a esso, e compilando un'apposita maschera, è possibile cercare all'interno delle pagine quelle che contengano una certa parola chiave. In sostanza è una macchina di ricerca come le altre (e spesso usa gli stessi software di archivio e di indicizzazione dei motori di ricerca a scala mondiale), ma limitata a un singolo nodo della rete. E assolutamente provvidenziale, per esempio nei siti collegati a giornali o riviste online che mettono a disposizione i numeri arretrati.



h) Altri segni e simboli si aggirano per le pagine Web. Un marchio può indicare che quel sito è stato premiato, ovvero riconosciuto tra i 100, 1000 o chissà quanti siti migliori. Ce ne sono di vari tipi, perché diverse sono le organizzazioni che emettono il bollino⁷⁰.

4.3. La struttura del portale www.fondazione.fargna.it

Come abbiamo visto, condizione fondamentale per una corretta fruizione dei contenuti di un portale scientifico è la chiarezza con cui il navigatore può controllare i suoi stessi spostamenti da una pagina all'altra, un ordine concettuale che in molti casi viene espresso attraverso una *mappa del sito*. La pagina di ingresso al portale è detta *homepage* e di norma contiene i riferimenti essenziali per la navigazione nelle pagine interne; dunque essa è un indice, talora un indice ragionato, con testi di spiegazione che integrano ciò che i titoli o le immagini non bastano a chiarire. Naturalmente è un indice caldo, predisposto all'azione non appena il visitatore scelga uno dei *link* che gli sono offerti. Nella *homepage*, molto spesso nelle righe finali, si concentrano alcune di quelle rubriche di servizio già descritte in precedenza come Mail To, Help, il Libro degli ospiti, eccetera. L'insieme definisce un oggetto della comunicazione affatto nuovo, anche se trascina con sé forme e funzioni già

⁷⁰ Carlini F., *Lo stile Web. Parole e immagini nella comunicazione di rete*, Einaudi, Torino 2006, p.73.



presenti in altri luoghi e media, un ibrido di informazioni utili e di sentimento-immagine⁷¹.

4.3.1. La homepage

Il portale del *Centro per lo studio e la prevenzione del disagio nell'infanzia* (www.fondazione.fargna.it) si presenta con una *homepage* [fig. 1] divisa in riquadri che hanno la funzione di dare segnalazione riguardo agli aggiornamenti effettuati nelle varie sezioni interne del sito. A questi si affiancano altri riquadri: *Chi siamo* contiene indicazioni essenziali riguardo alla natura del centro; *News* è lo spazio in cui si dà segnalazione riguardo a documenti di particolare interesse, nell'ambito disciplinare del portale, comparsi di recente in siti web esterni; *Iniziative* è lo spazio in cui si dà conto dei seminari promossi dal Centro; *Agorà* è lo spazio in cui si propone di volta in volta un tema di interesse specifico che viene poi discusso nelle pagine del forum; *Ricerca interna* è il motore di ricerca interno al che permette, attraverso l'immissione di parole chiave, il reperimento di documenti presenti nell'intero spazio del portale.

Il cuore della struttura funzionale di questo portale è la barra di navigazione (*navigation bar*) strumento indispensabile per una navigazione ordinata, visibile in ogni pagina nella colonna di sinistra. Essa contiene nove pulsanti attraverso i quali è possibile

⁷¹ Cfr. Carlini F., *Lo stile Web. Parole e immagini nella comunicazione di rete*, Einaudi, Torino 2006, p.92.



LA NOTTOLO DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003

visitare le altrettante sezioni del portale; ogni sezione contiene poi una ulteriore segmenntazione dei contenuti, che viene rappresentata di volta in volta attraverso una barra di navigazione aggiuntiva. Il primo bottone contiene un link che riconduce il navigatore, ovunque egli si trovi, alla pagina principale del portale. Da qui in poi analizzare il contenuti delle varie sezioni del portale seguendo l'ordine proposto nella barra di navigazione.



