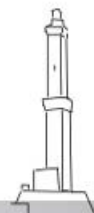


 **in edita** *blog*
salone dell'editoria libraria
musicale e multimediale

Genova 2-5 febbraio 2006

Convegno: "I Blog: la rete relazionale"



**ABSTRACT E RELAZIONI della sessione "Blog & Blogger"
5 febbraio 2006**

Chairman
Marina Bellini
Mitì Vigliero

**Tecniche di progettazione di un quagliodromo.
Grammatiche del gioco e dello sguardo nei blog**

Matteo Pelliti
<http://maestro.blog.tiscali.it>
<http://giocatore.splinder.com>

Il blog. Uno spazio di sperimentazione narrativa

Antonio Zoppetti
<http://zop.splinder.com>

Kevin Bacon e l'autoreferenzialità dei blog

Zuck
<http://zuck.splinder.com>

**Come è cambiato il rapporto tra lettore e scrittore e come sono cambiati i
dibattiti letterari con l'avvento dei blog**

Maura Gancitano
<http://www.maura.splinder.com>

Blog e statistiche: come orientarsi, cosa guardare

Marco Cilia
<http://blog.tambuweb.it>

La penna: un oggetto misterioso. Come un Blog.

Massimo SdC
<http://saltodelcanale.net>

Le cattedrali dei media e i bazaar dei blog

Stragatto
<http://notturnodallitalia.splinder.com>

Blog: c'è vita lì fuori

Tiziana Cerquetti
<http://tittyna.splinder.com>

Blog vs. cinema vs. internet 2.0. (?)

Rob Bernabò
<http://cinemavistodame.splinder.com>

I BLOG E LA VISIONE FIDEISTICA DELLA RETE (3.0)

William Nessuno
<http://williamnessuno.splinder.com>

**Not only gluten-free
La Celiachia nel quotidiano tra pentole e provette**

Letizia Saturni
<http://www.notonlyglutenfree.org>

Reti relazionali: blog e aggregazione

Giulio Pianese, ovvero Zu
<http://giuliozu.blogspot.com>

La Rete, i blog e la micromarca globale

Antonio Tombolini
<http://blogs.simplicissimus.it>

Gatto di Schrodinger2

Mauro Marcenaro A.K.A. Bob Desnos

<http://www.acrilico.org>

<http://www.redenzione.net>

I blogs tra incultura e informazione alimentare

Gianna Ferretti

<http://www.trashfood.com>

Tecniche di progettazione di un quagliodromo. Grammatiche del gioco e dello sguardo nei blog

Matteo Pelliti

<http://maestro.blog.tiscali.it>

<http://giocatore.splinder.com>

1. Il blog è una grammatica? Io non sono capace di addentrarmi nel dibattito su COSA sia un blog. Posso dire, però, dal mio punto di vista, che NON è un "genere letterario". Molto banalmente è uno strumento, **un modus**, una modalità espressiva. Ed è un modus che si presenta come una grammatica, un insieme di regole. O meglio, spesso si presenta come una iper-grammatica: come se il blog fosse l'esperienza di una regola, di una modalità, di un metodo. **Una regola che si mostra applicandosi e si applica mostrandosi.** Da questo discende la fortuna che i giochi (che sono insiemi di regole) ottengono all'interno della scrittura dei blog (tutta l'esperienza di Zop lo dimostra, dal festival dadista all'indietro negli anni; oppure i vari blogrodeo, i lapallissiani, o i maltusiani, o anche le invenzioni dei "cartografi folli").

2. Un esempio di "grammatica del gioco" è il concorso **Scrivere l'essenziale** (<http://www.scrivilessenziale.splinder.com/>) : un concorso/gioco estivo condotto da due anni sotto lo sguardo profetico di Borges: il poeta ci ricorda cosa sia l'essenziale e quanto ne va perduto ogni volta che cerchiamo di scrivere o di scriverne.

"La storia che ho narrato benché finta può ben raffigurare il maleficio di noi che esercitiamo il mestiere di trasformare in parole la nostra vita.

Si perde sempre l'essenziale. E' una legge di ogni parola intorno al nume. Non saprà eluderla questo riassunto della mia lunga relazione con la luna"¹

3. Ogni sguardo sul reale è carico di precognizioni, concetti, ricordi, "cultura". La geografia dello sguardo è la ricomposizione di tutto il bagaglio di concetti che proiettiamo e riproiettiamo sulle immagini che incontrano il nostro sguardo. I blog fotografici hanno spesso la caratteristica peculiare (il pregio) di far emergere e risaltare, portandoli a condivisione, questi aspetti di **"concettualizzazione" dello sguardo**: in questa prospettiva tutto il vedere è sempre un "vedere come". Ad essere modificate sono sia la geografia (percezione) dello sguardo di chi realizza il blog fotografico sia quella di chi semplicemente lo segue o di chi partecipa inviando foto. L'attenzione verso le immagini che si incontrano nel quotidiano è modificata dalla consapevolezza "concettuale" (un tipo di astrazione) che il blog attua. C'è qualcosa di simile, in questo procedimento, alla "filosofia" interna all'estetica Dada: i blog fotografici attribuiscono - spesso - significati nuovi ad oggetti vecchi. Molte delle biciclette abbandonate² che incontro, ad esempio, sono, in senso stretto - e "dadaista" - dei perfetti "ready made"

4. Non so come si progetta un **quagliodromo**. So solo che è una parola interessante, ed anche una metafora interessante. Si può pronunciare sia quagliòdromo sia quagliodròmo. Intanto cosa indica: "grande campo recintato per l'addestramento dei cani alla caccia della quaglia" (DeMauro-Paravia) Stessa definizione anche nello Zingarelli2004: "terreno destinato alla preparazione dei cani per la caccia alla quaglia". E' una parola fortemente tecnica e retrò, datata 1965 e costruita sul modello del più nobile "ippodromo". Mi piace perché

¹ tratto da "La Luna", in "Il Creatore" -1960-, in **J. L. Borges**, *Poesie (1923-1976)*, Biblioteca Universale Rizzoli, Milano 2004, p.109)

² <http://ciclinfelici.blog.tiscali.it/> foto, storie, racconti, suggestioni legate al mondo delle biciclette abbandonate

nessuno si sognerebbe di usarla, nessun "blogger"; o forse qualche blogger-cacciatore. Ma forse tutti i blogger sono cacciatori: **vanno a caccia delle parole capaci di dare forma alle loro necessità espressive**. L'attenzione alla forma delle parole è una sensibilità molto sviluppata in chi utilizza il mezzo dei blog: c'è la costruzione di una lingua ("pescatori di parole" diceva Pirandello) personale. Ecco, in molti c'è questa attenzione al ritagliarsi una lingua personale. E una lingua personale passa anche dal recupero, dall'invenzione di storie intorno ad una parola come "quagliodromo". E siccome un quagliodromo è, in fin dei conti, un bel recinto (come questo...) si tratta solo, infine, di sciogliere in qualche modo la metafora e di capire chi, qui tra noi, sia cacciatore, chi cane e chi quaglia.
Grazie.

"Il blog. Uno spazio di sperimentazione narrativa"

Antonio Zoppetti

<http://zop.splinder.com>

Quando, nel 2002, i blog si cominciavano a diffondere sempre più, ho notato che al contrario di altre community del web (chat, forum...) si respirava un'attenzione per la narrazione molto spiccata. Ho così aperto un blog proponendo un rifacimento degli *Esercizi di stile* di Raymond Queneau che poteva essere continuato dai lettori. La risposta dei blogger è stata entusiastica: in poco più di un anno ho pubblicato oltre 300 esercizi. Ho compreso che i blogger non erano solo degli scrittori ma che costituivano allo stesso tempo un nuovo pubblico di lettori-partecipanti. Il nuovo modo di utilizzare il blog, invece che come diario personale, mi è valso un riconoscimento alla fiera del libro di Torino (secondo premio al concorso Scrittura Mutante) e la pubblicazione del libro *Blog. PerQueneau? La scrittura cambia con Internet*. (Luca Sossella Editore, Roma 2003).

Successivamente ho continuato a inventare e proporre nuovi giochi di scrittura collettivi: Radioblog in collaborazione con radio 3, il romanzo collettivo *La donna sub*, i gialli in 160 caratteri che stanno in un sms, le poesie animate... Nell'inventare questi giochi di scrittura cerco di trarre insegnamento da grandi autori del passato che, in epoca pre-elettronica, avevano sperimentato delle narrazioni non sequenziali la cui struttura oggi potrebbe servire da guida per trovare nuove forme di scritture possibili sul web. Tra questi spicca Calvino (*Il castello dei destini incrociati* e *Se una notte d'inverno un viaggiatore*) e la sua teorizzazione dell'iper-romanzo contenuta nella *Quinta lezione americana*, a sua volta scaturita da *La vita. Istruzioni per l'uso* di Perec. E ancora, gli esperimenti dell'OULIPO o di Cortazar (*Rayuela*) e anche i lavori delle avanguardie di primo '900 (surrealisti, futuristi, patafisici...) che se avessero avuto il computer lo avrebbero utilizzato, credo, allo stesso modo in cui guardarono con interesse alla nascita del cinema.

Da queste premesse è nata la *boutade* del DADISMO un manifesto per una nuova letteratura che ha scelto il web come suo terreno espressivo, che fa il verso al dadaismo e al cubismo ma che, dietro all'ironia, contiene una direzione di ricerca che credo valga la pena di essere sperimentata sul serio.

Kevin Bacon e l'autoreferenzialità dei blog

Zuck

<http://zuck.splinder.com>

In questo intervento non si tratterà dell'autoreferenzialità dal punto di logico (che sarebbe il fatto che in un enunciato si affermi qualcosa sull'enunciato stesso), ma dal dal punto di vista topo-logico. Quindi indagheremo su cosa sono le reti in generale, che tipo di rete è il web e in che zona all'interno del web si trovano i blog.

- Cosa sono le reti

Le reti sono formate da nodi uniti da legami. Esempi sono le reti formate dagli aeroporti uniti dalle rotte degli aerei, dalle persone unite dal fatto di conoscersi e dagli attori uniti dai film che hanno fatto insieme.

Se supponiamo una rete teorica formata da un numero casuale di nodi e di link, vediamo che il numero di passi medio che ci vogliono per passare da un nodo all'altro aumenta notevolmente con l'aumentare del numero di nodi. Invece, per le reti reali, accade un fenomeno strano, il numero di passi rimane stranamente basso. Questo è dovuto alla presenza dei cosiddetti hub, nodi che hanno una gran quantità di link. A fornirci un esempio eclatante di questo fenomeno, ci viene in aiuto l'indimenticato interprete di Footloose, Kevin Bacon, e il sito della Virginia University dedicato a lui: L'oracolo di Bacon (<http://www.cs.virginia.edu/oracle/>). In questo sito, immettendo il nome di un attore qualsiasi, si ottiene il suo numero di Bacon, cioè il numero di film che occorre attraversare per unire l'attore a Kevin Bacon. Ad esempio, Johnny Depp ha numero di Bacon uguale a 2 perché ha recitato in La moglie dell'astronauta con Blair Brown che ha recitato in Loverboy con Kevin Bacon. Il blogger Beppe Grillo ha numero di Bacon 3 come anche Gilberto Govi, noto attore di teatro dialettale. Quindi la rete degli attori è una rete molto piccola, e questo è merito degli hub, attori che hanno fatto non solo una grande quantità di film, ma anche molto variegati. Un esempio di hub appena incontrato è Eli Wallach, un hub che unisce gli attori italiani e quelli americani, avendo fatto molti film sia con gli uni che con gli altri.

