

UNIVERSITÁ DEGLI STUDI DI MILANO – BICOCCA

Facoltà di Sociologia

Dottorato di Ricerca in Sociologia Applicata e Metodologia della Ricerca

Sociale - XXIV Ciclo



**LA PARTECIPAZIONE POLITICA IN
INTERNET E IL RAPPORTO CON L'OFFLINE.
ANALISI DEI REPERTORI COMUNICATIVI NEI SOCIAL
NETWORK ATTRAVERSO LO STUDIO DI CASO DEL
MOVIMENTO VIOLA**

Tutor: Chiar.mo Prof. Giorgio Grossi

Chiar.mo Prof. Nino Salamone

Tesi di dottorato di:

Widmayer Valentina

Matricola nr. 724965

Anno Accademico 2011/2012

Sommario

| | |
|--|-----------|
| Introduzione..... | 9 |
| Capitolo 1. Forme Della Partecipazione Politica nella Tarda Modernità..... | 15 |
| 1.1 Definizioni e dimensioni analitiche della partecipazione politica..... | 16 |
| 1.2 Informazione, discussione e partecipazione politica e sociale in Italia..... | 20 |
| 1.3 Agire sociale e politico nella tarda modernità | 26 |
| 1.4 L'azione collettiva oggi: approcci a confronto | 29 |
| 1.5 I nuovi movimenti: il concetto di network come forma della partecipazione politica..... | 31 |
| Capitolo 2. Il ruolo di Internet nella riconfigurazione della Partecipazione Politica..... | 37 |
| 2.1 Il modello di network come infrastruttura della partecipazione politica..... | 38 |
| 2.2 Internet: inclusi ed esclusi | 43 |
| 2.3 Ricerche empiriche ed approcci alle relazioni tra uso di Internet e partecipazione offline: dicotomie da superare..... | 48 |
| 2.4 Luoghi e strumenti della partecipazione online | 54 |
| 2.4.1 Informazione | 54 |
| 2.4.2 Repertori d'azione e piattaforme..... | 57 |
| 2.4.3 Reti sociali..... | 59 |
| Capitolo 3. La Partecipazione Politica attraverso i Social Network Sites..... | 63 |
| 3.1 L'affermazione di Facebook tra i SNSs..... | 64 |
| 3.1.1 L'avvicinarsi dei SNSs..... | 64 |
| 3.1.2 Nascita e crescita di Facebook..... | 66 |
| 3.1.3 La partecipazione politica su Facebook: dati italiani..... | 70 |
| 3.2 Caratteristiche di Facebook per la partecipazione politica | 71 |
| 3.2.1 Inclusività "controllata" | 71 |
| 3.2.2 Applicazioni e modalità di partecipazione | 72 |

| | | |
|--|---|------------|
| 3.3 | Caratteristiche della partecipazione su Facebook | 75 |
| 3.4 | I SNSs per la costruzione del discorso pubblico: il piano ideale e il piano empirico . | 77 |
| 3.5 | La comunicazione espressiva e non deliberativa | 82 |
| Capitolo 4. Disegno della Ricerca Empirica..... | | 89 |
| 4.1 | Domande, ipotesi ed oggetto della ricerca..... | 89 |
| 4.2 | Basi di dati e strumenti di analisi..... | 97 |
| Capitolo 5. Il ruolo di Facebook nell'evoluzione del movimento Viola..... | | 105 |
| 5.1 | Gli inizi: un evento nato in Rete | 106 |
| 5.2 | Il No B. Day: Facebook nella diffusione di eventi..... | 111 |
| 5.3 | Dopo il No B. Day: il “paginone” e il problema della proprietà delle pagine Facebook | 114 |
| 5.4 | Verso la scissione tra Popolo e Rete..... | 119 |
| 5.5 | La nascita della Rete Viola | 121 |
| Capitolo 6. Oltre Facebook. Questioni di forma e contenuto in un movimento non strutturato ed eterogeneo..... | | 125 |
| 6.1 | L'organizzazione in un movimento non strutturato: il concetto di orizzontalità | 125 |
| 6.2 | La mancanza di ideologie comuni..... | 130 |
| 6.3 | La situazione attuale: disincanto e proposta | 135 |
| 6.3.1 | Il disincanto | 135 |
| 6.3.2 | La proposta: fare rete | 137 |
| Capitolo 7. La Partecipazione Politica su Facebook..... | | 141 |
| 7.1 | Frequenza della connessione a Facebook e attività politiche..... | 141 |
| 7.1.1 | Frequenza dell'uso di Facebook..... | 141 |
| 7.1.2 | Attività politiche praticate | 143 |
| 7.2 | Le attività politiche sulla pagina ufficiale nazionale del Popolo Viola..... | 150 |