Figura 1 La homepage del portale www.fondazione.fargna.it



4.3.2. *Interventi*

La sezione *Interventi* [fig. 2] del portale è dedicata alla pubblicazione di articoli, brevi saggi e atti di convegni promossi dal Centro. Questa sezione dà conto dell’attività di ricerca del Centro, che si avvale del contributo di docenti universitari e di figure professionali impegnate nella tutela dell’infanzia. La consultazione degli interventi è resa agevole dalla suddivisione per temi (es. *Bambini e media*) e dalla possibilità di effettuare ricerche “per parola” attraverso un *search engine* interno. Questa sezione è strettamente legata, attraverso un sistema di *links* alle altre sezioni del portale che trattano argomenti analoghi, come ad esempio il forum di discussione *Agorà* e la sezione *Risorse*. Il lettore ha la possibilità di salvare ogni articolo nella memoria interna (*hard disk*) del proprio computer e di stamparlo su carta⁷². Ogni articolo firmato contiene inoltre i riferimenti per entrare in contatto con l’autore e stabilire quindi, attraverso un indirizzo e-mail, un dialogo con i lettori.

⁷² Il salvataggio su *hard disk* e il trasferimento su carta attraverso la stampa degli articoli pubblicati all’interno del portale comportano indubbiamente il vantaggio di una lettura svincolata dallo strumento elettronico, ma allo stesso tempo precludono l’accesso a tutti quei percorsi ipertestuali che *integrano* l’articolo all’interno di un contesto più complesso di approfondimento interattivo degli argomenti, attraverso risorse e strumenti di documentazione offerti dal portale stesso.



Figura 2 La sezione *Interventi* del portale

4.3.3. *Eventi*

La sezione *Eventi* [Fig. 3] si propone come un calendario costantemente aggiornato nel quale è data segnalazione di convegni e seminari nazionali e internazionali sui temi della famiglia e della tutela dell'infanzia. Il lettore è esplicitamente invitato a segnalare alla redazione eventi di rilievo non segnalati nel calendario.



Figura 3 La sezione *Eventi* del portale

4.3.4. *Risorse*

La sezione *Risorse* [Fig. 4] è uno spazio di raccolta in cui confluisce la documentazione utile all'approfondimento dei temi trattati nelle altre sezioni del portale. Fondamentale da questo punto di vista è la sottocategoria *Documenti*, che contiene *Ricerche e dati statistici*, *Codici di regolamentazione*, *Rapporti annuali* degli enti preposti alla tutela dell'infanzia, *Documenti istituzionali ed ecclesiali* sul tema della famiglia. Particolare rilevanza è riservata ai *Dati sul disagio infantile* e a una scheda relativa all'*Affido familiare*. Le sottocategorie sono dedicate alle



recensioni di *Libri, Riviste scientifiche, Film e spettacoli* attinenti agli argomenti di studio del Centro.



Figura 4 La sezione *Risorse* del portale

4.3.5. *Links*

Il portale scientifico ha come funzione peculiare quella di *orientare* il navigatore nel labirinto di Internet, offrendo una “mappa” aggiornata dei contenuti reperibili in rete, relativi ad un dato segmento disciplinare. Il ruolo di “filtro” dell’informazione rivestito dai portali scientifici è di grande rilevanza per il presente e per il futuro di Internet: essi infatti costituiscono l’unico argine nei confronti di una «anarchia del sapere», i cui



