

Indice

Introduzione. Produzione, circolazione e consumo del simbolico	pag.	11
1. Mediologia e comunicazione: verso una (Social) Network Society	»	17
1. Media e forme culturali	»	17
1.1. Mediologia	»	17
1.2. Comunicazione	»	19
2. Alle radici della mediologia	»	21
2.1. La risonanza nel medium tra artefatto materiale e forma culturale	»	23
3. La Rete come Macro Sistema Mediale	»	24
4. (Social) Network Society	»	28
5. Le possibilità della comunicazione	»	32
2. Identità, riflessività, esperienza	»	35
1. Cultura globale e senso: differenze di superficie e omogeneità di fondo	»	35
2. Società-mondo e media: forme dell'identità e della differenza	»	36
3. Media e identità: la riflessività come distinzione guida	»	39
4. Le condizioni di possibilità della riflessività dopo il moderno	»	40
5. L'autonomizzazione della finzione: il dispositivo <i>news/novel</i>	»	46
6. La riflessività nel moderno	»	50
7. Narrazioni medialità e osservazione di secondo ordine	»	52
7.1. Vissuto e rappresentazione	»	54
7.2. Progettare corpi	»	54
8. Riflessività connessa	»	55

3. Un nuovo senso della posizione nella comunicazione: la realtà del farsi media e i pubblici connessi	pag.	61
1. Oscillazione mediale ed elaborazione del senso	»	61
2. La realtà della mediazione comunicativa	»	62
3. Il senso della posizione nella comunicazione	»	65
4. Una nuova relazione tra comunicazione interpersonale e di massa	»	67
5. Alle radici del farsi media	»	68
5.1. Mediattivismo	»	68
6. Produzione/consumo: la realtà degli User Generated Content	»	70
7. Farsi media	»	72
8. Pubblici connessi/connessi in pubblico	»	76
9. Culture partecipative	»	77
9.1. Comunità di pratica	»	78
9.2. Comunità interpretative	»	79
9.3. Le culture partecipative	»	82
4. Pro-am: i nuovi intermediari culturali	»	87
1. Visibilità di massa dei contenuti amatoriali	»	87
2. Sedotti dal web 2.0	»	91
3. I nuovi intermediari culturali	»	93
3.1. Intermediazione amatoriale	»	95
3.2. Intermediazione da fan	»	98
4. Cultura pubblica connessa	»	100
5. Vissuti connessi	»	105
1. Rendere visibili le scorciatoie sociali	»	105
2. Identità e pratiche nei siti di social network	»	107
2.1. Costruzione del profilo	»	108
2.2. I friend come gruppo di pari e audience immaginata	»	110
2.3. La realtà della conversazione: verso una nuova “cura” della semantica	»	110
3. Prospettive multilife	»	112
6. Pubblici connessi e narrazioni transmediali	»	115
1. L’avvicinamento della galassia lontana lontana...	»	115
2. Cultura convergente e pubblici connessi	»	116
3. Narrazioni transmediali	»	117
3.1. <i>Dark Resurrection</i> : il “senso” rovesciato	»	120

3.2. Vite in <i>Flash Forward</i>	pag.	121
3.3. Perdendosi in <i>Lost</i>	»	123
3.4. Il senso della transmedialità	»	130
7. Consumatori connessi	»	133
1. Oltre il consumatore artigiano	»	133
2. Producers: quando i pubblici connessi si fanno produttivi	»	137
8. Cittadini connessi e sfere pubbliche	»	145
1. Sfera pubblica e modernità	»	145
2. Sfera pubblica tra trasparenza e opacità	»	147
3. Sfere pubbliche connesse	»	149
4. Oltre <i>WikiLeaks</i> : partecipazione e informazione condivisa	»	151
Conclusioni	»	159
Lo spirito (pubblico) del tempo	»	159
Pubblici produttivi: capitale e <i>general intellect</i>	»	160
Stati di connessione	»	162
Rappresentazione e riflessività	»	163
Riferimenti bibliografici	»	167

Introduzione

Produzione, circolazione e consumo del simbolico

Il nostro modo di abitare il mondo e di conoscerlo è sempre più dipendente da uno stato di permanente interconnessione – reale o potenziale che sia – che influisce sul nostro modo di relazionarci gli uni agli altri e di “pensare” e “realizzare” all’interno dei contesti organizzativi, educativi, informativi e dell’intrattenimento. Credo, però, che al centro delle nostre riflessioni su questo mutamento, e sulle ricadute nei diversi ambiti sistemici che ne sono coinvolti, debba esserci la consapevolezza che ci troviamo di fronte ad un passaggio evolutivo che sta producendo un processo di auto-sollevamento – *bootstrap* – della realtà. Una “nuova” realtà, un modo di abitare il mondo, quindi, di cui occorre mettere in luce più le forme di discontinuità e di messa in discussione che le continuità e le analogie. La realtà in trasformazione che dobbiamo richiamare per avviare una comprensione di quello che sta accadendo è quella delle forme simboliche della società e delle condizioni di auto-sollevamento del reale rispetto alle condizioni prodotte dalla modernità.