Per trovare un attore con numero di Bacon maggiore di 3, bisogna avventurarsi in film non proprio raccomandabili: Zensà Raggi ha numero di Bacon 4

Questo perché gli attori porno, pur facendo un sacco di film, non hanno frequentazioni con attori di diverso genere.

- Che tipo di rete è il web

Il web (formato dalle pagine legate dai link) è una rete diretta perché i link non sono bidirezionali. Questo divide i nodi in tre gruppi, quelli che hanno link entranti e uscenti, quelli che hanno solo link entranti e quelli che hanno solo link uscenti. Questo divide la rete del web in grandi zone che possiamo chiamare: Continente in la zona con pagine che hanno solo link uscenti, continente centrali con pagine che tutti e due i tipi di link, continente out con pagine con solo link entranti. In più ci sono delle isole, che sono le zone formate da pagine che si linkano solo fra di loro. La zona autoreferenziale è formata dal continente out e dalle isole, poiché, una volta capitati su questo tipo di pagine, non possiamo più uscirne.

- Dove sono i blog?

I blog hanno soprattutto link uscenti verso altri blog e altre pagine. Mentre i link entranti verso i blog sono soprattutto da parte di altri blog. Questo fa sì che, topologicamente, i blog non siano autoreferenziali, appartenendo principalmente al continente in.

**“Come è cambiato il rapporto tra lettore e
scrittore e come sono cambiati i dibattiti
letterari con l'avvento dei blog”**

Maura Gancitano

<http://www.maura.splinder.com>

Fino a pochi anni fa, un lettore che viveva in provincia poteva contattare un autore solo scrivendogli, e spesso non riceveva risposta. Era raro (lo è ancora adesso) che gli scrittori andassero a presentare i loro libri nei piccoli paesi, soprattutto al Sud.

Con l'avvento dei blog e dei siti letterari, il rapporto tra scrittore e lettore è stato necessariamente rinegoziato. Nonostante sia ancora difficile valutarla con sicurezza, è evidente che questa relazione non è mai stata così paritaria. Gli scrittori che gestiscono un blog possono conoscere i propri lettori, discutere con loro, incontrarli anche fuori dalla rete, e in definitiva avere dei feedback immediati su quello che scrivono, dando eventualmente spazio a testi scritti da altri. I lettori, dal canto loro, hanno la possibilità di abbattere le distanze geografiche e di avere un contatto quotidiano con gli autori.

Purtroppo la gestione di un blog è un impegno gravoso, talvolta bisogna sostenere anche dei costi (la registrazione del dominio, per esempio, nel caso in cui non si tratti di piattaforme che offrano la possibilità di averlo gratuitamente), per cui solo pochi scrittori sono disposti a sobbarcarselo.

Lo svantaggio che un blog di questo genere può presentare è costituito dal fatto che chi lo gestisce ha comunque una posizione di superiorità rispetto a chi legge, e quindi può decidere cosa pubblicare, con quale frequenza, ed eventualmente può anche scegliere di eliminare i commenti dei lettori.

Un'altra conseguenza dell'avvento dei blog è stata indubbiamente la nascita dei dibattiti letterari on-line. Nonostante inizialmente ci fosse un atteggiamento diffidente nei confronti di questa nuova forma di discussione, molti giornalisti si stanno sempre più rendendo conto che è in rete che hanno luogo i veri dibattiti

Mentre prima gli articoli che comparivano sui giornali venivano riportati e discussi in rete, adesso sta avvenendo il processo contrario: sempre più notizie arrivano prima sui blog che su quotidiani e riviste, e spesso può accadere che una notizia che normalmente sarebbe passata inosservata possa diventare interessante a seguito dei dibattiti on-line.

A questo proposito, si può ricordare la notizia della chiusura della casa editrice Quiritta, diffusasi dapprima su Nazione Indiana e arrivata solo dopo sulla rivista Fernandel.

Il pericolo, però, è che i dibattiti on-line rimangano un fenomeno di nicchia, e che quindi non siano visitati dai lettori occasionali e dai frequentatori abituali di Internet.

blog e statistiche: come orientarsi, cosa guardare

Marco Cilia

<http://blog.tambuweb.it>

La quasi totalità dei blogger dispone di un sistema di statistiche nel proprio spazio in rete, anche se magari poi non le guarda spesso.

I dati principali che interessano, secondo una personale indagine, sono il numero degli accessi, la provenienza geografica e il referrer.

La curiosità riguardo la quantità di accessi si spiega facilmente: c'è una leggerissima componente egocentrica, intrinseca nei blogger, e la curiosità di sapere se e quante persone leggono quel che viene pubblicato. La necessità di sapere se questi accessi salgono, scendono o sono costanti nel tempo e infine una funzione di diagnostica del blog: se ad esempio ci si accorge che il numero di accessi si dimezza può essere che il sito sia offline per periodi di tempo abbastanza lunghi di cui non ci accorgeremmo altrimenti.

Il referrer è utile per sapere chi ha messo un link al blog e con quali parole chiave esso viene trovato sui motori di ricerca. Riguardo quest'ultima casistica esiste addirittura un'intera "sottocultura" fatta di post ironici e meno ironici, con la quale quasi tutti i blogger hanno fatto i conti prima o poi nella loro vita on line, da spettatori o da protagonisti.

I sistemi di statistica, come ogni cosa informatica a questo mondo, si dividono in due grandi categorie: sistemi a pagamento e sistemi gratuiti. All'interno di ciascuna delle due categorie esistono poi sistemi basati sui logfile (file di testo che vengono generati dal webserver e memorizzati sul computer che ospita il blog), sistemi da installare sul server o sul blog (tipicamente basati su database e linguaggi evoluti di scripting lato server) e infine sistemi basati su un codice javascript che viene eseguito dal browser del visitatore ogni volta che richiede una pagina del blog e che invia le informazioni al sistema di statistica.

Il mio consiglio è di basarsi su questi ultimi due, perché sono esenti dal problema del "referrer spam" e perché sono abbastanza facili da installare, soprattutto quelli basati su javascript. Indipendentemente dal sistema che si sceglie, è buona norma avere un sistema di statistiche con parecchi grafici. Il colpo d'occhio di un grafico, specie i primi tempi, permette una comprensione facile e immediata del dato rappresentato, e ci permette di capire quali sono le curiosità che eventualmente vorremo approfondire.

Un caso esemplare di sistema di statistiche javascript è Google Analytics, lanciato da poco dal noto motore di ricerca e vittima del suo stesso successo nei primi mesi di vita fin qui affrontati.

I motivi per cui scegliere Google Analytics sono molteplici:

- perché è un sistema che produce dati di base, ma anche dati avanzati. Quindi se un giorno ci si accorgesse che si vuole sapere un dato che prima non veniva guardato, si potrebbe anche analizzarlo nel passato, cosa non vera se si approdasse al sistema di Google in un secondo tempo.
- perché sino a qualche mese fa il sistema era noto come Urchin 6, e costava 400\$. Google l'ha acquisito e lo offre gratis, ma ha le stesse funzionalità del prodotto da 400\$
- perché è in italiano, e ha un help abbastanza esaustivo. Ogni pannello è corredato da una spiegazione del significato delle varie colonne, e l'assistenza online risponde sempre, nel giro di qualche giorno.
- perché permette stratificazioni di analisi anche molto dettagliate. Si può interrogare e sapere quanti visitatori sono arrivati dalla sola Norvegia, in un anno, soltanto tra le 4 e le 5 del pomeriggio e provenendo da una ricerca con Yahoo con la chiave "blog tambu".
- perché è integrato con ADSENSE e ADWORDS, i due strumenti che Google mette a disposizione per guadagnare col blog. Tramite Google Analytics si può capire quante visite hanno portato soldi, con quali click e per quali parole chiave, quali sono i link più cliccati e quanto ognuno fa guadagnare, e così via...

"La penna: un oggetto misterioso. Come un Blog."

Massimo SdC

<http://saltodelcanale.net>

"E poi è finita a tarallucci e vino"

Questa la simpatica e scherzosa accusa rivoltami dall'[amico Antonio](#). Ad essa rispondo con identica simpatia riproponendo qui con **brutale sintesi** quanto brevemente sostenuto:

1. Il mistero non è nella penna ma in chi scrive. *Ergo*: è inutile perdere *tempo* a discutere su cosa sia la penna (o un microfono, od un *Blog*), mentre è assai più interessante occuparsi del mondo misterioso di chi scrive e di cosa/come viene scritto. Magari anche dai **commentatori potenziali** che in quel momento hanno avuto la pazienza di ascoltarmi.
2. Chi scrive manuali su "come si fa un Blog" lo fa presupponendo erroneamente che "fare un Blog" sia cosa complicata, ma così non è. *Ergo*: se si dice che un Blog è cosa complicata è solo per dare l'opportunità ad alcuni di **scrivere noiosi manuali** (magari anche complicati) sui Blogs. Meglio, decisamente meglio e più semplice aprirlo un Blog, piuttosto che leggerne su di un manuale.
3. I termini inglesi (ab)usati per definire alcune caratteristiche dei Blog (termine Blog compreso) sono decisamente brutti. *Ergo*: o qualcuno mi convince che "**link**" non è un termine esteticamente brutto e freddo, oppure io continuerò a preferire un termine decisamente più bello e "caldo" come "**legàme**".

In conclusione, non so se è finita a *tarallucci e vino*, ma di sicuro chi ha avuto orecchie per intendere ha inteso. Gli altri avrebbero comunque continuato a mangiare tarallucci e bere vino qualsiasi cosa venisse detta. E quindi, credo, va bene anche così. Comunque.

Le cattedrali dei media e i bazaar dei blog

Stragatto

<http://notturnodallitalia.splinder.com>

Eric Raymond è un "iniziatore" e un contribuente alla realizzazione di vari software di base riguardanti i protocolli di posta elettronica: ma è più noto come l'autore di un saggio rivoluzionario: "**La cattedrale e il bazaar**".

Raymond, che pure da dieci anni si occupava di sviluppo software, credeva che "il software più importante (sistemi operativi e strumenti davvero ingombranti come Emacs) andasse realizzato come **le cattedrali**, attentamente lavorato a mano da singoli geni o piccole bande di maghi che lavoravano in splendido isolamento".

Ma a un certo punto dovette ricredersi:

"Chi avrebbe potuto pensare appena cinque anni fa che un sistema operativo di livello mondiale sarebbe emerso come per magia dal lavoro part-time di diverse migliaia di hacker e sviluppatori sparsi sull'intero pianeta, collegati tra loro solo grazie ai tenui cavi di Internet? Certamente non il sottoscritto".