rischi sono stati evidenziati da Umberto Eco⁷³. In una parola si tratta di garantire, attraverso l'autorevolezza delle fonti, l'attendibilità delle informazioni e la scientificità dei contenuti. La "mappa", detta più precisamente *linkopedia*⁷⁴, si propone quindi di offrire una sistemazione dei materiali scientifici reperibili in rete; un'operazione che, comportando non pochi problemi di ordine culturale⁷⁵, deve essere svolta nell'ambito di un ristretto settore disciplinare. La *linkopedia* del portale del Centro, identificata con l'etichetta "LINKS" [fig.5] è, da questo punto di vista, la sezione più importante: è una sorta di bibliografia, contenente un elenco di voci ordinate in un sistema di classificazione, dove ad ogni voce corrisponde un sito web attinente all'ambito di studio del portale. Poiché l'atteggiamento del lettore di fronte ad un elenco è quello dell'*estrazione di informazione* (Carlini), cioè della ricerca mirata ad uno specifico contenuto, l'organizzazione del testo è impostata per moduli brevi di 10/15 righe, nelle quali si fornisce una esaustiva descrizione di ciascun sito web recensito. La classificazione è basata sulle categorie che qui di seguito andremo ad illustrare.

⁷³ Ivi, p.64.

⁷⁴ Cfr. Papuzzi A., *Professione giornalista. Tecniche e regole del mestiere*, Donzelli, Roma 2003, p.169.

⁷⁵ Si consideri per esempio la classificazione dello scibile Internet proposta dal portale Yahoo! (www.yahoo.com). La sua *homepage* propone 14 categorie piuttosto arbitrarie, oltre a tutto nemmeno parenti di quella classificazione decimale inventata da Melvil Dewey nel lontano 1876 (e usata da moltissime biblioteche), né di quella usata dalla Library of Congress americana. Yahoo! è un sistema cresciuto su se stesso, volta per volta aggiungendo nuove voci quando agli schedatori sembrava che acquistassero una certa rilevanza. D'altra parte una scientifica e universale classificazione del sapere non esiste (forse non può esistere) e ogni operazione del genere è sempre arbitraria.



Figura 5 La sezione *Links* del portale

Istituzioni e organismi

Questa categoria comprende i siti web di istituzioni che si occupano di temi o svolgono funzioni attinenti alla tutela dell'infanzia; si è scelto dunque di dare massima rilevanza a fonti di informazione e documentazione che godono di indiscussa autorevolezza. Trattandosi di siti web istituzionali di interesse generale, in alcuni casi si è reso necessario indicare nel testo della recensione riferimenti precisi (*link*) a singole sezioni del sito web, dedicate ai temi attinenti alla tutela dell'infanzia. Nella descrizione del sito web del Consiglio d'Europa (in lingua inglese), ad esempio, il portale fornisce anche i riferimenti alla *Direzione della gioventù e dello sport*, ai *Centri europei della*



Gioventù di Budapest, oltre che alla versione italiana dello stesso. La categoria *Istituzioni e organismi* è suddivisa in tre sottocategorie, che comprendono i siti web di istituzioni *internazionali, nazionali, regionali* (relativi all'Umbria).

Uffici diocesani

In questa categoria si è voluto dare ampio spazio alle iniziative promosse dall'Archidiocesi di Perugia-Città della Pieve nell'ambito della tutela dell'infanzia; in modo particolare si illustra l'attività del Consultorio familiare diocesano "La Dimora" e dell'Ufficio di Pastorale familiare.

Siti di documentazione sull'infanzia

E' questa la categoria centrale della *linkopedia*, in quanto offre una guida scientifica alla documentazione offerta da Internet sui temi relativi alla tutela dell'infanzia. Le sottocategorie comprendono: le *associazioni*, suddivise in *internazionali* e *nazionali*, che operano nel campo della tutela dell'infanzia; i *centri di studio* per l'infanzia e quelli sul disagio infantile; i *portali informativi* italiani sull'infanzia; infine una sottocategoria dedicata a *progetti ed esperienze* sull'infanzia pubblicati in rete, tra i quali anche i progetti ministeriali di tutela dei minori attraverso il controllo dei siti web.