| | |
|--|------------|
| 7.2.1 Pratiche 2.0 e pratiche 1.0: comparando la Pagina Nazionale Ufficiale del Popolo Viola e le pagine dei partiti | 150 |
| 7.2.2 Attività sulla pagina ufficiale del Popolo Viola - frequenze giornaliere e orarie..... | 153 |
| 7.3 Analisi dell'attività sulla pagina | 157 |
| 7.4 L'informazione su Facebook | 159 |
| 7.5 I temi proposti | 164 |
| 7.5.1 La rilevanza dei temi..... | 171 |
| 7.6 Dinamiche della discussione politica su Facebook..... | 172 |
| 7.6.1 Scriventi e riceventi | 172 |
| 7.6.2 Individui influenti | 173 |
| 7.6.3 L'approfondimento della discussione..... | 174 |
| 7.6.4 Livello di consenso sulla pagina | 179 |
| Capitolo 8. Partecipazione online e rapporto con l'offline..... | 183 |
| 8.1 L'uso politico di Internet da parte del movimento Viola: la partecipazione online su altre piattaforme..... | 183 |
| 8.2 L'uso individuale di altre piattaforme..... | 189 |
| 8.2.1 Intensità dell'uso di Internet | 189 |
| 8.2.2 Repertori d'azione online | 191 |
| 8.3 La partecipazione offline | 194 |
| 8.4 Associazioni tra comportamento online ed offline: analisi dei questionari | 197 |
| 8.5 Analisi della pagina nazionale del Popolo Viola: il fine degli interventi..... | 204 |
| 8.5.1 La mobilitazione proposta..... | 205 |
| 8.6 Funzioni di Facebook rispetto al mondo offline | 208 |
| 8.6.1 Facebook per diffondere notizie di eventi offline | 209 |
| 8.6.2 Lo scollamento tra il virtuale e il reale: il cliccattivismo e la partecipazione nel mondo fisico | 212 |
| 8.6.3 Attivazione e riattivazione..... | 214 |
| Conclusioni | 219 |

| | |
|---|------------|
| Riferimenti bibliografici..... | 226 |
| Appendice Parte Teorica..... | 237 |
| Appendici Parte Empirica..... | 238 |
| Appendice A: Capitolo 4 | 238 |
| Appendice B: Documenti del movimento. Capitolo 5..... | 240 |
| Appendice C: Capitolo 6..... | 245 |
| Appendice D: Capitolo 7..... | 246 |
| Appendice E: Capitolo 8 | 247 |
| Appendice F: Il Questionario “Internet e Partecipazione Politica” | 248 |

Introduzione

Lo sviluppo e la diffusione delle tecnologie dell'informazione sta cambiando la vita di milioni di persone che, grazie all'accesso a Internet, hanno a disposizione una sempre maggiore quantità di dati e di strumenti di comunicazione diventati ormai praticamente indispensabili nella vita quotidiana. Anche in Italia questo fenomeno di trasformazione è caratterizzato da una importante tendenza alla crescita, sia per quanto riguarda la diffusione dell'accesso ad Internet, sia in merito alla qualità nell'utilizzo degli strumenti informatici. Il Digital Divide (DD) infatti si sta riducendo con l'aumento delle risorse materiali a disposizione, come evidenzia la crescita di coloro che possiedono un personal computer, lo sviluppo delle infrastrutture di comunicazione, come la banda larga, ma soprattutto grazie ad una sempre maggiore conoscenza pratica delle nuove tecnologie digitali, le cosiddette e-skills che abilitano gli individui a utilizzare la Rete.

L'attività di ricerca presentata in questa tesi si è concentrata sull'uso politico di Internet: con questo strumento si moltiplicano i luoghi in cui confrontarsi su questioni d'interesse pubblico, e portare avanti attività come quelle di informarsi, discutere di politica, mobilitare gruppi, rivendicare istanze.

