

8

giovedì

IL RACCONTO

La terza edizione del Festival della Comunicazione è iniziata nel ricordo di **Umberto Eco**. La manifestazione ha preso il via con l'inaugurazione della mostra di Tullio Pericoli, una serie di ritratti del semiologo realizzati nel corso della loro lunga amicizia. Eco aveva già scelto il tema di quest'anno che è stato presentato dai direttori del Festival Rosangela Bonsignorio e Danco Singer: "Pro e contro il web".

Una questione solo semplice all'apparenza, come rimarca Ilaria Cavo – assessore alla comunicazione della Regione Liguria – basti pensare al giornalismo prima e dopo l'avvento della rete. Non solo a questo si rivolge però il Festival: il quesito posto da Eco si dirama nelle più varie direzioni, dall'ambito scientifico al mondo dei social network, il cui uso responsabile deve essere materia di studio già a partire dalla scuola.

Al suo terzo anno la manifestazione offre una completa panoramica sul mondo digitale, ma soprattutto pone al pubblico un quesito su cui non ci si può più rifiutare di prendere posizione. Chissà che questo evento, divenuto un avvenimento pienamente "adulto" nelle parole del sindaco Francesco Olivari, non finisca per fare di Camogli **IL CENTRO CULTURALE DELLA RIVIERA**.

WWW: Wired Word War

La rete della fiducia e le trappole della paura

Stiamo vivendo una nuova guerra che usa nuove armi e si gioca su un nuovo campo di battaglia. Si tratta della battaglia delle parole che impazza nel mondo digitale. A dirlo è Monica Maggioni, presidente della Rai, che durante la sua lectio al Festival di Camogli non ha paura di usare termini forti.

“A 30 anni dalla nascita di Internet il mondo è cambiato: ogni secondo si genera un numero di dati superiore a quello che era in tutta la rete 20 anni fa”

Dividersi in battaglie fra favorevoli e contrari è inutile e dannoso, è opportuno guardare dentro la realtà nella quale siamo immersi e cercare una via per agire e non subire questo nuovo aspetto. I fatti di cronaca accaduti negli ultimi tempi dimostrano come trovare un modo saggio di usare della rete sia un'operazione ardua. Le false notizie che circolano sul web, i tweet populistici di Farage e la Keyboard Jihad - l'operazione di propaganda online dell'ISIS - sono solo l'ultima dimostrazione del bombardamento digitale che subiamo ogni giorno, incessantemente. Un attacco che rivela quanto il nostro mondo sia ormai privo di un punto di vista lineare. Internet, infatti, ha cambiato le carte in tavola: niente più "fonti inappellabili", niente più certezze assolute. Fare previsioni e sapersi orientare in questo nuovo scenario, quindi, è una sfida complessa. Il primo passo però è riconoscere la nuova realtà dalla quale non ci si può nascondere.



monica
MAGGIONI

Il tempo degli struzzi analogici è finito.

Costruire il domani: istruzioni per un futuro immateriale



ferruccio
DE BORTOLI

Siamo sudditi o cittadini? La sfida, per il direttore De Bortoli, si gioca su Internet, tra privacy e **democrazia della rete**. Il mondo materiale sta perdendo importanza scalzato da **un mondo nuovo**, quello **digitale**. Un mondo che non comprendiamo interamente e che può sembrare assurdo, paradossale. Oggetti un tempo comuni, come cartoline, lettere o rullini, sono spariti senza lasciare traccia. Oggi per spostarsi, comprare un biglietto, prenotare una camera d'albergo o un ristorante ci affidiamo a servizi come Booking.com, TripAdvisor, AirBnB. Le celebrità non sono più solo le star della televisione o del cinema, ma di Facebook, Twitter, o YouTube.

“Viviamo nel mito dell’universalità della rete, mentre i grandi colossi giocano una partita alla ricerca dell’algoritmo perfetto.”



stefano
QUINTARELLI

Una sfida giocata sulla nostra pelle, – spiega De Bortoli – **noi clienti diventiamo prigionieri di imposizioni commerciali che neanche conosciamo**. Le briciole di dati che seminiamo sulla rete vengono fatte proprie dalle grandi aziende: tutta questione di privacy, licenze, diritti, cose immateriali che si spostano da una parte all'altra del mondo senza passare dalla dogana. I dati degli utenti possono migliorare un servizio, ma anche fornire lo strumento per controllarci.

La soluzione? **Dobbiamo iniziare a occuparci della tecnologia, prima che la tecnologia si occupi di noi**. Dobbiamo cominciare a immaginare un futuro, tra auto che si guidano da sole e oggetti che diventano parte del nostro corpo. Quintarelli riassume con una citazione: *il futuro non è ancora costruito, lo dovete costruire voi*. Lo dice Doc Brown, il professore di Ritorno al futuro. Come dargli torto?

Alle origini della comunicazione aziendale: gli ordini religiosi del Medioevo

Immaginiamo di parlare di una grande multinazionale, cresciuta grazie allo slancio di **un fondatore visionario, un uomo dal look inconfondibile e con un grande talento nella comunicazione**. Parliamo forse di Apple e Steve Jobs? No, si tratta di **San Francesco** e dell'ordine dei Francescani. Alessandro Barbero sceglie di raccontare la storia della nascita degli ordini religiosi del Medioevo. I concetti di "mission" e "vision" aziendali, altro non sono che quelli di missione e visione nati con il monachesimo.

“Gli ordini religiosi furono i primi a studiare l'esigenza di un “brand” nel mercato dei fedeli del tempo: i colori delle tuniche, le forme dei cappucci, la figura del fondatore come prodotto da vendere, sono stati i punti di forza del loro successo.”