Siti per la famiglia

La documentazione offerta dal portale riguarda anche un’ampia rosa di siti web che si occupano dello studio o dell’impegno associazionistico a favore della famiglia. Le sottocategorie comprendono: le *associazioni*, i *centri di studio* e i *portali informativi* italiani. Internet è da questo punto di vista una risorsa importante in quanto offre ai genitori l’opportunità di approfondire temi, scambiare opinioni, consultare recensioni di riviste per la famiglia e documenti istituzionali, iscriversi a newsletter informative.

Siti per bambini

Questa categoria è senza dubbio la più difficile da definire. E’ molto difficile trovare in rete siti web in cui i bambini possano muoversi senza il rischio di seguire un link “sbagliato” e accedere quindi a contenuti non adatti a loro. In questo senso la funzione del portale-guida si fa indispensabile. La prima sottocategoria riguarda i *portali e motori di ricerca per bambini*, che di norma nascono da progetti universitari e si propongono come indici di siti web distinti per argomento, all’interno dei quali è possibile effettuare ricerche “per parola”, offrendo accesso a documenti selezionati da un personale specializzato, e offrendo anche giochi, newsletter, notizie. Seguono i siti dedicati ai *giochi per bambini*, che di norma offrono un percorso ipertestuale di scoperta basato su icone, figure animate, scenari da fumetto. La sottocategoria dedicata alle *favole per bambini* dà



accesso a siti web che raccolgono i testi di favole e filastrocche e offrono anche la possibilità ai visitatori di inviare le loro creazioni personali e vederle poi pubblicate; inoltre sono presenti suggerimenti su quali favole scegliere e come raccontarle.

Links preferenziali

La categorizzazione dei siti web all'interno della linkopedia comprende anche una sezione speciale dedicata a portali di fondamentale importanza per il ruolo delle istituzioni che rappresentano: è il caso del *Centro nazionale di documentazione ed analisi per l'infanzia e l'adolescenza*, il *Centro studi pedagogici sulla vita matrimoniale e familiare*, il *Centro per l'infanzia e l'età evolutiva dell'Umbria*, *Telefono Azzurro* e altri.

4.3.6. Legislazione

La sezione *Legislazione* [Fig. 6] è uno strumento di grande rilevanza sul piano della documentazione, ed evidenzia ancora una volta l'enorme capacità di archiviazione di un portale scientifico rispetto ai limiti fisici di una rivista cartacea. La sezione raccoglie la documentazione legislativa citata nelle altre sezioni del portale attraverso un sistema di *link*. La documentazione è suddivisa in tre sottocategorie: *legislazione internazionale, nazionale, regionale (Umbria)*.



Figura 6 La sezione *Legislazione* del portale

4.3.7. *Domande & Risposte*

La sezione *Domande & Risposte* [fig. 7] è nata con l'intento di offrire uno sportello di consulenza a cui tutte le persone interessate possono rivolgere domande specifiche o porre problemi agli esperti del Centro attraverso una casella di posta elettronica (fondazione.fargna@diocesi.perugia.it). Domande e risposte vengono pubblicate, in forma anonima se richiesto, e raccolte in un elenco (*FAQ, frequently asked question*) che costituisce a sua volta uno strumento di documentazione. Tutto ciò, oltre ad offrire spunti di riflessione per coloro che visitano il sito. I temi evocati in questo spazio possono offrire spunti ai



redattori del portale per attivare spazi di discussione su tematiche specifiche, proposte nel forum moderato *Agorà*.



Figura 7 La sezione *Domande & Risposte* del portale

4.3.8. *Agorà*

La sezione *Agorà* [Fig. 8] è il luogo più interattivo del portale, uno spazio preposto all'incontro e al dibattito dei lettori sui temi evocati nelle varie sezioni del portale. Ogni mese viene proposto un tema di discussione (*topic*), che viene richiamato con particolare evidenza nella *homepage*; ogni argomento viene aggiunto mensilmente ad una cronologia di discussioni che rimane sempre attiva. I lettori hanno la possibilità di partecipare



LA NOTTOLA DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003

al dibattito inserendo dei commenti in calce alla enunciazione di ciascun argomento di discussione. I quesiti di interesse generali possono essere spostati dai redattori nella sezione Domande & Risposte oppure sottoposti all'attenzione dei ricercatori del Centro.