Dovette cambiare opinione quando scoprì il modello "**bazaar**", per intenderci quello usato dai seguaci entusiasti di Linus Torvalds e consistente in una collaborazione distribuita, volontaria e patetica, in cui tutti hanno la possibilità di controllo su tutto, e decise di provarlo lanciando il progetto di un software di trasporto per la posta elettronica.

E fu un successo ben al di là delle aspettative.

Questo convinse definitivamente Raymond, al punto che volle analizzare quali fossero i punti di forza attraverso i quali il modello "bazaar" riusciva a surclassare, in termini di rapidità e accuratezza, il metodo "cattedrale".

In effetti, basterebbe riuscire a liberarsi del paradigma "cattedrale" per riconoscere immediatamente questi punti di forza:

- 1) Volontarietà: nessuno fa quello che non gli piace fare, e quindi quello che fa lo fa presto e bene per quanto è nelle sue possibilità'
- 2) Interattività: possibilità di scambio veloce di idee e informazioni
- 3) Pariteticità: tutti hanno ugual diritto di intervenire e di collaborare.
- 4) Tempestività: tutto è disponibile in tempo reale.
- 5) Simultaneità: un problema può avere diverse soluzioni: se queste si presentano contemporaneamente e da varie fonti, sono più facili e immediati il confronto e la scelta della soluzione migliore.
- 6) Pubblicità dei meccanismi: ciò che è pubblicamente disponibile mentre è in corso d'opera è più facile da commentare e - se è il caso - da correggere.

Bene, il saggio di Eric Raymond ha ormai compiuto gli otto anni, e comincia ad essere recepito: Netscape è stato sostituito da Mozilla, Sun Microsystems si è aperta alla collaborazione degli sviluppatori volontari, Apple si è

spostata su un sistema operativo che permette l'uso di software libero, IBM e HP forniscono server con sistema Gnu-Linux, e unica roccaforte a difesa strenua della cattedrale è rimasta Microsoft.

Certo, è stata la rivoluzione internet ciò che ha reso possibile il superamento del paradigma "cattedrale" e lo sviluppo del modello "bazaar", ed è quindi ovvio che la rivoluzione sia avvenuta per prima nel campo del software. Ma se riguardiamo un attimo i punti di forza del bazaar sopra elencati ci accorgiamo che sono di carattere generale e applicabili a qualunque genere di elaborazione delle informazioni.

Continuiamo allora con un piccolo esercizio:

- 1) La televisione: è una cattedrale o un bazaar?
- 2) I giornali: sono cattedrali o sono bazaar?
- 3) Il web statico: è una cattedrale o un bazaar?
- 4) E infine: la blogsfera è una cattedrale o un bazaar?

La conclusione mi pare evidente: la rivoluzione internet, signori, continua a camminare, in tutti i campi dell'informazione. Il blog è lo strumento che rende disponibile a tutti il bazaar in cui è possibile scegliere e proporre informazioni di ogni genere, con velocità, agilità, controllabilità, interattività che non sono nemmeno pensabili nel caso delle cattedrali dei media tradizionali.

Il bazaar è aperto 24 ore su 24, non ha orari e la merce è sempre nuova: abbiamo possibilità di scelta, siamo padroni di noi stessi, e sta a noi scegliere per il meglio, ma anche produrre merce di qualità. Vedremo se ne saremo capaci, come ne sono stati indubbiamente capaci gli sviluppatori volontari di software libero.

Blog: c'è vita là fuori

Tiziana Cerquetti

<http://tittyna.splinder.com>

Prima di tutto mi presento: mi chiamo Tiziana Cerquetti, sono conosciuta in rete come Tittyna, e sono blogger da due anni esatti. Aggiorno irregolarmente un blog su splinder, uno su clarence, ho una rubrica settimanale su Mentelocale.it, ho lasciato segni sulla e-zine Kinglear, su Musicaos, ed ho pubblicato un racconto nell'antologia edita da Lietocolle "Tua, con tutto il corpo".

Detto questo, che non è molto ma è sufficiente per darvi un'idea, devo passare a spiegare per quale ragione una come me, che non ha particolari conoscenze tecniche, che non sa fare praticamente altro che usare un programma di videoscrittura e navigare sui siti pre-inseriti nei preferiti, si trova qui, tra persone che il web lo conoscono profondamente, ed in particolare sanno come usare un blog.

La ragione è molto semplice. Per due motivi: il primo è che ho amicizie importanti ☺. Il secondo è che devo raccontarvi una storia, che alla fine è per raccontare storie, che ho aperto un blog:

Arrivò il giorno, per l'uomo primitivo, di occuparsi concretamente del problema della riproduzione. Così, incuriosito dai post realizzati da altri nelle loro blogcaverne su quanto fosse necessario, divertente e utile riprodursi, si mise ad osservare stili e metodi delle altre specie animali.

Osservò gli uccelli, e non ci capì molto. Osservò gli insetti, e anche lì non ottenne grande aiuto. Poi, passeggiando per la campagna, vide pascolare un gregge di pecore. Incuriosito, sedette sotto un albero e si mise a studiarle con estrema attenzione. Fu come accendere la luce. In un lampo tornò alla sua grotta e subito incise sulla parete un videopost che illustrava la posizione appena vista. Poi invitò la sua unica lettrice, la sua femmina, a porsi in quella curiosa posizione. L'accoppiamento riuscì benissimo, con reciproca soddisfazione delle parti e totale risoluzione del problema.

La cosa andò avanti per un po' fin quando, una mattina, la femmina con piglio deciso, convocò il maschio nella grotta delle riunioni. Accese il fuoco, gli allungò una ciotola d'acqua invitandolo a sedersi davanti a lei.

Osservò la sua espressione vacua, poi gli disse: "caro, dobbiamo parlare".

Lui, stupito da questa richiesta inconsueta le rispose: "E di cosa, amore?".

E lei: di sesso.

E lui, immediato: ma perché dobbiamo parlarne, scusa, non possiamo semplicemente farlo?

E lei, ancora: vedi tesoro, il fatto è che io, in quella posizione, sulla ruvida roccia, mi sto completamente svellendo la pelle dalle ginocchia."

E fu così, grazie al desiderio che sempre avrà la donna di argomentare, discutere, sviscerare le questioni, che alla già citata posizione della quale tutti conoscete il nome, proprio grazie all'animale artefice della scoperta, si aggiunsero tutte le altre posizioni universalmente note.

Alcuni giorni fa, a migliaia di anni di distanza da quella prima riunione di blogger, qualcuno provò a dire: Parliamo di blog.

E altri risposero: Ma perché parlarne, non possiamo semplicemente continuare a farlo?

La verità è che c'è vita, dentro e fuori dai blog, che vale la pena di conoscere. E finché avremo voglia di viverla e raccontarla, di goderla e di scriverla, allora avrà senso avere un blog, a prescindere dal supporto, che sia una parete di roccia, un foglio di carta, una pagina web.



blog vs. cinema vs. internet 2.0. (?)

Rob Bernabò

<http://cinemavistodame.splinder.com>

Riflessioni sulle riflessioni per il mio discorso al convegno
INEDITA

English version of this post (more or less ;-)? link [here](#)

0) Prima della premessa

Quello che è ho scritto in questo post è stato il frutto, frammentato, di riflessioni svolte fisicamente in luoghi diversi, a **Genova**. Ho cercato di raccogliere le idee per dare un senso a tante cose. In primo luogo a quella di **parlare ad un convegno sui blog, quello organizzato da InEdita l'incontro tra blogger ed editoria, che è già una cosa assai particolare**. Ma soprattutto per cercare di capire se il titolo che avevo dato al mio discorso avesse effettivamente attinenza rispetto a ciò di cui avrò, forse, intenzione di parlare domani, al convegno. Non so, infatti, se poi materialmente domani riuscirò a dire queste cose, sollecitato da tutta questa esperienza, ma lascio nel mio blog questi appunti perchè, nonostante tutto, aldilà delle mie parole parlate (quelle di domani), queste scritte le trovo abbastanza aderenti a molte delle cose che penso.



1) Premessa

Su internet il cinema è raccontato molto ed in molti modi. Il rischio, pertanto, di creare un contenuto rindodante è quasi un fatto inevitabile.

Se uno scrive un blog poi ...

A meno che ...

A meno che uno non decida d'avere una linea editoriale precisa.

2) Gli inizi

Quando ho iniziato a scrivere il mio blog, nel maggio del 2004, non avevo ancora un'idea precisa. Ma, paradossalmente è stato proprio il rendermi conto che era necessario avere realmente qualcosa da dire, che mi ha naturalmente **indirizzato verso il cinema**. D'altra parte erano oltre 15 anni che il cinema a diverso titolo era uno degli oggetti dei miei studi (anche se non l'unico), e, sicuramente, quello prevalente delle mie **passioni** (se si fa, ovviamente, eccetto per la birra, il vino, soprattutto rosso, e le donne ... ma sempre come oggetto di studi ;-)

E' infondo la passione quella che ci spinge verso livelli progressivi di conoscenza e ciò vale per tutti gli ambiti dello scibile umano.

Ho iniziato con i libri. Tanti, forse troppi. Rapporto tra cinema e psicoanalisi. Ibridazioni tra cinema e romanzo (una sorta di ossessione). Rapporto tra cinema e realtà. Rapporto tra cinema e storia. Manuali di sceneggiatura (assolutamente inutili). E molti altri che volutamente tralascio. Tutti studi teorici che mi hanno spinto verso una prosecuzione. Verso, cioè, conoscenze applicative. E quindi verso corsi di sceneggiatura, a mie spese, verso le tecniche di ripresa, prima ancora che verso quelle di regia, di montaggio lineare e non lineare, abilitato dai nuovi formati digitali.



Dopo questo tipo di percorsi gnostici la prospettiva con cui si affronta l'esperienza della visione cambia, si modifica, si evolve. Quasi radicalmente. Non vorrei citare **il principio di indeterminazione di Heisenberg** secondo cui il **semplice guardare cambia i fatti ... ma insomma ...**

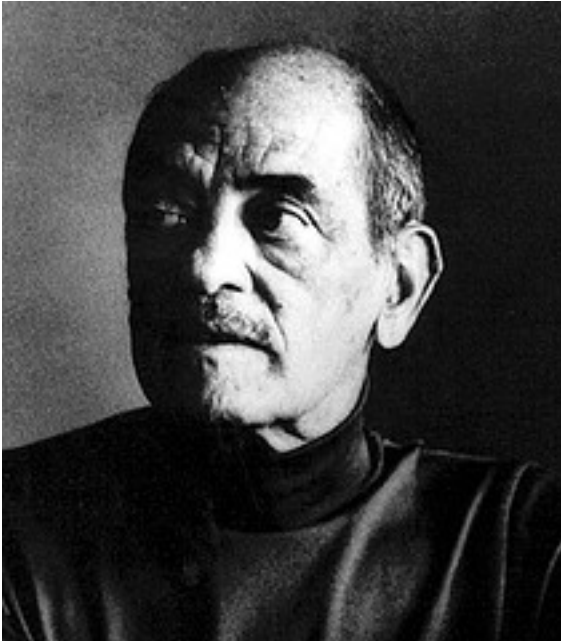
Quello che tento di dire è che il **piacere della visione** confluisce in tutti questi ambiti amplificando, a dismisura, il gusto e la voglia di saperne sempre di più.