Con il passaggio dalla società tradizionale a quella moderna mutano infatti i modi di produzione e la messa in circolazione delle forme simboliche nella società. Assistiamo cioè ad un cambiamento dell’organizzazione sociale del potere simbolico dovuto ad un intrecciarsi evolutivo delle forme di diffusione che la comunicazione assume con la stampa associato alle dinamiche di secolarizzazione della società (Eisenstein 1979 e 1983; Thompson 1995). A metà del XV secolo ci troviamo di fronte ad una frammentazione dell’autorità religiosa e al declino della sua influenza sul potere politico; ad un graduale diffondersi di sistemi di conoscenza e apprendimento di contenuto secolare; ed al passaggio mediologico dalla scrittura alla stampa che ha comportato la nascita dell’industria dei media come base del potere sim-

bolico: è un momento caratterizzato dal sorgere dell'industria editoriale che ha implicato la nascita di nuovi centri e di nuove reti di potere simbolico fondate sulla produzione di merci – i libri/testi. Le forme di produzione, diffusione e consumo di simbolico sono così presidiate da una *mediatizzazione della cultura*:

Grazie ad una serie di innovazioni tecniche legate alla stampa e successivamente alla traduzione elettrica dell'informazione, si è prodotta, riprodotta e messa in circolazione una quantità di forme simboliche senza precedenti (Thompson 1995, p. 71).

Quello che possiamo chiederci è se oggi, a fronte di fenomeni emergenti di mediatizzazione della cultura che hanno a che fare con le culture di rete, con la realtà degli *user generated content* e degli *user distributed content*, con le prospettive teorico-pratiche del *citizen journalism* e dell'editoria online, ecc., ci troviamo di fronte ad un cambiamento delle condizioni di possibilità di produzione, distribuzione e consumo del potere simbolico. Possiamo cioè domandarci: se il soggetto collettivo di riferimento della nascita della comunicazione diffusiva è “la massa”, declinata in tipologie quali i pubblici, i cittadini e i consumatori, oggi, sotto la punta dell'*iceberg* di alcune nuove pratiche di produzione, di diffusione e di consumo, troviamo un nuovo soggetto collettivo? E quale? E la mediatizzazione della cultura, portata alle sue estreme conseguenze dal '900, quali effetti ha prodotto rispetto alle dinamiche individuali e collettive di produzione, distribuzione e consumo del simbolico? Quali mutamenti stanno avvenendo in relazione alle reti di comunicazioni pre-esistenti e alle relazioni di potere prestabilite?

Quello che sembra emergere è un terreno culturale in cui sono intrecciate in modo nuovo tecnologie, forme relazionali e apparato bio-cognitivo e che trova una sua forma corrispondente online in quelle che sono definite culture partecipative (capitolo 3). Quello che, in specifico, sembra emergere è una crescita delle forme riflessive (la cui genesi mediale spiegherò nel capitolo 2) in pubblico e in modi connessi legate alle forme di produzione, distribuzione e consumo di contenuti mediali. È questa la realtà dei pubblici connessi (vedi capitolo 3) che non solo consumano informazione ed intrattenimento ma partecipano a forme produttive e distributive elaborate e guidate da un *driver* che è quello della convergenza culturale tra media mainstream e conversazioni dal basso.

Possiamo parlare di uno *stato di connessione* che crea un ambiente mediatizzato della cultura il cui mutamento prevede una logica non dicotomica e di non contrapposizione.

Per lungo tempo nelle discipline sociologiche e comunicative hanno prevalso spiegazioni di stampo dicotomico, fondate sulla contrapposizione per comprendere il mutamento. Oggi, probabilmente, occorre affrontare una realtà della produzione-distribuzione-consumo che tenga conto delle ambivalenze, delle logiche circolari e ricompositive. Non si tratta di espellere il conflitto dalla teoria, ma di tenere conto che il terreno della conflittualità e delle forme di negoziazione si gioca su un territorio nuovo in cui non valgono logiche di contrapposizione del tipo attivo/passivo, pubblico/privato, ecc. Le cose sono più complesse di così e devono tenere conto di forme di oscillazione continua fra poli; e di principi di re-entry in cui le differenze rientrano nell'unità per differenziarla al suo interno. Così ad esempio parlare di *privacy* nei siti di social network richiede di riportare la distinzione pubblico/privato all'interno di uno spazio digitale – pensiamo a Facebook ad esempio – in cui è possibile essere pubblici in un contesto privato, con la capacità di mantenere un senso della *privacy* attraverso il controllo sui meccanismi di condivisione.