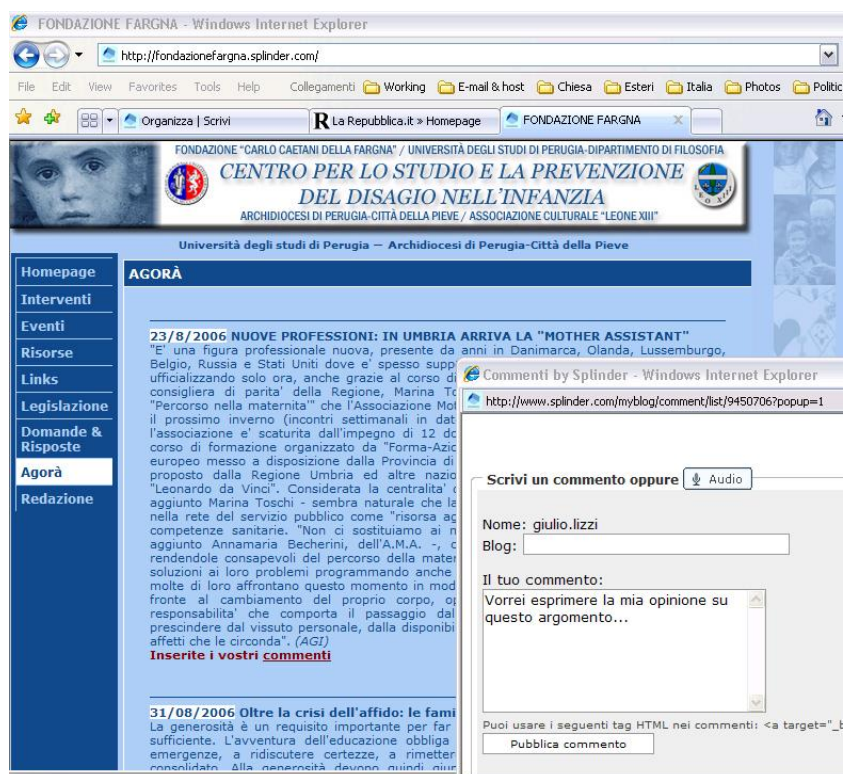


Figura 8 Il forum Agorà del portale

1.1.9. Redazione

Lo spazio della *Redazione* [Fig. 9] è suddiviso in tre sottocategorie. Nella prima, *Contatti*, è offerta ai lettori la possibilità di entrare in contatto con le strutture del Centro per chiedere consulenze, comunicare l'intenzione di aderire al



LA NOTTOLA DI MINERVA ~ SEZIONE MONOGRAFIE 2008 ~ ISSN 1973-3003

progetto, fornire suggerimenti o contributi. E' inoltre lo spazio dove segnalare malfunzionamenti nel reperimento delle informazioni contenute nel portale. Nella sottocategoria *Ufficio stampa* sono raccolti in una cronologia i comunicati stampa di cronaca relativi a tutti gli eventi, seminari e convegni, promossi dal Centro. Nella sottocategoria *Dossier* viene dato spazio a segnalazioni dei lettori riguardo a strutture e progetti di interesse specifico non classificabili nella sezione *Links*.



Figura 9 La pagina della *Redazione* del portale



Bibliografia

A

- AA.VV., *Telecommunication: a Bridge to the 21st Century*, Elsevier, 1995.
- AA.VV., *Lo Specchio e la Lente. Crisi e Informazione*, Bari, Laterza, 1992.
- Abruzzese A., 2000, Premessa a A. Miconi (a cura di), *Introduzione alla mediologia*, Sassella, Roma.
- Agostini A., 2004, *Giornalismi*, Il Mulino, Bologna.
- Amato G., *Società e Informazione*, in *Prima Comunicazione*, settembre, 1995.