Come sono stati affrontati e risolti i problemi di screen play?

E quelli di trasposizione nel linguaggio audiovisivo?

A tale proposito è certo interessante sapere, in questo contesto, che un film nasce scritto (lo screen play).

Ma che poi prosegue trasformandosi in linguaggio audiovisivo.



Leggendo gli scritti degli sceneggiatori, rimasi folgorato da quello di **Luis Buñuel** che diceva che il maestro anche un solo giorno prima d'incontrare il produttore lo chiamava, contava le scene ed apponeva di lato dei numeri. Sapete che cosa erano?

Il numero di riprese che gli sarebbero servite per trasporre dal letterario al filmico quella sceneggiatura e, quindi, quanti metri di pellicola doveva chiedere al produttore.

Va aggiunto che la sceneggiatura non a caso riceve premi dedicati, sia che sia originale (cioè concepita per il cinema) sia che sia non originale e cioè quando (cosa per me molto più interessante) lo sceneggiatore si è posto un problema di trasposizione dal letterario al filmico.

3) Cinema vs. Blog

Un blog di cinema deve, sempre secondo me, **aiutare a capire il cinema** attraverso la lettura dei film. Il film visto al cinema deve diventare un pretesto non solo per godere della proiezione (che voglio dire deve rimanere pur sempre il godimento principale), ma anche per comprendere meglio che il linguaggio audiovisivo si compone di segni e di codici che nei fatti cambiano da nazione a nazione e, forse, da regista a regista ed arrivo a dire da film a film, ma sì.

Esistono blogger che archiviano le recensioni in funzione del paese di produzione, mi sembra un dato interessante.

Ma **Blog vs. Cinema** significa anche, oltre che raccontare qualcosa della propria visione sul cinema, anche restituire al lettore qualcosa di se, qualcosa di molto personale attinente a noi ed alla nostra vita.

A ciò che ci restituisce la nostra unicità e la nostra dimensione d'individuo.

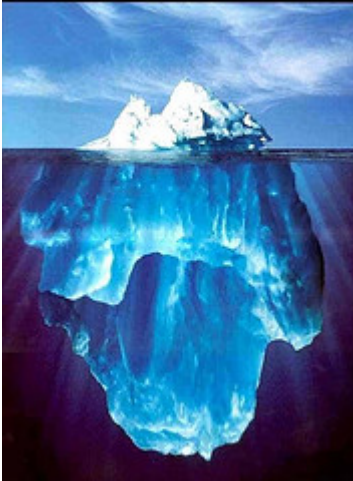
La nostra società è o di massa o individualista, ma sempre in **prospettiva anonima**.

Il blog recupera qualcosa di vintage nella peggiore delle ipotesi, ma, forse, addirittura qualcosa di scomparso, nella migliore:

L'individuo, con i suoi problemi anche se, fintamente ed abilmente, messi in relazione all'oggetto cinema.

Nel mio post su *SIDEWAYS*, e nella mia analisi circa la lateralità di eventi ed esistenti, mi è bastato, ad esempio, dire che anche io incedo con il Pinot nero, per dare al lettore qualcosa di me.

4) Dare visibilità all'invisibile



Vorrei usare a questo proposito una metafora a me cara. **L'iceberg sommerso.**

Come si può agevolmente comprendere dalla figura, la parte sommersa è nettamente superiore a quella emersa.

E' forse anche per questo che **Freud** la utilizzò come metafora dell'inconscio.

Ma i motivi che mi spingono ad usarla in questo contesto sono essenzialmente legati a due ragioni diverse, anche se complementari.

La prima.

Un blog che parla di cinema, secondo la mia prospettiva, deve fare emergere del cinema quello che del cinema non si vede assistendo ad una proiezione. In questo il mio impegno è da sempre andato sia verso comprendere io, e, quindi, condividere e restituire ai miei lettori problematiche legate essenzialmente a due ambiti:

- la sceneggiatura (screen play)
- le scelte formali inerenti il linguaggio audiovisivo

Sempre con riferimento all'opera cinematografica l'impegno che un blog di cinema dovrebbe avere, ovviamente sempre secondo me, è quello di aiutare ad aumentare la visibilità a film che per tanti motivi non ce l'hanno.

Mi riferisco al cinema indipendente ma non solo, anche a pellicole che hanno avuto storie sfortunate, difficoltà nella distribuzione.

I produttori, ma ancora di più chi ha in mano la distribuzione, e non solo in Italia, non ha coraggio, al contrario vuole vincere sempre. Non è un caso se un attore come **Massimo Boldi** annunci pubblicamente come un disgusto verso il modo con il quale viene ormai, esclusivamente direi, utilizzato dall'industria italiana.

Il cinema è un mondo complesso che non sempre premia la competenza e la qualità.

Siamo nel solito discorso del box office, ma è chiaro che i blogger devono assumersi la responsabilità, proprio perché liberi, di aiutare a fare emergere tutto questo cinema che potrebbe avere anche dei riscontri di pubblico.



Io nel mio piccolo ho cercato di farlo con film come **"Un ora sola ti vorrei"** di **Alina Marazzi** che cito a modo di esempio.

La seconda.



La seconda ragione che mi spinge ad utilizzare questa metafora è relativa al fatto che attraverso la scrittura del blog, un blogger di cinema non affina solo la sua competenza comunicativa, ma innesca l'emersione anche di cose che è la rete a dargli. Grazie al blog ho raggiunto eventi di cinema come **"Il mirto d'oro di Poggio Mirteto"** che difficilmente avrei conosciuto. Ho conosciuto pellicole che difficilmente avrei visto. Ho avuto modo di confrontarmi, anche fisicamente, con persone molto competenti, che però non hanno ruoli istituzionali nel mondo del cinema.

Non solo.

Esiste anche un qualcosa che emerge da dentro di noi.

Qualcosa che alle volte mi stupisce.

E' un quid pluris che ha a che fare con le conoscenze che ho sviluppato attraverso i miei studi sul cinema che si trasformano e si plasmano ma soprattutto si applicano nei post.

Applicare le conoscenze ha un legame molto profondo con i processi di apprendimento, e quindi quello che sostengo è che chi scrive un blog di cinema apprende anche lui da se stesso attraverso questa misteriosa quanto improvvisa connessione delle conoscenze che un post sollecita.

5) Internet 2.0.

Non amo, per tante ragioni, parlare diffusamente di quali progetti, più inerenti il cinema come linguaggio audiovisivo e non solo come critica (anche se io non mi considero un critico), il blog sta creando nella mia vita.

Diciamo solo che ci sono, e che non ci sarebbero mai state se io non avessi deciso di scrivere di cinema.

E se tale esercizio non avesse, gradualmente, abilitato un clima di cooperazione con tante persone che mi hanno aiutato e continuano ad aiutarmi ad avvicinarmi, lentamente ma progressivamente, verso il mondo del cinema girato e non di quello scritto.

Che, voglio dire, è un po' come giocare al calcio invece di partecipare, o peggio assistere, a programmi come "Il processo del lunedì", con tutto il profondo e dovuto rispetto per la trasmissione ed i loro realizzatori.

P.S.

Davvero grazie a tutti. Anche ad Ila, una ragazza diciannovenne di Livorno, che ha realizzato l'header del mio blog.

I BLOG E LA VISIONE FIDEISTICA DELLA RETE (3.0)

William Nessuno

<http://williamnessuno.splinder.com>

1- What a beautiful World this will be, What a Glorious time to be free (Donald Fagen, IGY)

Su Le Monde 2 a Novembre del 2005 è uscito un articolo intitolato "Voici l'ère des webévangélistes" (1), che mi ha colpito a due livelli.

Dapprima per le prospettive originali e diverse rispetto alle nostre dalle quali in altri paesi si guarda al web.

Poi, per l'improvvisa consapevolezza che quello che mi sembrava quasi un articolo di gossip ironico in realtà ponesse una serie di problemi profondi e interessanti.

L'articolo di **Pierre Assouline**, giornalista non nuovo al trattare tematiche di rete, inizia con questa folgorante affermazione:

"Internet era una setta il cui successo l'ha trasformata in religione".

Poi

"Etimologicamente, ciò che riunisce (relegere) e ciò che lega (religare) gli uomini tra di loro."

"Non si conosce religione che ci riesca meglio e CHE SIA PROMESSA DI UN AVVENIRE COSI' RADIOSO."

(1) *"Voici l'ère des webévangélistes" di Pierre Assouline, Le Monde 2, n.91, 12 novembre 2005*

2- No religion at all (*Billy Idol, Cyberpunk*)

Da qualche tempo mi trovavo a riflettere sulla rete -e in particolare sui blog.

Nella mia visione, da tre anni a questa parte andavano addensandosi delle perplessità; dei dubbi, delle incertezze. Non sono certo il tipo che si fa prendere dalla nostalgia del passato, specie del passato prossimo, anche se il valore del tempo nell'era della rete é palesemente precipitoso. Questo del tempo é un tema interessante, portato alla ribalta qui in Inedita Blog dall'operazione "il tempo che ho" pensata da [Massimo - Salto del Canale](#).

Ma su questo torno dopo: ora continuo sulla **PROMESSA DI UN AVVENIRE COSI' RADIOSO** propagata dalla rete e dai suoi "evangelisti".

Assouline su Le Monde 2 ci dice di come già alcuni anni fa un esponente di spicco della Apple, Guy Kawasaki, si presentasse come **"capo evangelista"**, e che in Hewlett Packard già esistessero dei **"junior evangelists"**.

Ma recentemente c'è stata la dichiarazione di **Vinton Cerf**, 62 anni, uno dei padri fondatori della Rete (secondo Pekka Himanen "IL padre di Internet"), che entrando a far parte dello staff di Google, ha assunto la carica di **"Evangelista in Capo di Internet"** (Chief Internet Evangelist).

Cerf ha dichiarato: "dato che sto per fare proselitismo per Google il titolo di evangelista in capo mi si addice perfettamente", e data la sua fama questa dichiarazione, secondo Assouline, assume ormai un rilievo assoluto.

Del resto noi bloggers italiani non abbiamo l'ottimo [Giuseppe Granieri?](#) **IL GURU?**

Presente a Inedita Ieri con le sue analisi sempre perfettamente strutturate?

Giuseppe prende questa etichetta-ruolo con ironia (me ne ha parlato anche il questi giorni, senza sapere che era già previsto ne scrivessi qui) e del resto non se l'è auto-attribuita come nei casi precedenti.

La sua visione del blog e della intera rete, e, come dice lui stesso, "le proiezioni sul futuro" risultano sempre pacatissime...