In questo senso la Rete – l'uso del maiuscolo rappresenta, ideologicamente, un ambiente complesso in cui Internet e il Web, cioè la commistione tra logiche reticolari e principi relazionali, come quelli incarnati dai cosiddetti *social media*, convivono – rappresenta un dispositivo culturale che incorpora una duplice prospettiva: una tensione fra pubblico e privato non dicotomica e al contempo un nuovo soggetto “pubblico” che produce, distribuisce e consuma con la consapevolezza di essere pubblico in pubblico. Con la consapevolezza cioè di trovarsi in un ambiente in cui i legami, le relazioni e la possibilità di rivolgersi ad un pubblico indistinto si intrecciano in una nuova commistione che produce modi rilevanti di rappresentare pubblicamente la propria sfera (di interessi, motivazioni, pulsioni, ecc.).

La realtà dei blog, dei social network, della produzione cooperativa stile wiki e dei mondi online ci mostra un ambiente della cultura mediatizzata in cui la narrazione (individuale e collettiva) si fa pratica di massa, anche, questo è vero, come vedremo, attraverso diverse forme di sollecitazione dei produttori istituzionali di prodotti mediali. Gli individui lungo il '900 hanno incorporato le logiche mediali e hanno sviluppato capacità omologhe di produzione, come spiegherò nel capitolo 3 dedicato al “farsi media”. La cultura dell'amatorialità produttiva e quella delle fandom possono dischiudere un orizzonte esplicativo interessante su questo versante – come descritto nel capitolo 4 sui nuovi intermediari culturali. Qui l'intreccio fra forme riflessive e pratiche di auto-rappresentazione creano sfide nuove rispetto agli intrecci tra senso individuale e sistemico, prospettando forme di “irritazione” – quote di turbolenza che sollecitano le reazioni del sistema

sociale da parte dell'ambiente umano – significative e consistenti, sempre meno singolari ma capaci di supportare logiche di differenza collettive.

Sul lato dei puri consumi mediali vediamo come le organizzazioni produttive abbiano cominciato ad istituzionalizzare le vie di fuga dei mondi vitali sotto forma di narrazioni transmediali (si veda il capitolo 6) capaci di imbrigliare la creatività degli individui in un piano organico nei termini del marketing che possa “sfruttare” passioni e capacità creative all'interno dei confini di sviluppo dei prodotti stessi. Eppure, si dice, troviamo anche forme di resistenza, di braccaggio testuale, di produzione e consumo tattico che sfidano continuamente le logiche di inclusione per portare l'asta della sfida sempre un po' più in alto. Ma vedremo come questa lettura ambivalente, e l'uso di un'ermeneutica del sospetto del tipo sfruttamento/dominio, sia il retaggio di una prospettiva che è stata utile per mettere a fuoco i fenomeni ma che oggi rischia di non saper osservare il senso più profondo del mutamento. Ci troviamo infatti di fronte alle tracce di una crescita di processi complessi di negoziazione simbolici e di significato tra produzioni e pubblici nella costruzione di una piattaforma narrativa comune in cui auto ed etero riferimenti ai vissuti (concreti ed immaginati) si compatibilizzano.

Sul versante delle estetiche stiamo vivendo il passaggio a quella che possiamo definire come una *estetica performativa*¹ che rende sempre più compatibile la possibilità di produrre mondi mediali e di abitarli. Nella sua forma più estrema e completa possiamo pensare alla realtà generata da un mondo online come Second Life, in cui la forma che prende l'esperienza dell'abitare è costituita da quella della produzione del/nell'ambiente digitale: farsi il proprio avatar è l'atto primigenio di ingresso, per arrivare a quello produttivo in senso stretto di oggetti e luoghi fatto a colpi di *prim*. Nella sua forma *light* questa doppia predisposizione alla produzione/abitazione si trova in un'estetica della dispersione, in cui la composizione di strategie della traccia e del frammento portano a vivere e diffondere una realtà dispersa da ricomporre: pensiamo qui ai canali di YouTube e al loro spezzettare l'immaginario contemporaneo attraverso una giustapposizione – che si rivela, ad esempio, nella ricerca di contenuti – tra frammenti di produzioni mainstream, loro trasformazioni in chiave parodistica o imitativa, remix di tracce autentiche, produzioni amatoriali di cover o remake, ecc.

