

I blog sono artefatti socio-tecnici
frutto della creatività degli utenti che abilitano
forme di espressione personale e collettiva,
narrazioni, percorsi di memoria e relazioni sociali.

Ripercorrerne la storia

è un viaggio volto

a scoprire come

un'idea si sia

trasformata in uno

standard che ha mutato

il modo in cui gli utenti si appropriano della rete.

Ricostruire i contorni di questo percorso significa anche

identificarne le promesse realizzate, quelle mancate

e le opportunità offerte.

**Elisabetta
Locatelli**

The Blog up

Storia sociale del blog in Italia

FrancoAngeli

Indice

Prefazione , di <i>Nicoletta Vittadini</i>	pag.	9
Introduzione	»	11
1. Un artefatto complesso	»	15
1. Cos'è un blog	»	15
2. Web studies e weblog studies	»	16
3. Il blog come prodotto culturale	»	28
2. <i>Early blogger</i>: la nascita della blogosfera in Italia (2001-2003)	»	48
1. Il contatto con la blogosfera statunitense	»	49
2. “Adeguatezza culturale” del blog	»	51
3. L’appropriazione dello strumento	»	52
4. L’ingresso nella routine quotidiana	»	56
5. Una comunità virtuale e reale	»	58
3. L’era di Splinder (2003-2006)	»	66
1. Piattaforme di blogging: la nascita di Splinder e altre storie	»	66
2. Nuove motivazioni per nuovi blogger	»	68
3. Relazioni sociali	»	72
4. La diffusione presso un pubblico di massa (2006-2008)	»	76
1. Nuove forme di appropriazione	»	76
2. La demistificazione del blog	»	83
3. Nuovi circuiti di aggregazione	»	89

5. Blog is not dead (2008-)	pag.	98
1. <i>Being social</i> : nuove pratiche di condivisione dei contenuti	»	99
2. Influencer e opinion leader	»	102
3. Autoreferenzialità	»	106
4. L'assestamento della blogosfera: alcuni casi paradigmatici	»	108
5. Tra fiducia e format	»	115
6. Il modellamento sociale dei blog	»	117
1. Il <i>Social Shaping of Technology</i>	»	117
2. <i>Social Shaping of Technology</i> e blog	»	133
3. Le routines fruttive	»	141
7. Relazioni sociali, dinamiche identitarie ed esperienza estetica del sé	»	151
1. Intimità mediata a distanza	»	151
2. Identità in rete	»	153
3. Metafore del blog	»	160
4. Funzioni del blog	»	173
5. Il blog come luogo di espressione del sé	»	177
8. Conclusioni	»	187
1. Della non separabilità quantistica	»	187
2. Personal media	»	191
3. Tecnologie del sé	»	193
4. Un luogo intrinsecamente sociale	»	195
Nota metodologica	»	197
Bibliografia di riferimento	»	205

Prefazione

di Nicoletta Vittadini

Qual è lo statuto comunicativo di un blog? Diario, testata giornalistica, bacheca aziendale, magazine tematico sul cibo o la moda. E chi è il blogger? Un esperto, uno scrittore, un abile aggregatore (di news, citazioni, immagini), un comunicatore di professione, un politico. E ancora potremmo chiederci come possiamo raccontare la blogosfera e le connessioni tra i vari blog/blogger con i media o i social network?

La sfida che si trova di fronte chiunque voglia parlare di blog è la complessità. Una complessità che si è generata nel tempo, mano a mano che le tecnologie si sono evolute; che i media e la stessa rete hanno prodotto discorsi sociali sui blog; che i blogger sono cambiati e con loro prospettive, obiettivi e stili. Alcune caratteristiche del blog sono certo rimaste costanti. Il blog è una piattaforma 2.0 e come tale – secondo quanto ci ha suggerito Tim O’Reilly – è uno spazio collaborativo, dove si intrecciano la produzione autoriale (quella del blogger) e la scrittura collettiva (quella che si sviluppa nel dialogo tra il blogger e chi commenta). Altre caratteristiche sono cambiate e il blog - nella sua multi-forme realtà attuale - costituisce un catalizzatore di molti processi e dinamiche che oggi animano il web. Ad alcuni di essi assistiamo in modo evidente.

Assistiamo a una professionalizzazione dell’attività del blogger che si esprime – ad esempio – nelle forme dei food blog o dei fashion blog. L’attività di blogging è espressione della capacità di produzione culturale degli utenti della rete ed è stata a lungo caratterizzata dalla de-professionalizzazione degli strumenti di produzione. Oggi essere un blogger trova riconoscimento non solo sul piano dei discorsi sociali, ma anche sul piano contrattuale, nel momento in cui “il blogger” è un possibile ruolo professionale. Parafrasando il titolo del volume di Andrew Keen *The cult of the amateur*, che qualche anno fa ha espresso una critica radicale al web 2.0, potremmo parlare oggi di *professionalizzazione dell’amateur*.