Volevo arrivare a dire -questo sarà chiaro a tutti: **se esistono dei webevangelisti, questi hanno bisogno di FEDELI.**

E questi in misura e sfumature diverse **SIAMO NOI.**

Io sono un fedele praticante ma non troppo devoto, e soprattutto spesso volte non allineato, anche se non mi piacerebbe essere definito eretico...

Si sa mai dovesse passare qualche webinquisitore...

: -)

3- Play for Today (*The Cure, Seventeen seconds*)

*"Quando il denaro diventa di per sè il fine principale,
la passione non è più il criterio essenziale per le scelte di
lavoro.*

I progetti vengono selezionati soprattutto in base alla promessa

di maggior profitto."
Pekka Himanen, "L'etica Hacker" (2)

Del resto fin dal mio primo intervento in pubblico alla **Fiera del Libro di Torino del 2004**, mentre gli altri relatori portavano le loro visioni -perlopiù tecniche o incentrare sulle potenzialità del fenomeno blog- io avevo parlato di un articolo di [WIRED](#) (3) nel quale l'intervistato affermava che **i blog non sarebbero mai diventati un fenomeno vero finché i titolari non ne avessero tratto un reddito.**

"Domanda: Ma lei ha paragonato i Blog ai CB e ai radioamatori.

Risposta: Sto solo dicendo che se non sviluppano un circolo virtuoso che renda possibile che una classe professionale lavori nei blog, possono vivere in un contesto amatoriale. Guardi, lei per scrivere su Wired viene pagato."

Questa visione mi inquietava. Un reddito. Ma come? Pagato da chi? E soprattutto: per dire COSA?

Perché una cosa ho capito in 20 anni di lavoro nei media: chi paga accampa sempre delle pretese. Ovviamente.

Avevo accennato a questo breve-articolo intervista pensando fosse un tema interessante. Sul quale riflettere.

Ma, convegno dopo convegno, mi è sempre capitato di ri-sentire le stesse visioni entusiasmanti, bIdimensionali.

Che bello il blog, che libertà ci offre, quali potenzialità ci dona.

Badate bene, condivido tutto questo. Altrimenti non sarei un bloigger. Avrei chiuso da tempo.

Ma **la chiamo "visione fideistica"**, se non si accompagna alle riflessioni critiche, anche prospettiche.

Non ci saranno altre considerazioni da fare sulla rete, oltre che esaltarne le potenzialità e la sua caratteristica di medium interattivo?

Nei convegni gli esperti di media dicono sempre: "mentre la TV e la radio vengono solo in una direzione e le cose dette sono decise dall'alto e controllate da pochi, sulla rete possiamo far passare anche la nostra parola verso chi emette un messaggio": ma che scoperta!

Il doppio senso di trasferimento dell'informazione, però, con un gioco di parole potremmo chiamarlo arma a doppio taglio.

(2) [Pekka Himanen](#), "[L'etica Hacker e lo spirito dell'età dell'informazione](#)", 2001, Feltrinelli

(3) *I'm Just saying that even if they don't develop into a virtuous cycle that enables a professional class to work in blogs, they can live on in a vibrant amateur context.*

(...) *I havent seen anything that could create the scale necessary to engender a professional blogging class in any meaningful way*
(...)

"Putting the blogs in their place", in Wired 12.04, april 2004, Intervista a Martin Niesenholtz (responsabile del Digital New York Times), a cura di Josh McHugh

4- The Ink In The Well (David Sylvian, Brilliant Trees)

Secondo me il principale **merito di Inedita Blog** é quello di aver portato alla ribalta per la prima volta gli **psicologi e gli psichiatri**, che nella mattinata di venerdì hanno finalmente fornito della rete non tanto una visione psicopatologica quanto una visione TRIDIMENSIONALE; un po' più complessa di quella fornita nella stessa Inedita dai responsabili dei media, e soprattutto dalla visione -che io definisco fideistica- del blog

che ci è stata proposta nel corso degli anni da ogni tipo di relatore.

Di solito quando qualcuno osa mettere in dubbio la fede [-come é capitato a Pescara a un autorevole giornalista, Filippo La Porta,](#) si scatena il putiferio.

Per La Porta, colpa doppia: non aver fede e essere membro della odiata categoria: la carta stampata

Attaccato in molti commenti del giorno dopo. Mentre aveva detto cose sensate, tipo che nel web stiamo riproducendo atteggiamenti simili a quelli della comunicazione di massa TV. Cosa che hanno detto anche gli psicologi a Inedita: il modello è l'esibizionismo del Grande Fratello TV, lo svelarsi all'eccesso, il voler diventare qualcuno ad ogni costo... Non importa se solo per lo sparuto pubblico dei bloggers.

"Come si fa a diventare una blogstar?", domanda veramente postami un anno fa alla Fiera del Libro da una graziosa e ambiziosa blogger-scrittrice.

Nemmeno per caso si tenta di capire se nelle parole del presunto eretico denigratore della blogpalla ci siano degli spunti che potrebbero servire a una forma di approfondimento e di nuova prospettiva su tema.

Naturalmente non vale sempre.

Io stesso ho trovato davvero stucchevole la visione del blog proclamata dall'Editore Castelvechi a Inedita, non vi ho trovato alcuno spunto di riflessione. Più o meno il suo concetto è stato questo: "In fondo i blog sono fatti da persone noiose che raccontano cose noiose: sono uscito, ho mangiato eccetera".

(Gasp. E adesso chi glie lo dice a Castelvechi della Madeline di Proust?).

Ma l'ho valutata. Almeno.

5- Faith (*The Cure*)

La frase che adesso va per la maggiore pronunciata come la grande illuminante ottimismo-verità **"il blogger é l'editore di se stesso"** è innegabile, ci mancherebbe.

Ma certamente non considera affatto quali esiti ottenga questo editore di se stesso.

Giustamente nella mattinata sulle psicopatologia uno degli psichiatri (non sono certo se La Barbera o Bollorino) ha paragonato i blog tematici a delle **FANZINE**, e ha parlato della visione limitata di chi non vuol capire di **non stare parlando al mondo ma a una piccola cerchia**, indicandola come una possibile patologia.

D'altro canto, una cosa fondamentale per un autore dovrebbe essere **VOLER** parlare a molti. Personalmente ho sempre diffidato di coloro che scrivono ma fanno spallucce e dicono che non glie ne importa niente di essere letti. Che scrivono "per se stessi".

Ma questa è una opinione personale.

Ma non basta

Potremmo anchor bearci del numero soddisfacente degli accessi e perfino dei comments, ma la pratica dello stesso blog di **INEDITA** dimostra come **il mezzo visivo del monitor porti di per sé ad una scarsa attenzione**; porti alla "lettura veloce" di impostazione americana: qualcuno in un dibattito sul tema della modalità di lettura ha parlato di "una riga su tre" (parola di blogger, ergo indiscutibile?).

Francamente come scrittore non mi accontenterei: non tanto dello sparuto numero di lettori ma della superficiale lettura delle cose che scrivo.

Si sa poi che **l'esigenza di brevità é un obbligo sulla rete**. E se mi viene da scrivere una cosa più lunga dello standard (come questa relazione ad esempio...)?

E' provato che non la leggerà nessuno.

(Mi correggo: la stanno leggendo in pochi. Grazie. :-)

A che servirebbero delle opere letterarie su carta scritte da bloggers, se non ci fosse una necessità di fissare in altro modo che non su una pagina web/monitor il lavoro considerato valido di autori/bloggers?

E' palese che serve eccome. A questo sono servite le **varie antologie** (in primis ["La notte dei Blogger"](#), Einaudi) e serve il lavoro di una piccola nuova editrice come [Untitl.ed.](#)

Poi magari dietro le cose che finiscono su carta ci sono solo le solite logiche all'italiana, scelte discutibili. Ma io non negherei che ci sia un desiderio/esigenza di pubblicazione, che non mi piace venga sottovalutato o ridicolizzato.

Ma torniamo alla visione fideistica della rete e quindi del blog.

6- Des Armes, Des Figures (Noir Désir)

Alcune sere fa parlavo di questo mio intervento con un amico dhe, già un tempi non sospetti (inizio anni 90) avevo ribattezzato **"guru"** (guarda caso...) per le sue competenze informatiche fuori dal comune: di professione oggi si occupa di progettazione illuminotecnica.

Con lui siamo subito arrivati a enucleare alcuni problemi, in due o tre minuti.

- **La libertà apparente che godiamo sulla rete é puramente illusoria**, dato che essendo collegati in rete siamo **permanentemente monitorati**, e come ha detto il professor Bollorino, un esperto può aprire il nostro computer collegato sulla rete "come una cozza" (questa espressione non é di Bollorino naturalmente, ma di un mio cugino che si occupa di sicurezza informatica, uno di quelli che ce lo sa aprire in men che non si dica).

Basata vedere Shinystat versione gratuita come sa dirci chi é stato nel nostro blog e con quale sistema operativo l'ha fatto e con che software.

La versione a pagamento ci dà l'IP preciso del computer, al quale è possibile risalire.

Non sarebbe ingenuo ignorare sempre e comunque queste tematiche nei dibattiti sulla rete?

Ribadisco: trovo curioso che a farlo debbano essere stati gli psichiatri e non lo facciano mai i nostri autorevoli esperti di Internet.

Mi è venuto in mente che un tempo esisteva la **EFF, [Electronic Fronteer Foundation](#)** che si occupava di queste faccende.

Ebbene, esiste ancora. Sarà interessante farci un salto, ve lo garantisco...



7-Smooth operator (Sade)

- Esistono il [Viral Marketing](#) e il [Buzz Marketing](#), ovvero una [pubblicità camuffata da blog](#) che spinge e indirizza il navigatore verso certi prodotti senza che lui se ne accorga.

"viral marketing is sometimes used to describe some sorts of Internet-based stealth marketing campaigns, including the use of blogs, seemingly amateur web sites, and other forms of astroturfing to create word of mouth for a new product or service."

Con l'aggravante che la versione fideistica della rete ci porta a pensare che noi no, noi siamo immuni, noi siamo abbastanza furbi da capire cosa ci induce a fare una cosa e cosa invece no, quali sono le informazioni giuste e quelle taroccate, quali sono i critici qualificati e quali no.

Mentre -si sa- quelli della TV sì che fanno il gioco sporco con i loro spot dichiarati e noiosissimi... Perché il medium a senso unico bla bla bla...

- Non è vero che la rete non è di nessuno e che è di tutti: ci sono come ha notato sempre Bollorino e diceva il mio Guru **poteri forti e multinazionali che controllano eccome.**

Controllano gli standard, controllano i motori di ricerca, controllano le statistiche, cosa guardiamo e quindi cosa potremmo consumare.

Basta registrarsi su qualunque piattaforma gratuita e ti chiedono la professione, in gusti musicali, sesso e età...