B

- Beninger J., *Le Origini della Società dell'Informazione*, Torino, Utet, 1995.
- Berners-Lee T., 2001, *L'architettura del nuovo web*, Feltrinelli, Milano.
- Bettenini, *L'Impatto Sociale delle Nuove Tecnologie*, Technology Review, 98, 1996.
- Bianchi E., 2003, *Nuove apocalissi*, Rizzoli, Milano.
- Breton P., *L'Utopia della Comunicazione*, Torino, Utet, 1995.
- Breton P., *L'Informazione Tramite Media*, Milano, Jaca Book, 1993.

C

- Calvani A., 2001, *Educazione, comunicazione e nuovi media. Sfide pedagogiche del cyberspazio*, UTET, Torino.
- Caretti P., Pieretti A., Pisarra P., 1998, *Informazione, manipolazione e potere*, San Paolo, Milano.



- Carlini F., 2004, *Parole di carta e di web. Ecologia della comunicazione*, Einaudi, Torino.
- Carlini F., *Chips and Salsa: Storie e Culture del Mondo Digitale*, Manifesto Libri, Roma 1995.
- Ciotti F., Roncaglia G., 2006, *Il mondo digitale. Introduzione ai nuovi media*, Editori Laterza, Roma-Bari.
- Colombo F., *Dentro l'Ordine Vive l'Anarchia*, in *Telema*, 1, 1995.
- D
- De Biase, 2002, *Libertà, velocità, comunità*, in *Problemi dell'informazione*, n.2, Il Mulino, Bologna.
- F
- Falcinelli F., *Cultura, tecnologia, azione didattica*, Morlacchi, Perugia 2000.
- Falcinelli F., *Internet per la costruzione della cultura*, Morlacchi, Perugia, 2003.
- Falcinelli F., *Media, Cultura, Processi didattici* (a cura di) Morlacchi, Perugia 2003.
- Falcinelli F., *Caratteri e strumenti della formazione in rete* (a cura di) Morlacchi, Perugia, 2003.
- Frosini V., *Riflessi Sociali dell'Informatizzazione*, in *Scritti in Onore di M. S. Giannini*, Vol. I, pp.351-374, Milano, 1988.
- G
- Galliani L., Varisco B.M., Costa R., Gaddi M., 2003, *Progettare multimedia*, Pensa MultiMedia, Lecce.
- Giovannini G., "Mass Media Anni 90", Torino, Gutenberg 2000, 1988.
- Giovannini G., "Dalla Selce al Silicio", Torino, Gutenberg 2000, 1984.
- Gubitoso C., *Telematica per la Pace: Cooperazione, Diritti Umani*, Milano, Apogeo, 1996.



J

Jacobelli J., *Dall'Analogico al Digitale: una Rivoluzione Soltanto Tecnologica?*,
Roma, Laterza, 1996.

Jones, "Cybersociety", Thousand Oaks, Sage, 1995.

L

Laver M., *Computer and Social Change*, Cambridge (Mass.), 1980.

Lepri S., 1999, *Professione giornalista*, ETAS, Milano.

Levi-Montalcini R., 2002, *Tempo di mutamenti*, Baldini&Castaldi, Milano.

Levi-Montalcini R., 2004, *Tempo di azione*, Baldini Castaldi Dalai, Milano.

Levy P., 2002, *L'intelligenza collettiva*, Feltrinelli, Milano.

Levy P., 1999, *Cybercultura. Gli usi sociali dei media*, Feltrinelli, Milano.

Lyon D., *La Società dell' Informazione*, Il Mulino, Bologna, 1991.

Lopez, "La société d'Information: Promesse de Future ou Slogan Neo-Liberal?",
Media Pouvoir, 43-44, 1996.

Losito, *Il Potere dei Media*, Roma, NIS, 1994.