Assistiamo anche allo svilupparsi di una diversa forma di dialogo tra la produzione dal basso e il mondo dei media e dell’industria culturale. L’attività di blogging è stata a lungo (e per alcuni tratti lo è ancora) il luogo di una produzione alternativa alle forme e ai contenuti del mainstream. Lo sono stati i diari personali dei blogger, così come i blog destinati a ipercompetenze di nicchia o i meta blog di rassegna stampa sulle notizie dal sud del mondo o dai Paesi dimenticati, per citare solo alcuni esempi. A questo rapporto di alternatività oggi si va affiancando un dialogo sempre

più stretto che si esprime nei prodotti editoriali tradizionali che nascono dai blog (i libri pubblicati dai blogger o tratti dalle conversazioni che si sono sviluppate nei blog) o nello spazio che nei media tradizionali viene dato ai blog “istituzionali” della politica così come della cultura alta o popolare. Potremmo dire allora che il blog è una espressione del fatto che oggi *la convergenza si fa sistema*. Come indica Jenkins (2006) la convergenza è la relazione tra la produzione *mainstream* e la pressione esercitata dal basso dalla produzione guidata dagli utenti. Oggi questa pressione non è più totalmente esterna, ma si stringe al sistema della produzione della cultura.

Assistiamo, infine, anche a un processo di istituzionalizzazione dei blog all'interno delle professioni della comunicazione via web. Ai blogger – ad alcuni blogger – è stato riconosciuto il ruolo di opinion leader della rete. Come tali hanno un peso, ad esempio, nelle attività di gestione delle pubbliche relazioni digitali. I blogger sono studiati, ricercati, classificati secondo parametri che ne definiscono la capacità di agire come influencer nella diffusione di prodotti, idee o costruzione della brand reputation (Gladwell 2000). Il blog è un esempio di come i flussi di comunicazione che caratterizzano la rete oggi siano stratificati ed emergano con forza i ruoli di opinion leader orizzontale e verticale già definiti nelle ricerche sui flussi di comunicazione degli anni Cinquanta (Katz e Lazarsfeld 1955). Il peso che le reti sociali hanno nel contesto contemporaneo e la complessità delle fonti di informazione, fa emergere quella che potremmo chiamare la *rete degli opinion leader*.

Scrivere un libro sul blog significa quindi, oggi, porsi l'obiettivo di dare delle chiavi per dipanare questa complessità.

Il volume di Elisabetta Locatelli sceglie una strada salda e al contempo originale. La solidità è quella dell'approccio storico, della ricostruzione delle linee evolutive che hanno portato il blog dalle sue origini fino alla sua attuale fase evolutiva al contempo complessa e consolidata. L'originalità è data dal non limitarsi a ricostruire la storia delle piattaforme tecnologiche, o quella dei generi, o ancora quella delle figure autoriali e dei discorsi sociali sulla rete, ma dal cercare un quadro teorico che sia in grado di dare conto dell'intrecciarsi di tutti questi fili. L'originalità dell'approccio proposto in questo volume risiede nel leggere la storia dei blog come la storia di un modellamento sociale della tecnologia applicando il paradigma SST (*Social Shaping of Technology*) alle piattaforme di blogging e ricostruendo le tappe che lo portano dagli *early blogger*, all'era di Splinder, alla diffusione presso un pubblico di massa fino al dibattito attuale sulla presunta “morte del blog”.

Già perché la storia del blog non è finita. Alcune fenomenologie espressive che sono state proprie del blog oggi trovano spazio su altre piattaforme (si pensi alla dimensione diaristica di Facebook o alla forma conversazionale di una piattaforma di micro-blogging come Twitter). Cosa è morto, quindi, del blog e cosa invece è diventato il blog? Il libro che dopo queste prime pagine ha il suo vero inizio contribuisce a dare una risposta.

Introduzione

Quindici anni dopo l'invenzione del suo nome, il blog continua ad essere uno degli oggetti più vivi del web, benché qualcuno si sia più volte affrettato a dichiararne la morte. Il blog si presenta come un oggetto che ha anticipato l'evoluzione del Web da 1.0 a 2.0, portando l'utente a essere un produttore di contenuti e non più semplicemente un fruitore. In questa logica le applicazioni non sono interamente definite a priori dal produttore, ma l'utilizzatore finale ha la capacità di intervenire modificando una parte di esse in modo più o meno forte. Emerge così in modo molto chiaro la natura di «artefatto culturale» (Hine 2000) del blog, originato dalla “creatività tecnologica” completamente *grassroots* (Jenkins 2006) di alcuni utilizzatori di internet statunitensi. A partire dalla loro originale funzione di web-log, ovvero di diari di navigazione del web, di spazi in cui raccogliere link interessanti corredati da un breve commento (Blood 2002), i blog sono stati appropriati in modi molto differenti in diversi contesti, fino ad essere utilizzati sia come *User Generated Content* che inseriti all'interno degli strumenti utilizzati dai *mainstream media* (Lüders 2008). In questo contesto tecnologia e società appaiono strettamente interrelate rendendo utile chiedersi:

che rapporto c'è tra questi due aspetti - tecnologico e sociologico - dello stesso fenomeno? Che rapporto c'è, in altri termini, tra l'innovazione tecnologica che ha reso possibili i blog e i comportamenti concreti di milioni di individui che, in nazioni diverse, hanno effettivamente iniziato ad utilizzare, secondo certe pratiche, questo nuovo format comunicativo? (Di Fraia 2007, p. 20).

Rispondere attribuendo una relazione lineare causa-effetto fra la semplicità d'uso e il successo dello strumento, sottolinea ancora Guido Di Fraia, non è molto utile. Sembra invece più proficuo cercare di afferrare il complesso legame fra individuo, tecnologia e cultura (Rivoltella 2003), rifacendosi ai discorsi con cui la tecnologia viene semantizzata e riempita di senso.

Interpretare il blog come artefatto tecnologico consente di mettere a tema questa relazione e di aprire la «black box» della tecnologia (Williams, Edge 1996) andando a ripercorrere i fattori che hanno contribuito al modellamento dell'oggetto secondo la lezione del *Social Shaping of Technology*, paradigma nato per artefatti materiali e consistenti e applicabile in modo efficace anche a oggetti la cui natura è al confine fra l'artefatto e lo strumento di Comunicazione Mediata da Computer (Computer-Mediated Communication, CMC) (Baym 2006) come il blog.

Dal desiderio di approfondire tale legame nasce il lavoro di ricerca presentato in questo volume avviato nel 2005 con il percorso svolto per la tesi di dottorato¹ e proseguito in questi anni con ricerche e analisi in cui accanto ai blog l'oggetto di studio sono stati i social network. Pur nella consapevolezza di indagare un campo in continua evoluzione e non esauribile con un'unica trattazione, l'obiettivo è quello di riuscire a delineare il senso di una sua porzione specifica.

La scelta è stata quella di concentrare l'attenzione sull'aspetto microsociale del fenomeno, andando a ricostruire una «biografia dell'oggetto» (Kopytoff 1992) nel nostro Paese e scegliendo come «gruppo sociale pertinente» (Bijker, Pinch, Hughes 1989) su cui concentrare l'attenzione della ricerca gli autori dei blog, ovvero i blogger. All'interno di questo processo essi svolgono, infatti, un ruolo di primo piano poiché contribuiscono non solo a creare l'artefatto blog ma anche a definirne lo statuto e l'assetto.

Sempre in questa direzione, si è deciso di selezionare fra le tipologie di blog esistenti i blog personali, intendendo con questa definizione blog redatti da una sola persona con diverse finalità, dal racconto diaristico all'annotazione di appunti. L'obiettivo di ricerca è stato dunque quello di mostrare come gli autori, il contesto del web e i processi di relazione e contaminazione con altri spazi online abbiano avuto un ruolo nel determinare l'assetto finale dell'oggetto.

Proprio perché concentrata sulle dinamiche di appropriazione personale del blog, quasi oggetto di un processo di “addomesticamento” (Silverstone, Hirsch 1994; Silverstone 2005), è stata scelta per la ricerca una metodologia qualitativa, particolarmente adatta a indagare nuovi territori (come lo era il blog al momento dell'avvio della prima fase di ricerca) dove l'indagine sia guidata da ipotesi, categorie e concetti (Ricolfi 1997) e sinergica con un approccio ermeneutico (Jensen 2002). L'adozione di una metodologia di stampo qualitativo ha permesso di comprendere non solo le istanze di modellamento sociale riferite alla struttura e al design dello spazio virtuale, ma anche le motivazioni e i significati simbolici attribuiti a questa esperienza, facendo quindi dialogare il paradigma del *Social*

¹ E. Locatelli, *I Blog Personali. Pratiche d'uso e Modellamento Sociale*, Università Cattolica del Sacro Cuore, XX ciclo, a.a. 2006/07, Milano. Tutor proff. Fausto Colombo e Nicoletta Vittadini.