Quindi **non è vero che è tutto gratis, paghiamo con informazioni su di noi**, e poi col tempo paghiamo anche in altri modi, i primi advertisements su Splinder nella finestra comments, finché probabilmente non subentrerà la fase a pagamento se vuoi evitarli. Abbiamo assistito a questo tipo di evoluzione su altre piattaforme web, come [Tripod](#) dove a metà anni 90 si poteva costruire un sito GRATIS, ma in una seconda fase lo hanno intasato di pop-up insopportabili rendendolo quasi inutilizzabile.

- Qui si dovrebbe parlare di motori di ricerca, che indirizza le nostre ricerche sulla rete, ma dove? Dove il motore stesso ha interesse ad indirizzarla, ed è bene sapere che sui motori CHI PAGA viene messo in posizione più favorevole.

8- Visions of China (Japan)

La questione Google-Cina è stata In Inedita proposta in modo quantomeno dubbio dal peraltro assai stimato [Paolo Attivissimo](#). Alla domanda di un auditore molto (troppo) polemico verso gli Stati Uniti, dopo altre cose sui domini, Paolo ha spiegato che il problema non sono gli USA ma semmai paesi non liberi come la Cina, e che noi dobbiamo essere contenti della libertà di informazione della quale godiamo, dato che in Cina Google è censurata e non puoi trovarci le informazioni che in rete ci sono ma che al governo sono sgradite.

Ma non ha detto chiaramente che [non è il governo cinese a censurare Google sulla rete cinese, ma è Google stessa che ha accettato di autocensurarsi per non perdere l'enorme e crescente mercato cinese.](#)

Che è ben diverso. Ed è davvero, ahimè, questione di dollari. E' anche (ma non solo) per questa faccenda Cina che Google ha perso gravemente in borsa, perché ha perso l'immagine di azienda fresca e fondata da due ragazzini prodigio.

9- Money (Pink Floyd)

La logica del profitto ha la sua parte anche nella rete e mi pare assurdo che questo aspetto non venga mai affrontato. Quando l'ho fatto, riferendomi ai blog retribuiti e alle pubblicità nei Podcasts, il presidente di RaiNet Giampaolo Rossi mi ha detto **"non si deve demonizzare il mercato"**. Personalmente non ci penso nemmeno, a demonizzare. Ma nemmeno la voglio santificare o far finta che non esista perché la mia visione si manifesta come del tutto fideistica, ovvero acritica. Voglio sapere. Vorrei che anche di queste cose si parlasse. Ogni tanto. Mica sempre. Per carità. Non può essere tabù in una società liberale quale la nostra parrebbe essere.

10- Mess (New Order)

"La musica di sottofondo dei notiziari economici della CNBC è diventata ancora più frenetica di quella di MTV, e la sua estetica visuale improntata alla rapidità supera quella dei video musicali.(...)

Il messaggio che se ne ricava è che bisogna avere fretta.(...)

"Ma soltanto coloro che non devono concentrarsi sull'"adesso" per garantirsi la sopravvivenza sono in grado di preoccuparsi per gli altri.

L'eticità richiede un pensiero senza fretta."

Pekka Himanen, "L'etica hacker"

Lo stesso concetto compariva in **Jean Françoise Lyotard** già nel 1986:

"In un universo in cui il successo è dato dal guadagnare tempo, pensare ha un solo difetto. ma incorreggibile; quello di farne perdere." (4)

Mentre nella sala blog di Inedita sala veniva adombrata una verità assolutoria di Google (quindi degli USA, anche se personalmente non assocerei mai la politica di una nazione a quella di un'azienda) all'ingresso si poteva leggere in una copia omaggio del Riformista l'altra versione: diciamo quella completa. *"(...)Google (...) nella pratica ha preferito correre il rischio di indebolire la propria immagine di azienda progressista **autocensurandosi** piuttosto che quello di perdere il mercato cinese. (...)*

(Enrico Beltramini) (5)

Questo non è importante, certamente si è trattato solo di un misunderstanding, Paolo Attivissimo è invitato cordialmente a precisare quello che ritiene opportuno, ne sarò lietissimo. Ma questa cosa mi riporta alla mente un altro problema, secondo me enorme.

Chi dice la verità, quali sono le fonti, quale è la possibilità, col tempo che ho (e questo è FONDAMENTALE) di affrontare la mole stratosferica dei dati sulla rete per cercare una verità?

Non faccio queste di mestiere, no?

Non mi pagano mica per questo.

Devo fare altro per guadagnarci da vivere.

Potrei mai trovare una verità in questa massa entropica e dissonante che sta diventando il web?

Ne emergerà un raggio di luce da questa massa o piuttosto rischia di collassare su se stessa (almeno dal mio punto di vista nello spaziotempo)?

Ed é utile trovare tante (potenzialmente infinite) verità senza avere capacità-tempo di discernimento?
E non é come, in definitiva, dover scegliere a caso UNA delle varie verità? Una scelta fideistica?
Non sarà, come ha insinuato Bollorino, che ci lasciano il giocattolo, che intanto è quasi diventato indecifrabile e quindi privo di un senso?
Come scrive ancora il solito Baudrillard:

"Ci troviamo in un universo nel quale si dà sempre più informazione e sempre meno senso"(6)

Anche i blog, pur essendo un numero ancora limitato in Italia, stanno diventando una massa critica estremamente entropica dalla quale molto raramente un raggio di luce riuscirà ad emergere. Perché IL TEMPO CHE HO é limitato.

In questo momento, in questo permanente afflato di esaltazione della rete, di fronte alla visione fideistica e all'idea che si tratti di PROMESSA DI UN AVVENIRE COSI' RADIOSO, mi sembra interessante stravolgere un po' una frase di **Jean Baudrillard** tratta da **Cool Memories**, che parlava di Cosmo e non di Web:

LA SOLUZIONE A TUTTI I NOSTRI PROBLEMI SEMBRA QUELLA DI METTERLI IN RETE (7)

(4) Jean Françoise Lyotard, "Il Postmoderno Spiegato ai Bambini". Feltrinelli, Milano, 1987

(5) "Google ha fatto felici gli utenti ma gli azionisti l'hanno punita", in Il Riformista, 2 febbraio 2006
Jean Baudrillard, "in "Il Sogno della Merce", Lupetti . Milano, 1987

(7) "La soluzione di tutti i nostri problemi sembra quella di metterli in orbita".
Jean Baudrillard, Cool Memories 1980-1990, Sugarco, 1991

11- (Postille) - **Music for the Masses (Depeche Mode)**

A metà degli anni 80 ho "scoperto" Jean Baudrillard: le sue riflessioni mi spazzavano quasi sempre e mi obbligavano a riesiminarmi (per esempio la sua visione sepolcrale del Forum Des Halles, all'epoca antitetica alla mia). Ho acquistato il suo primo libro alla libreria dei Centre Pompidou in occasione della mostra "Les Immatériaux" (1), curata da Jean François Lyotard, che pure per me è stato importante ed è a sua volta stato citato nel manifesto "antientropico di cui parlo tra poco.



Da allora la frequentazione di Baudrillard è stata abbastanza costante. Nel 1988 ero molto attivo in quello che molti di noi considerano il brodo di coltura pre-internet per eccellenza, ovvero quello della **Mail Art** (per i puristi italo-foni, "**Arte Postale**"). Lì il fermento era grande, la regola era la collaborazione e si trovavano movimenti come **Fluxus**, **Neoism** e i primi segnali di **Luther Blissett**, nientedimeno.(2)
Per questo Blissett torna varie volte nel mio pensiero e nelle mie

riflessioni.(3)

In questo contesto iperattivo e ipercreativo con alcuni altri compagni di strada ho fondato nel 1988 un micromovimento che avevo battezzato "antientropia, per la precisione **"Antientropical League"**, il cui manifesto iniziava con questa citazione di Baudrillard:

"...Mais la masse n'est pas un lieu de négativité ni d'explosion, c'est un lieu d'absorption et d'implosion." (4)

Anche se Baudrillard si riferiva alla massa intesa come "massa di persone", dal seguito del manifesto si percepisce che noi "antientropici" (in particolare io in quanto estensore del manifesto) avevamo fatto slittare il concetto di "massa" verso quello di "comunicazione di massa":

1- Se l'atto di comunicazione nel sistema dei media di massa è un fatto anergico ed entropico, un atto che lo alteri, capovolga, cancelli, annulli o neghi è fondamentalmente antientropico.

2- La negazione di un atto di comunicazione di massa è un atto antientropico.

La negazione estetica di un atto di comunicazione di massa è un atto artistico antientropico.

3- L'arte antientropica può concretizzarsi nell'alterazione, nello stravolgimento o nella negazione di elementi tratti dalla comunicazione di massa. (5)

Per tutti questi anni mi è restata in testa questa concezione di "massa implosiva" legata alla comunicazione di massa: un concetto che certamente altri avranno nel frattempo elaborato meglio di me e più a fondo. O che forse avevano già elaborato prima senza che io lo sapessi. Non sono un sociologo nè un filosofo. Questo stesso concetto provo ad applicarlo non appena visualizzo un nuovo contesto di comunicazione (la rete per esempio) e me ne entusiasmo fin tanto che mi sembra aver creato un sistema "esplosivo", in espansione.

Mi insospettisco non appena si manifesta la tendenza ad emulare i media di massa e ad omologarsi: stars, provocazioni, rivalità, esagerazioni mirate alla autopromozione...

Se poi palesemente si stabilisce che un medium (la rete) è destinato a trasformarsi nell' "Ultima Frontiera" di pubblicitari ed affaristi, la cosa mi incupisce. Perchè quello è un fenomeno che per quanto riguarda la TV ho vissuto dall'interno, dal suo primo quasi divertente manifestarsi alla fine degli anni '70 fino alla soffocante situazione attuale. Il potere nato dalle TV che si propaga ovunque in un travaso, in una clonazione continui. Ma la rete si presterebbe a ben più complessi usi, che è difficile non vedere (anche) come orwelliani. La nozione di feedback e di **relazione bilaterale** non tiene conto della **trilateralità effettiva** che si dipana **tra me, il mio interlocutore/miei interlocutori e gli invisibili intermediari che non vediamo ma che vedono noi.** Questa visione potrebbe apparire paranoica, in realtà come ho già detto esistono organizzazioni come la **EEF** che se ne occupano da anni, e sono problematiche da sempre al centro delle riflessioni degli **hackers** e degli autori cosiddetti "**cyberpunk**" come **William Gibson** e **Bruce Sterling**. Perchè pare evidente la riproposizione del meccanismo potere-controllo possa dotarsi di strumenti ben più fini, parlando non solo a caso o basandosi su uno studio generico (come gli studi di target sui quali si basa la pubblicità proposta alla tv) ma anche con maggior cognizione di chi sia l'interlocutore-spiato. **"Su internet nessuno sa che sei un cane": a parte coloro che possono (potrebbero) monitorarti...** Non è detto che il futuro SIA questo, ma è bene valutare che **POTREBBE** esserlo... Ma per chiudere il cerchio con Baudrillard, nel 2000 è uscito **"Parole Chiave"** (6), che ho letto solo dopo Inedita Blog: ma nel capitoletto dedicato al "virtuale" Baudrillard scrive:

"dal mio punto di vista, io penso che ci sia un ipertofia tale del mondo virtuale che sfocerà in una forma di implosione."