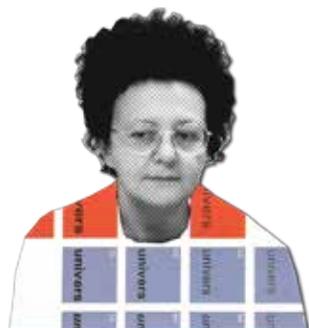
Così come grandi aziende, anche gli ordini religiosi hanno subito nei secoli crisi di mercato e fallimenti. Dei molti ordini medievali ne sono sopravvissuti pochi: uno dei più conosciuti è l'Ordine di Malta. Oggi dipendenti della Santa Sede, i Cavalieri di Malta si dedicano anche ad un progetto per finanziare i giovani imprenditori, *Visio 2050*. Curiosamente lo stesso nome è usato da una potente organizzazione di aziende multinazionali per un progetto che mira al controllo del commercio mondiale. Entrambi sono reperibili su internet e entrambe le organizzazioni usano lo stesso linguaggio.

È davvero difficile capire se sia il marketing a ispirarsi alla religione, o viceversa.



**alessandro
BARBERO**

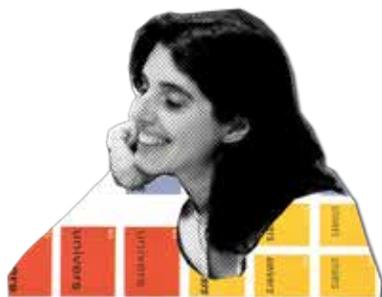
La rete come vivaio



rossana
DI FAZIO

Rossana Di Fazio e Margherita Marcheselli per parlare del sito di cui sono curatrici, enciclopediadelledonne.it, partono da una immagine del tutto inaspettata: quella di un vivaio. Se, infatti, in un vivaio nascono piante e si sperimentano ibridi e innesti, così nel loro sito viene seminata una nuova conoscenza. La conoscenza delle donne. Donne che hanno contribuito a fare la storia, ma anche donne comuni.

“Vogliamo raccontare e diffondere le loro esperienze, ma senza imporre pareri o giudizi: il nostro lavoro aiuta a percepire l'importanza che le donne hanno avuto e hanno”



margherita
MARCHESELLI

Un progetto che sottolinea l'uso virtuoso che può essere fatto di internet al giorno d'oggi, mentre misoginia e offese razziste e omofobe continuano a diffondersi in Rete. È per questo che Marcheselli suggerisce:

“Non accontentatevi di quello che internet vi suggerisce al primo clic: a volte è più interessante cercare che trovare”

Deep Web, ovvero la comunicazione al nero

Ogni singolo giorno vengono spedite **144 miliardi di mail** e postate **350 milioni di foto** sul solo Facebook. Ma il Web è molto, molto di più. Ce lo racconta il semiologo Paolo Fabbri che, nell'intervento conclusivo della prima giornata del Festival, ribadisce:

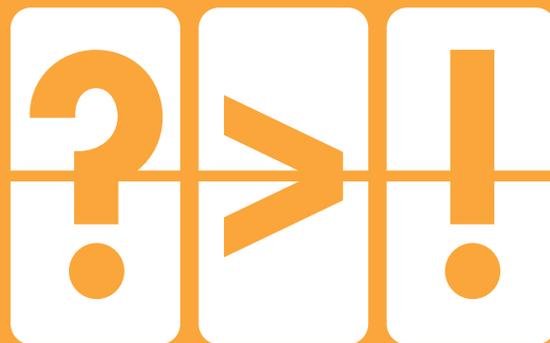
“Ci preoccupiamo troppo della comunicazione esplicita ed ignoriamo il segreto che sta al centro della comunicazione.”

Un segreto che, nel mondo digitale, si chiama **Deep Web**. Capiamoci meglio: se la Rete fosse un gigantesco iceberg, i “comuni internauti” si muoverebbero solo sul 4% della sua **superficie totale**. Il restante 96% , infatti, non fa parte dei 30 miliardi di pagine indicizzate dai motori di ricerca.

Il Deep Web è un universo che Fabbri definisce **“la mano nera del capitalismo”**. Fra i flutti di questo fiume carsico navigano i materiali illegali: dalla pedopornografia al mercato di armi, dalla droga ai documenti falsi. Come ogni mercato che si rispetti, però, anche il Deep Web ha la sua valuta: **il famigerato Bitcoin**. Una moneta il cui valore è attribuito da attori anonimi, estraneo a qualsiasi banca governativa.

Ma non è tutto nero quello che appare. Un 43% dell'universo Deep Web, infatti, è formato da contenuti innocui e dal risvolto addirittura positivo: forum di discussione politica, news, libri e riviste. Cosa fare quindi di fronte ad una simile mole di informazioni che brulicano intorno a noi? Dobbiamo considerare il Deep Web un male da estirpare o uno spazio di libero scambio per merci e idee? “Un'inizio sarebbe - ha concluso Fabbri - pensare alla questione come alla parola greca **φάρμακόν** (pharmakon) che significa al contempo **rimedio e veleno.**”





festival della
COMUNICAZIONE

IL RACCONTO nasce dalla collaborazione tra
Festival della Comunicazione di Camogli e Scuola Holden di Torino

A cura di Eugenio Damasio, Arteprima Cultura,
la redazione de **IL RACCONTO** è composta da Michela Ceravolo, Anna Maniscalco,
Lucia Marinelli, Sara Micello, Daniela Minuti, Tommaso Moretti e Adriano Pugno

www.festivalcomunicazione.it