L'esigenza che ha motivato questo lavoro è quella di contribuire a colmare quella che mi sembrava essere una lacuna negli studi sul comportamento politico in Rete: la maggior parte di essi si concentra infatti sulla comunicazione istituzionale - l'uso che i politici di professione fanno della Rete - o su esperimenti di esperienze di e-governance (e-democracy) portate avanti da comunità locali, esperienze che riguardano comunque la dimensione istituzionale della politica. La prospettiva attraverso cui analizzerò le opportunità offerte dalle tecnologie digitali alla partecipazione politica è invece quella che vede come protagonista il privato cittadino che fa politica – o che semplicemente si interessa di politica – al di fuori dei canali istituzionali, e che – per periodi più o meno

lunghi, e in maniera più o meno strutturata – forma con altri membri della società civile delle collettività servendosi della Rete.

Obiettivo della tesi è quindi quello di approfondire lo studio della partecipazione politica praticata attraverso Internet. L'uso del termine “attraverso” viene fatto con due significati: “attraverso”, nel primo caso si riferisce alla partecipazione online, che avviene in Internet e in particolare nei Social Network Sites (SNSs), e nel secondo caso, sottolinea un tipo di partecipazione politica che viene messa in essere usando vari strumenti e modalità di espressione, concernenti sia il mondo della Rete che quello “fisico”, con il fine di esprimere consenso o dissenso, contribuire alla discussione pubblica e tentando talvolta di influire sulle scelte di carattere politico nazionale.

Sono dunque tre i principali elementi di ricerca in questo lavoro: il primo verte sulla partecipazione politica portata avanti in generale in Internet, il secondo su quella che avviene nello specifico sui social network, e il terzo si concentra sulle relazioni tra forme di partecipazione online ed offline.

Assistiamo infatti, particolarmente nel nostro Paese, alla disaffezione nei confronti delle forme convenzionali di fare politica: vi è un calo della fiducia nei partiti di massa e nel loro ruolo di rappresentare le istanze dei cittadini: una de-istituzionalizzazione, quindi, della politica, denominata “self-politics” (Giddens,1994) o “lifestyle politics” (Bennett, 1998), ed una volontà di affiancare agli strumenti della democrazia rappresentativa dispositivi di democrazia diretta. Se guardiamo alla conformazione dei movimenti collettivi odierni, essi assumono le forme di un network: si tratta di composizioni “rizomatiche”, non verticistiche, formate da moduli (nodi) autonomi nella forma e nei contenuti, con meccanismi di entrata ed uscita per nulla formalizzati, e basati sulla contingente condivisione di istanze (non di ideologie stabili). L'analisi sui cambiamenti delle forme di partecipazione e associazione politica viene fatta nel primo Capitolo di questa tesi, e serve da premessa per poi indagare quale sia il ruolo che Internet svolge in questi processi, tema affrontato nel secondo Capitolo.

Si ritiene infatti che l'osservazione di ciò che avviene in Rete sia ormai imprescindibile per lo studio della produzione del discorso pubblico in epoca contemporanea – almeno per quanto riguarda le democrazie tecnologicamente avanzate - poiché ridisegna le dinamiche di partecipazione, i ruoli e i tipi di attori coinvolti, i fattori temporali e geografici che concorrono a creare la struttura della sfera pubblica.

L'idea di partenza è che Internet non sia la causa dei cambiamenti delle forme di partecipazione politica, ma che intersechi ed acceleri i processi politici e sociali a cui assistiamo nella tarda modernità. In altre parole, Internet fornisce il supporto adeguato per lo sviluppo di forme di socialità basate sull'individualismo di rete (Wellman, 2001) e per la "creazione di comunità di affinità". Infatti Internet, ovvero la "rete tra" nodi (Katz, Rice 2002), siano essi individui od organizzazioni, serve a mettere in comunicazione i soggetti e permette l'acquisizione di informazioni e il loro scambio in maniera capillare ed istantanea, attraverso la possibilità per l'utente di creare contenuti e diffonderli "tra pari", senza la mediazione di gatekeeper, a differenza di come avviene nei mass media tradizionali. Appare inoltre che il fenomeno di crescita della "disaffezione verso la politica tradizionale", specialmente da parte delle giovani generazioni, sia accompagnato dall'emergere di pratiche di coinvolgimento politico non convenzionali, le quali spesso sono supportate dalle nuove piattaforme come mailing list, forum, siti istituzionali, blog amatoriali, social network. In questo senso le Information and Communication Technologies (ICTs) si rivelano ottimi strumenti sia per replicare, in luoghi "non fisici" alcune delle attività politiche esistenti già nel mondo "reale", sia per sperimentare nuove forme di partecipazione. Infine, Internet contribuisce alla riconfigurazione delle reti sociali degli individui, permettendo sia una riattivazione dei nodi locali passando attraverso il web, sia l'incontro con comunità virtuali delocalizzate ma che condividono le medesime istanze.