Shaping of Technology con quello della *domestication*. Dati emersi e teorie sono stati oggetto di un processo interpretativo che ha consentito di precisare lungo la ricerca gli obiettivi e di affinare gli strumenti più idonei per raggiungerli analogamente a quanto proposto dalla *Grounded Theory* (Glaser, Strauss 1967; Strauss, Corbin 1990; Charmaz 2000). Strumento principe della ricerca è stata l'intervista qualitativa semi-strutturata a blogger affiancata dall'analisi dei blog, condotta con una metodologia di stampo semiotico, l'osservazione partecipante a raduni di blogger e la raccolta di documenti (articoli, post di blog, saggi) inerenti la prima fase di sviluppo dei blog stessi. Ampia attenzione è stata dedicata anche all'osservazione dell'evoluzione del contesto web in cui i blog si sono diffusi.

Un valido ausilio per comprendere il fenomeno del blog è stata la sua interpretazione come prodotto culturale (Griswold 1991; Colombo 2001b, 2003) che ha permesso di mettere in luce le dimensioni che lo compongono a livello macrosociale. Questo tema sarà oggetto del primo capitolo che avrà anche il compito di fornire il contesto degli studi sul web, filone in cui si pone questa ricerca.

I capitoli due, tre, quattro e cinque saranno invece dedicati alla ricostruzione della storia sociale del blog in Italia, ovvero una storia ricostruita prevalentemente attraverso le voci dei blogger stessi. Il secondo capitolo si occuperà della fase in cui i blog hanno iniziato a diffondersi in Italia (2000-2003), il terzo alla prima fase di consolidamento legata strettamente alla creazione di Splinder, la prima piattaforma in lingua italiana (2003-2006). La diffusione al pubblico di massa (2006-2008) sarà invece oggetto del quarto capitolo a cui seguirà, nel quinto (2008-), un tentativo di tracciare alcune linee evolutive del blog in Italia attraverso la ricostruzione di casi esemplari.

Gli ultimi due capitoli saranno dedicati a un'ulteriore rilettura interpretativa dei dati raccolti. Il capitolo sei illustrerà la pertinenza dell'applicazione del paradigma del *Social Shaping of Technology* al blog, mentre il settimo sarà dedicato a temi centrali della riflessione sociologica sul web, quali l'identità, le relazioni sociali, gli elementi immaginativi legati alla tecnologia e alla rete, e il rapporto fra blog e narrazione.

Spetterà alle conclusioni fare una sintesi di questo lungo percorso provando a mettere a fuoco cosa sia oggi l'essenza del blog e quali siano i suoi tratti definitivi.

Ringraziamenti

Il percorso di ricerca e stesura di questo libro è stato appassionante e complesso ma soprattutto non è stato un viaggio solitario: in tanti hanno contribuito alla sua forma finale discutendone i contenuti, avanzando suggerimenti, esortandomi a proseguire.

In particolare vorrei ringraziare Nicoletta Vittadini per la presenza costante di acuto stimolo intellettuale e di paziente incoraggiamento con cui mi ha accompagnato in questo anni; Fausto Colombo per aver reso concreta la possibilità di pubblicazione di questo libro e per le indicazioni di ricerca.

Vorrei inoltre ringraziare: tutti i colleghi dell'Osservatorio sulla Comunicazione, Piermarco Aroldi, Simone Carlo, Andrea Cuman, Angelica Dadomo, Giovanna Mascheroni, Daniele Milesi, Maria Francesca Murru, Francesca Pasquali, Barbara Scifo, Matteo Stefanelli, Silvia Tarassi per la condivisione delle esperienze di lavoro, di vita e per le tante discussioni aventi come oggetto, croce e delizia della nostra attività accademica, le sfide della ricerca sui/con i social media; Giovanni Boccia Artieri per aver reso possibile la pubblicazione del libro e per aver contribuito, con Luca Rossi e Fabio Giglietto, con spunti e riflessioni a farmi ragionare sullo sviluppo dei blog e dei social media in Italia; Michele Sorice per il supporto offerto durante lo svolgimento delle interviste a Roma, Davide Bennato per avermi aiutato a reperire fonti altrimenti introvabili e Andrea Gelpi per la consulenza nelle traduzioni dall'inglese.

Ringrazio inoltre tutti i colleghi del dottorato in Culture della Comunicazione e del Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo, fra cui Francesco Casetti, Ruggero Eugeni, Mariagrazia Fanchi, Armando Fumagalli, Chiara Giaccardi, Sara Sampietro, Matteo Tarantino, Marco Tomassini, Simone Tosoni, con cui ho avuto modo di collaborare a diverso titolo, per il costante e onesto confronto intellettuale.

Roberto Diodato per la squisita disponibilità al confronto sul tema del virtuale fra estetica e sociologia.

Tutti i blogger che hanno accettato di partecipare alla ricerca e che hanno contribuito alla sua riuscita con la loro voglia di raccontarsi e di farmi entrare nel loro mondo.

Un grazie sincero infine va alla mia famiglia e a tutti gli amici che sostengono il mio lavoro.