12- (Postille) - Personal Jesus (Depeche Mode, Violator)

Ecco qua. A questo punto l'"estensione" del concetto iniziale non è più una forzatura...

Ma Baudrillard parla anche, incredibilmente, di una visione fideistica, due pagine indietro.(6)

"Questa poderosa presenza della virtualità, questa esibizione in senso artistico, non è in fondo una nuova scena dove gli operatori hanno sostituito gli attori? Non avrebbe allora più senso aderire alla fede di qualsiasi altra organizzazione ideologica. Ipotesi piuttosto rassicurante: niente alla fine sarebbe alla fine molto importante, e lo sterminio della realtà sarebbe già avvenuto."

Questa parte è ancora più inquietante: chi si ricorda le polemiche sul fatto che "in fondo la mia opinione vale come quella di chiunque altro" (Baudrillard compreso, per dire) di solito nasconde dietro la opinabile idea che "i giornalisti, gli scrittori (eccetera) hanno paura della rete solo perchè smunisce il loro ruolo e li equipara a chiunque altro"?

"Nel virtuale non si parla più di valore ma semplicemente di messa in informazione, di messa in calcolo, di un conteggio generalizzato nel quale gli effetti del reale spariscono."(6)

(1) - [Les Immatériaux 20 ans après](#)
- [Drammaturgia del postmoderno: note da una ricerca, di Francesca Gallo](#)

(2) Luther Blissett, "Mind Invaders". Castevecchi, Roma, 2000

(3) [Blisset e non più Blissett](#), intervista a Permario Ciani di WN, in Magnetic Metablog, 2004

(4) Jean Baudrillard, "A l'Ombre des Majorités Silencieuses", Denoël, Paris, 1982

(5) Antientropical League, "Appunti per la definizione di una Didattica Antientropica", 1988, Alessandria, autoprodotta in 100 copie.

(6) Jean Baudrillard, "Parole Chiave", Armando Editore 2002 (ed. francese Fayard, 2000)

Not only gluten-free

La Celiachia nel quotidiano tra pentole e provette

Letizia Saturni

<http://www.notonlyglutenfree.org>

La celiachia, denominata anche enteropatia glutine-sensibile o sprue celiaca, è una complessa condizione patologica dovuta a fattori genetici ed ambientali. Il fattore ambientale è il glutine, una miscela proteica che nei celiaci esercita una azione tossica sull'intestino, alterandone la struttura e la funzionalità e di conseguenza l'assorbimento dei nutrienti e lo stato nutrizionale. E' una condizione molto diffusa in Italia. L'incidenza è andata progressivamente aumentando: negli anni '80 era di 1 soggetto ogni 2-3000 persone; negli anni '90 il rapporto è diventato di 1 su 1000. Oggi è di 1 soggetto su 100-130 persone e 9 su 10 non sanno di esserlo. Questo significa che se fossimo in uno stadio con 50.000 persone: 50 sarebbero celiache e solo 50 saprebbero di esserlo.

La celiachia porta il soggetto a porre particolare attenzione ad alcuni alimenti come pasta, pane, pizza, prodotti da forno perché nella loro composizione sono presenti cereali (frumento, orzo, segale, farro, kamut, spelta, criticaled ed avena) che contengono glutine. Per le caratteristiche di elasticità, coesività

e consistenza, il glutine purificato viene spesso utilizzato dall'industria alimentare come additivo dunque va posta attenzione anche ad altri prodotti salumi, formaggi, minestre pronte, dolciumi.

Molti sono i blogs che parlano di cibo, di enogastronomia e di cucina, meno numerosi sono gli spazi informativi su temi legati all'alimentazione e ai suoi effetti sulla salute.

Dalla mia esperienza di celiaca e nutrizionista nasce il weblog "Not only gluten-free" (<http://www.notonlyglutenfree.org>).

"Not only gluten-free" informa sui progressi della ricerca scientifica nella terapia, nella diagnosi e nella sperimentazione di nuove offerte alimentari, sui cambiamenti nella legislazione, sul mercato degli alimenti senza glutine. La suddivisione dei posts in categorie, facilita i lettori nella ricerca dei vari argomenti trattati. *Etichettando*, una delle categorie, è dedicata alle informazioni sugli alimenti senza glutine, ad una corretta lettura delle etichette alimentari per guidare il celiaco ad un acquisto consapevole dei prodotti dietoterapici che recentemente sono sempre più numerosi e caratterizzati da formulazioni nuove. *Celiachia in pillole*, discute i progressi della ricerca scientifica nella terapia e nella diagnosi. *Not only gluten free* si propone come uno strumento di informazione rivolto ai celiaci e anche a tutti coloro che vogliono avere maggiori notizie su questa intolleranza alimentare al fine di colmare un vuoto informativo su questa intolleranza.

Reti relazionali: blog e aggregazione

Giulio Pianese, ovvero **Zu**

<http://giuliozu.blogspot.com>

Nel maggio 2003 mi chiamarono insieme ad altri diaristi telematici per un'intervista presso lo IULM di Milano, facoltà di Scienze della comunicazione. In verità, più che un'intervista fu una chiacchierata, vivace, viva e partecipata. Tra i punti che mi colpirono vi fu quello delle interrelazioni tra i *blogger*. Oltre al dato importante della lettura dei blog altrui, furono considerati i contatti diretti, personali, a proposito dei quali mi venne voglia di soddisfare alcune curiosità.

Per questo aprii la pagina [Reti relazionali](#), invitando a rispondere ad alcune domande:

- 1) Quali sono i blogger che avete conosciuto di persona?
- 2) In quale occasione è avvenuto il primo incontro?
- 3) Ve ne sono alcuni che conoscevate da prima di leggerli in rete?
- 4) Avete mai indotto qualcuno ad aprire un blog? Chi?

Tra la settantina di risposte pervenute, qualcuno colse alla perfezione lo spirito dell'indagine, aprendosi a raccontare aneddoti e particolari.

Aneddoti e particolari che non mancano certo alla memoria di chi aveva cominciato a partecipare a convegni (Blog Age, aprile 2003), fiere (Webbit,

maggio 2003), presentazioni editoriali (Mondo Blog, giugno 2003) prevalentemente per il gusto di incontrare consimili.

I blogganti moltiplicarono le frequentazioni collettive e piano piano, dalle agnizioni reciproche ad aperitivi, cene e concerti, si passò all'esplicitazione della voglia di collaborare per qualcosa d'altro.

Un esempio fu il [Blogrodeo](#) del maggio 2004 a Rozzano (MI), sessione dal vivo molto partecipata di improvvisazione di scrittura a squadre, preparata mediante gare online su un sito che poi rimase attivo come punto di aggregazione in pixel e come spunto di attivazione di ulteriori eventi in diverse città.

Da una cerchia più ristretta nacque [la Pazziata](#), a metà strada tra reading e rappresentazione, con una prima irruzione in un bar dei Navigli milanesi (2004) e una seconda in un castello del Trentino (2005).

Si devono all'iniziale spinta propulsiva di [Arsenio Bravuomo](#) le iniziative [Fmp6](#) (commemorazione di Pasolini a 30 anni dall'assassinio) e quelle legate alla documentazione delle proteste antiTAV in Valsusa e a difesa di parco Sempione a Torino.

Senz'altro crapuloni, dunque, ma anche desiderosi di esprimersi e condividere. Tra chiacchiere, riflessioni, amicizie e amori di ogni genere, tra i blogger e dai blogger scaturiscono esperienze creative legate allo scrivere, ma soprattutto all'interscambio.

Una rete di link dal volto umano.

- collegamenti:

Reti relazionali <http://giuliozu.altervista.org/relazionali.html>
Blogrodeo www.blogrodeo.org
la Pazziata www.lapazziata.it
Arsenio Bravuomo <http://www.bravuomo.it>
Fmp6 <http://www.bravuomo.it/wiki/PPPMob>

La Rete, i blog e la micromarca globale

Antonio Tombolini
<http://blogs.simplicissimus.it>

In Internet, selezionare un target significa il più delle volte far danni: il commercio elettronico del nuovo millennio nasce da relazioni spontanee tra persone. Apologia delle nicchie di mercato

Sul finire del secolo scorso (era il 1999) mi capitava di essere invitato a convegni e conferenze a parlare di internet e di e-commerce, e di sentirmi spesso rivolgere questa domanda: *che cosa fai per selezionare il target di riferimento più interessante per i tuoi prodotti?*. La mia risposta era: *niente*. Lo era allora, lo è ancora oggi, in maniera ancora più convinta. In Rete, dicevo allora e ripeterei oggi, all'alba del terzo millennio, sarà sempre possibile trovare un numero sufficiente di persone che condividono uno stesso bisogno o

desiderio o passione, per quanto esoterica e sofisticata possa essere, tale da farne un business.

Sei un appassionato di cavatappi? Di certo allora conosci [The Virtual Corkscrew Museum](#), vera mecca per i collezionisti di tutto il mondo e global player di riferimento per la miriade di transazioni cui danno vita. Sei un patito del [modding](#) e la visione di un case aperto accende la tua libidine? Farai per [Cooler Master](#) e i suoi sistemi di raffreddamento della CPU lo stesso tifo che l'appassionato di formula 1 riserva alla Ferrari. Sei un audiofilo ammalato di high end hi-fi? Avrai senz'altro calcato più di una volta le tamarre pagine web del mitico [Berry](#), leader riconosciuto di [it.hobby.hi-fi](#), dove viene adorato e odiato con pari trasporto.

Questa è la rete, baby, e tu non puoi farci niente!, mi trovavo spesso a ripetere ai preoccupati consulenti marketing che, sul finire del secolo scorso, cominciavano a sentirsi minacciati da quell'oscura cosa che corrispondeva al nome di *Internet* e mi chiedevano lumi.

Oggi i blog.

Ho seguito con un po' di noia e ondivago interesse la querelle sul fatto se il blog possa o non possa, debba o non debba, avere a che fare col business. Ovvio che sì, perfino banale! Banale almeno quanto ci apparirebbe affermarlo di un'automobile (*è solo per uso personale o anche per lavoro? Domanda idiota!*, risponderemmo subito), di un cellulare, di un vestito. Così non è stato: schiere di blogger si sono schierati da una parte e dall'altra della barricata, *flame* surreali hanno animato la rete, inutilmente. Pazienza. Come spesso accade, la realtà si è incaricata di porre fine a una discussione inutile: esistono blog di ogni genere, dal diario personale in stile adolescente incompreso, al *fake-blog* tanto milionario quanto inutile della mega-corporation che della Rete non ha capito niente.