I social network sono stati creati appunto per questo. Nel terzo Capitolo vengono infatti analizzati nello specifico questi strumenti, cercando di capire come cambia la configurazione della partecipazione politica con i social network, e se e in quali modi si possano sviluppare pratiche di comunicazione democratica su di essi.

Durante il mio percorso di studi mi ero già avvicinata al tema del cyber attivismo, ma in un momento in cui non era ancora esploso il fenomeno dei social media. Con l'avvento di questi strumenti si è modificato profondamente il modo di comunicare, e mi sono convinta che sia necessario analizzare il fenomeno della partecipazione in Rete mediante il superamento di alcune categorie analitiche tradizionali, poiché per definire il carattere ibrido delle forme di partecipazione sui social network occorre cogliere la specificità dei modelli di relazioni che hanno luogo in questi spazi.

In primo luogo ritengo quindi che lo studio della partecipazione online necessiti di chiavi analitiche ad hoc, poiché ciò che avviene in Rete non è la mera riproduzione di pratiche comunicative proprie delle relazioni non-mediate dal computer. Allo stesso tempo

intendo superare la dicotomia che vede come separati il mondo fisico e quello virtuale: con la pervasività crescente delle ICTs, infatti, gli individui, per informarsi, discutere e agire politicamente, si servono di mezzi e piattaforme appartenenti ad entrambe le dimensioni, a seconda delle esigenze, passando da un luogo all'altro in maniera fluida, ed utilizzandoli spesso contemporaneamente. Ad esempio scattando delle foto con uno smartphone ad una manifestazione per "postarle" su un SNS in tempo reale. Se a livello analitico è quindi utile distinguere le due dimensioni, occorre cogliere l'unitarietà del fenomeno partecipativo aldilà del luogo ove si realizza, comprendendo che sempre più vi è un continuo passaggio d'informazioni attraverso diversi canali.

Veniamo ora alla presentazione della parte riguardante la ricerca empirica. Siccome non vi sono state in questi anni survey sistematiche sul comportamento politico degli italiani in Internet e nei social network, si è deciso di effettuare uno studio di caso. Ho scelto come oggetto di studio il movimento Viola, nato nel 2009 su Facebook ed emblematico dei movimenti odierni, avente quindi le caratteristiche descritte all'inizio di questa introduzione: forma acefala, composizione a rete (nodi locali connessi virtualmente a livello nazionale), presenza di una leadership riconosciuta solo da una parte del movimento, intenso utilizzo di molte piattaforme virtuali, e scarsa connotazione ideologica - il movimento è nato per richiedere le dimissioni dell'allora Presidente del consiglio Berlusconi - e nel tempo ha tentato di strutturare la propria proposta politica incentrandola per lo più sui temi del rispetto della Costituzione e della legalità.

La metodologia è presentata al capitolo quarto: la ricerca è stata condotta attraverso tecniche miste di rilevazione, quantitative e qualitative: creazione e somministrazione di un questionario online agli attivisti, interviste in profondità ed analisi della pagina ufficiale nazionale del movimento.

Il quinto Capitolo fa un excursus nella storia del movimento, utilizzando come chiave di lettura l'uso di Facebook da parte di questo soggetto politico, in quanto si tratta di uno strumento che come vedremo ha avuto un ruolo essenziale nelle varie fasi di strutturazione della sua azione collettiva.

La mia idea è che in questo caso esso si sia aggiunto ad una serie di fattori storico-sociali che hanno fatto esplodere la protesta da cui è nato il movimento, ovvero il No B. Day, un evento a cui hanno partecipato centinaia di migliaia di persone, così come poi ha contribuito a radicalizzare gli scontri interni al movimento che hanno portato alla sua

scissione in due correnti, il Popolo Viola e la Rete Viola. Ritengo infatti che i SNSs, come ogni strumento informatico, debbano essere considerati non come fattori scatenanti i movimenti di protesta – dibattito affrontato anche nel terzo capitolo – ma come strumenti che certamente cambiano la configurazione degli stessi. L'intento è quindi indagare quali possano essere i punti di forza ed i limiti dell'uso di Facebook come strumento di comunicazione per i movimenti.