Lyon D., *La Società dell' Informazione*, Il Mulino, Bologna, 1991.

M

Maldonado T., 1999, *Critica della ragione informatica*, Feltrinelli, Milano.

Mancini P., 2000, *Manuale di comunicazione pubblica*, Laterza, Roma-Bari.

Mantovani G., *Comunicazione e Identità. Dalle Situazioni Quotidiane agli
Ambienti virtuali*, Bologna, Il Mulino, 1995.

Marcuse H., *L'Uomo ad una Dimensione*, Torino, Einaudi, 1991.

Martinotti, *Informazione e Sapere*, Milano, 1992.

Mascilli Migliorini, *La Comunicazione Istantanea*, Napoli, Guida, 1987.

Masuda Y., *The Information Society as Post-Industrial Society*, Tokyo, 1980.

Mazzoli G., *La Comunicazione Telematica. Innovazione e Mutamento Sociale in
un Contesto Industriale*, Milano, Angeli, 1992.

Mc Luhan M., 1999, *Gli strumenti del comunicare*, EST, Milano.



Menduni E., Catolfi A., 2001, *Le professioni del giornalismo*, Carocci, Roma.

Miles I., "I.T.: Information Technology", Bologna, Baskerville, 1993.

Monteleone F., *L'Emergenza Telematica: Nuovi Media, Nuovi Mercati, Nuove Regole*, Venezia, Marsilio, 1996.

N

Negroponete N., *La rivoluzione Multimediale ed il Futuro delle Telecomunicazioni*, Roma, Senato della Repubblica, 1995.

Negroponete N., *Esseri Digitali*, Milano, Sperling & Kupfer, 1995.

O

Ortoleva P., *Lo Strabismo Telematico: Contraddizioni e Tendenze della Società dell'Informazione*, Torino, Utet, 1996.

Ortoleva P., *Media Storia: Comunicazione e cambiamento Sociale nel Mondo Contemporaneo*, Parma, Pratiche, 1995.

Ortoleva P., *Mass Media: Nascita e Industrializzazione*, Firenze, Giunti, 1995.

Ortoleva P., *La Società dell'Informazione*, Roma, Anicia, 1991.

P

Papuzzi A., 2003, *Professione giornalista*, Donzelli, Roma.

Poggi, *Homo Sapiens, Homo Sapiens: le Tecnologie e lo Sviluppo*, Il Mulino, Bologna, 1991.

Poster M. (Interview with), *Community, New Media, Post Humanism*, versione on-line <http://darkwing.uoregon.edu/~heroux/2-Poster.html>, 1994.

Postman N., "Technopoly. La Resa della Cultura alla Tecnologia", Bollati Boringhieri, Torino, 1992.

Predieri P., *Verso il Terzo Millennio*, Milano, La Mandragora, 1995.

R

Rosati L., 1999, *Lezioni di didattica*, Anicia, Roma.

Reingold H., *Comunità Virtuali*, Bologna, Baskerville, 1994.



S

Sartori G. (intervista a), *Dall'Homo Sapiens all'Homo Insipiens*, in *Telega*, 1, 1995.

Servello F., *Che Cos'è la Telematica: le Nuove Tecnologie della Società dell'Informazione*, Milano, Mondadori Informatica, 1984.

Simone R., 2000, *La terza fase. Forme di sapere che stiamo perdendo*, Laterza, Roma-Bari.

T

Thompson J.B., 1998, *Mezzi di comunicazione e modernità*, Il Mulino, Bologna.

V

Valentini G., 2000, *Media village*, Donzelli, Roma.

Varley P., *A Piena Rete*, in *Technology Review*, 42, pp. 26-35, 1992.

Z

Zurla, *Comunicazione e Società: Analisi Sociologica e Nuovi Media dell'Informatica e della Telematica*, Bologna, Clueb, 1982.

W

Westin A. F., *Information Technology in a Democracy*, Cambridge (Mass.), 1971.