Blog e business, blog per il business, blog per il lavoro, dunque è possibile. Ma è anche utile? Sì. Per gli stessi motivi per cui nel 1999 un sito web poteva essere utile per un'azienda. La novità del blog consiste semmai in una fortissima accentuazione dell'aspetto personale, individuale e individuabile, che la forma-blog richiede per la sua efficacia, anche quando si tratta di uno strumento di business. Sono noti gli esempi di *fake-blog* caduti nel ridicolo, da [The Zero-Movement](#) di Coca Cola (costretta poi a scoprire le carte) al più subdolo [Lincolnfray](#) messo in piedi nientepopodimenché da McDonald's.

Più istruttivi ancora i pessimi esempi di seri *corporate-blog*, affidati all'agenzia specializzata di turno (di solito le classiche agenzie media del vecchio mondo, che della rete non sanno un tubo, ma si danno una ripittata per l'occasione e per ingollare il budget): dal blog di [Hu Yoshida](#) (Hitachi), a [Open for discussion](#), ancora di McDonald's, la lista sarebbe assai nutrita. Categoria *Super-Boring-Blogs*, blog noiosissimi. Perché fanno così? Semplice: evidentemente tra le migliaia di persone che lavorano per loro non c'è n'è una entusiasta e appassionata abbastanza di ciò che fa per parlarne in un blog, e così devono ricorrere ai servizi della famigerata *agenzia specializzata*, coi risultati che ciascuno può immaginare.

All'opposto, per dire, [Scobleizer](#), di Robert Scoble, blogger in nome e per conto di una delle più odiate aziende della Rete, Microsoft: è lui l'esempio migliore e più autentico di *corporate blog* su vasta scala.

Come spesso accade, però, il fenomeno vero è quello meno visibile: è quello dei mille e mille blog che stanno veicolando un concetto nuovo di vita e di lavoro, e stanno creando la *Micromarca Globale*. Chi non conosce ancora [Stormhoek](#), produttore di vino sudafricano che si promuove sul Web con un blog? E il vero intenditore di eleganza classica maschile può oggi permettersi di ignorare

Thomas Mahon, col suo [English Cut](#), e i suoi formidabili abiti su misura da 4.000 sterline l'uno? E non è già, nel panorama italiano, una micromarca globale allo stato nascente [Parco dei Buoi](#) col suo *abbonamento all'orto* o [San Lorenzo](#) col suo *Pesto al blogger*? [Disclaimer: trattasi di volgare autocitazione, visto che queste ultime sono due mie operazioni].

Piccole marche globali: questo è il mantra giusto veicolato dai biz-blogs ben fatti. Io ci credo, ed è questa l'idea al centro della mia [Simplicissimus Blog Farm](#). Lo strumento, il blog, è (relativamente) nuovo. Le motivazioni di fondo, invece, sono le stesse del secolo scorso, quelle legate alla rivoluzione che la rete ha innescato e provoca nella nostra stessa concezione del lavoro, degli affari, del commercio.

Ne scrivevo proprio nel 1999 nella [prefazione](#) all'edizione italiana di [Cluetrain Manifesto](#), con cui mi piace concludere: «Noi, uomini liberi, chiediamo al Business un passo indietro, e Internet è la nostra arma. Vogliamo che il Business rinunci alla invasione totalizzante di ogni aspetto dell'esistenza, e torni ad essere, com'era pure stato a tratti (nel Rinascimento italiano, soprattutto), uno dei momenti della vita, uno dei modi della relazione tra persone, fin quasi un pretesto per entrare in dialogo con gli altri. Si va al mercato per comprare e per vendere. Ma questa nobile attività commerciale può essere strumentale e funzionale all'incontro, facendo dell'incontro e del dialogo tra le persone il suo stesso scopo. Per questo si andava al mercato, per incontrare persone, comprando e vendendo».

Gatto di Schrodinger2

Mauro Marcenaro A.K.A. Bob Desnos

<http://www.acrilico.org>

<http://www.redenzione.net>

Un esperimento interattivo e medianico

+video +suono +immagini

link video

http://www.redenzione.net/video_redenzione.html

- Che cosa è "Gatto di Schrodinger" ?

L' esperimento "Gatto di Schrodinger" si riferisce ad uno dei "paradossi" più famosi e ripetutamente citato della meccanica quantistica. Si tratta di un povero gatto che, rinchiuso in particolari condizioni entro un contenitore ossia "non guardato" può risultare "vivo e morto contemporaneamente".

L' interpretazione ortodossa considera il gatto, quando nessuno lo guarda, in uno "stato di sovrapposizione" in cui non sarebbe né vivo né morto ma parteciperebbe di entrambe le condizioni.

Il fatto che un qualcosa possa simultaneamente esistere e non esistere viene definito quantisticamente come "visione complementare". Alcuni aspetti della teoria quantistica, sfidando le regole non solo della Fisica Classica ma della logica comune, sembrano affini alla magia.

La rete globale si avvicina molto a questo modello magico-scientifico. qui un testo scientifico

<http://www.vialattea.net/esperti/fis/dav.htm>

-Che cosa e' "Gatto di Schrodinger2" ?

-Significato del progetto stesso

La teoria della meccanica quantistica per arrivare a dimostrare la fine della storia o il dopo storia teoria proposta da Marx o dalla religione cristiana il video quindi non sarebbe altro che una testimonianza "Medianica" infatti come il "Gatto di Schrodinger" dimostra nessuno potrà dire con certezza nulla di quello che accadrà.

Le immagini richieste

http://www.redenzione.net/gatto_foto/FotoperGattodiSchrodinger.html

servono a dimostrare 'otticamente' come sarà l'umanità nel DOPO-STORIA un'umanità ormai libera ed emancipata dalla schiavitù in generale e in particolare quella forma di sudditanza psicologica che ancora soffre davanti ad un obiettivo

le immagini andrebbero viste come se una telecamera o una macchina fotografica tentasse di riprendere il soggetto e questi indifferente continuasse il suo lavoro o pensiero

l'umanità' nn e' più in concorrenza nn sogna più di essere ad un continuo bando di concorso in cui la vita intera e' richiesta per poter partecipare insieme alla libertà dell'individuo.

l'immagine di Marx riporta una scritta

RIEN FAIRE,

COMME UNE BÊTE

(frase che era scritta sull'immagine di Marx, W.Adorno in "dialettica dell'illuminismo")

<http://www.acrilico.org/?p=74>

Riepilogando

Il gatto nella scatola e' sostituito da Marx che rappresenta la teoria del dopo-storia e quindi l'umanità'

il colpo di pistola sparato contro la scatola e' un colpo sparato contro l'umanità'

allora la domanda e' questa:

L' UMANITÀ RIUSCIRÀ INDENNE E QUINDI VIVRÀ

DOPO IL COLPO DI PISTOLA CHE I NS TEMPO GLI STA INFLIGGENDO?

Non può esserci ancora UNA RISPOSTA per la teoria della meccanica

Prima azione

Coinvolgimento :

1) Momento --Richiesta di immagini ai blogger secondo la teoria della meccanica quantistica

danno prova della loro esistenza o del loro essere nel mondo
queste immagini sono per me molto importanti per loro valenza di
inconsapevolezza o di
asincronicita' nei confronti dell'evento foto

2) Secondo momento spiegazione della Teoria dell'esperimento del "Gatto di Schrodinger"

nascita della performance+video+suono+installazione grazie al materiale ricevuto

3) Passaggio dalla teoria scientifica alla sua traslazione in teorema MEDIANICO
DOPO-STORIA O REDENZIONE
proiezione del video+suono+immagini

1 immagine sono state inserite nel video
ma il loro uso serve a dimostrare che già in noi esiste la condizione
di umanità' redenta dalla pressione costante
se il mondo dei blogger rappresenta in qualche modo il punto più avanzato
della società' che comunica in questo momento storico e anche vero
che in qualche modo questa domanda se la deve porre

il video porta con sé un messaggio difficile da poter essere inteso
istantaneamente
ma il messaggio in esso contenuto è un seme e come tale potrà o non potrà dare
frutti

se il mezzo blog avrà un futuro questo dovrà essere anche la ricerca
di una nuova forma di linguaggio che porti l'umanità fuori dalla dialettica
presente

il video mostra delle immagini di un mondo tranquillo lontano dall'ansia della
concorrenza
mostra la fine della storia o il dopo storia
o anche detta "redenzione"

Buona comunicazione a tutti

e Grazie a tutti coloro che hanno partecipato attivamente a tutto questo

I blogs tra incultura e informazione alimentare

Gianna Ferretti

<http://www.trashfood.com>

L'idea di TRASHFOOD, il randomestrale di incultura alimentare, fondato da Antonio Tombolini, nasce in rete quattro anni fa.

L'informazione sul cibo e su aspetti legati all'enogastronomia è aumentata notevolmente nei media (TV, radio, stampa e internet) in questi ultimi anni. Da un esame dei contenuti dei siti internet e dei blogs dedicati all'alimentazione, emerge la prevalenza di aspetti legati all'enogastronomia. TRASHFOOD si inserisce nell'eterogeneo panorama dei blogs-tematici dedicati all'alimentazione e si prefigge di informare correttamente i consumatori e accrescere le loro

conoscenze su aspetti nutrizionali. Con linguaggio semplice ma corretto da un punto di vista scientifico, TRASHFOOD informa in tempo reale su tematiche di attualità nutrizionale, questioni salutistiche, economiche e culturali legate al cibo e agli stili di consumo e argomenti legati al cibo-spazzatura. L'attenzione su questi temi è basata sui numerosi studi che dimostrano il modificarsi delle abitudini e dei consumi alimentari e dello stile di vita negli ultimi decenni in Italia e in altri stati occidentali con modificazioni della composizione della spesa alimentare, aumento dei consumi fuori casa, destrutturazione dei pasti e riduzione del tempo loro dedicato. Lo stile alimentare si avvicina ad un modello continentale, soprattutto tra i giovani, più sensibili ai messaggi accattivanti della pubblicità

Tra i temi trattati nel blog anche la relazione tra filiere produttive e qualità alimentare in relazione alle modificazioni intervenute anche nei sistemi produttivi che vedono l'allungamento delle filiere alimentari e un progressivo allontanamento dei prodotti dal luogo di produzione ai consumatori. Questi fenomeni presentano ricadute socio-economiche sul territorio e sul sistema agro-alimentare oltre ad avere implicazioni nutrizionali ed essere chiamati in causa nell'aumento di molte malattie definite paradossalmente "del benessere" come sono l'obesità, il diabete, le patologie cardiovascolari. All'attività editoriale, la redazione affianca collaborazioni scientifiche a iniziative di educazione e informazione alimentare come il progetto "*Abitudini e consumi alimentari: Scelte consapevoli ...o vittime del marketing?*" che ha visto la realizzazione di un ciclo di incontri divulgativi rivolti alla cittadinanza. TRASHFOOD si contraddistingue per il carattere interattivo e la facilità di consultazione grazie alla suddivisione dei posts in categorie tematiche. Curiosità biochimiche sugli ingredienti impiegati in alcune filiere produttive? Una pubblicità che non vi convince? Messaggi fuorvianti sulle confezioni alimentari? Etichette alimentari con ingredienti sconosciuti e vi interrogate sul loro ruolo e significato? TRASHFOOD vi aspetta.