Al centro della produzione di questo scenario troviamo un mutamento fondamentale: la relazione fra forme di comunicazione interpersonale e forme di comunicazione di massa si sta riarticolarlo ed assume nuove pos-

¹ Per una definizione epistemica del concetto di “performance” come logica post-rappresentazionista si veda L. Gemini 2008.

sibilità di raccordo dopo che per lungo tempo ci siamo abituati a pensarle e ad osservarle come ambiti distinti e non accoppiabili.

È lungo questa trasformazione che possiamo osservare quel mutamento di condizioni di possibilità di costruzione e circolazione dei repertori simbolici che è paragonabile alla forza trasformativa segnata dalla diffusione della stampa in Europa.

Sempre seguendo questa mutazione assistiamo alla produzione di un orizzonte di possibilità “trattato” comunicativamente attraverso meccanismi di reciprocità che gestiscono strati sempre più complessi di una contingenza che viene pensata – e trattata – in modo diverso rispetto alla modernità (come spiegherò nel secondo capitolo).

Quello che infine si produce è l’evidenza di un nuovo soggetto, dopo quello che nella modernità ha espresso bisogni che sono stati rilanciati sotto forma di desideri dai media di massa – che dobbiamo pensare come dispositivi culturali, intreccio di pratiche e *affordance* – e che è stato costruito collettivamente come pubblico attraverso un’espropriazione delle forme di rappresentazione da parte dell’industria culturale. Questo nuovo soggetto, come detto, sono i pubblici connessi. E le modalità di riappropriazione delle forme di rappresentazione sono al centro di una nuova articolazione del rapporto fra il senso soggettivo e quello sistemico. I territori del consumo (capitolo 7) e della politica (capitolo 8), così come quelli dell’intrattenimento (capitolo 6) e i nostri stessi vissuti quotidiani (capitolo 5) rappresentano luoghi di osservazione per capire questa trasformazione.

Ringraziamenti

Questo volume è il punto di arrivo di una serie di riflessioni che hanno caratterizzato i miei anni ’00 e le connessioni che ho avuto l’occasione di abitare. Le idee che qui sono contenute, anche se la responsabilità di quanto scritto è solo mia, sono state discusse online e offline con un network che mi ha permesso di focalizzare meglio il nuovo spirito del tempo e la mutazione di cui mi sono occupato. Il primo ringraziamento va quindi alle mie timeline di Twitter e Facebook che mi hanno permesso di addentrarmi nei fenomeni vivi dell’online e di esplorare la consistenza di legami sociali mediati e a distanza: senza di loro non avrei percepito il mio mutamento del senso della posizione nella comunicazione. E anche a tutti i colleghi che mi hanno invitato presso le loro sedi universitarie per discutere i diversi temi di cui questo volume si occupa, stimolandomi sempre con domande pertinenti e confronti serrati che hanno alimentato con il dubbio percorsi che rischiavano di trasudare un eccessivo entusiasmo rispetto al cambiamento in atto.

Un ringraziamento particolare va poi a coloro con cui ho condiviso i momenti di divulgazione di questi temi ad un contesto più ampio di lettori. Giuseppe Granieri, complice nell’esperienza di UnAcademy su SecondLife e che mi ha coinvolto in progetti editoriali su 40K; Sergio Maistrello che mi ha guidato su Apogonline per

due anni nella rubrica settimanale “Mutazioni digitali”; Mafe De Baggis e Giulia Mentore che mi hanno coinvolto e seguito nel progetto Vodafone “inFamiglia” in cui ho cercato di spiegare ai genitori il mondo all’epoca dei social network visto attraverso gli occhi dei loro figli.

E poi le ragazze e i ragazzi del LaRiCA, laboratorio creato da Lella Mazzoli in cui siamo cresciuti nel confronto intellettuale. Con loro ho affrontato quotidianamente la realtà della ricerca e progettato modi diversi di fare formazione e didattica. A Fabio Giglietto e Luca Rossi devo molte discussioni, culturali e tecniche, sulla trasformazione del contesto nell’epoca dei pubblici connessi. Con Roberta Bartoletti mi sono confrontato lungo il corso degli anni sulle trasformazioni del consumo. A Laura Gemini devo un ringraziamento speciale per avere discusso le questioni teoriche sulla riflessività connessa e per aver seguito da vicino il mio percorso.

In queste pagine di carta è stata solo fermata momentaneamente una conversazione che continua quotidianamente negli spazi di lavoro e di tempo libero, online e offline e che racconto nel mio blog mediamondo.wordpress.com come parte di una semantica condivisa più ampia.