Da qui e nei capitoli successivi si analizzeranno quindi quali siano le caratteristiche delle strutture entro cui si articola il discorso pubblico sulla pagina, quali siano i temi di rilevanza pubblica di cui si discute, in che modo essi siano ripresi da altri media, in quali ottiche essi vengono presentati. Ci si soffermerà poi sulle modalità d'interazione tra i soggetti, e sulle forme che assume la discussione pubblica (Dahlgren, 2005).

Verrà quindi in primo luogo analizzata la struttura di tale piattaforma, che concerne la proprietà, l'architettura e le applicazioni utilizzate dagli utenti: l'idea è che questi mezzi facilitano la circolazione delle informazioni, supportano la visibilità degli eventi, permettono la costruzione di idee "dal basso". Tuttavia, si sottolinea come il primo limite alla costruzione di una sfera pubblica inclusiva sia quello del digital divide, e in secondo luogo, come il carattere privato, non tanto di Facebook, ma delle singole pagine che vengono create, possa portare a dei dissidi interni al movimento. Infatti, il gestore (o i gestori) di una pagina Facebook possono restringere l'accesso a determinati utenti, così come possono decidere quali contenuti vengano pubblicati sulla stessa. Vedremo quindi come i primi problemi del movimento derivino proprio da questo aspetto.

Non si intende però sostenere che la scissione del movimento Viola sia attribuibile *in toto* ai dissidi scaturiti dalla gestione della pagina. Infatti, nel sesto Capitolo affronteremo i problemi che un'aggregazione tanto "leggera" quanto mutevole come quella del movimento comporta nel momento in cui si passa da una fase iniziale, di nascita, di un movimento, ad una fase successiva, in cui viene da più parti proposta una sua strutturazione in modo da riuscire a mantenere un alto livello di democraticità interna mano a mano che il gruppo cresce, nonché ad evitare parcellizzazioni e ad incidere così in misura maggiore sull'agenda politica.

Il settimo Capitolo è incentrato sull'uso di Facebook da parte dei membri del movimento. Nella prima parte si analizza l'uso individuale che gli attivisti fanno di tale piattaforma, per giungere alla costruzione di una tipologia di partecipanti in questo luogo,

basata sia sulla frequenza di partecipazione che sulla qualità di attività svolte. La seconda parte del capitolo verte principalmente sull'analisi della pagina ufficiale nazionale del movimento. In questo caso cercheremo di evidenziare quali siano i temi proposti dal gruppo, e in che modo avvenga la discussione. Effettueremo – per capire il tipo di rappresentazione dominante del gruppo - un'indagine quantitativa e qualitativa, attraverso l'analisi del testo, dei temi proposti dal Popolo Viola, cercando di capire a quale area ideologica di riferimento afferiscano e da che fonti (istituzionali o meno) siano ripresi e condivisi. Un'ulteriore focus sarà la rilevanza dei temi proposti: si cercherà di indagare se si faccia in prevalenza riferimento ad una dimensione locale, nazionale o transnazionale.

Infine, ci si soffermerà sulle modalità d'interazione tra i soggetti, ovvero sulle forme che assume la discussione pubblica, rilevando se esista conflittualità tra frames differenti e se le opinioni si polarizzino su particolari posizioni, se vi sia una leadership tra gli utenti, quali sono le forme, i toni e la velocità che assume la discussione. Si evidenzierà come lo scarso approfondimento della discussione generata nelle bacheche pubbliche porti alcuni gruppi ad integrare l'utilizzo delle bacheche pubbliche di Facebook con altri strumenti, (come siti, blog, chat, mailing list), e luoghi a carattere privato in cui discutere in modi diversi ed in cui deliberare.

L'analisi dell'uso di questi spazi verrà effettuata nell'ottavo Capitolo, in cui verranno poi analizzate le relazioni esistenti tra partecipazione online ed offline. Sono stati infatti creati degli indicatori di partecipazione politica online ed offline, che verranno messi in relazione utilizzando come variabili di controllo il genere, lo status occupazionale, l'età, il titolo di studio, la regione e l'ampiezza del comune di residenza, per poi rilevare associazioni tra intensità dell'uso di Internet e di Facebook e comportamenti offline, e tra tipi di attività online e tipi di attività offline, al fine di indagare se il comportamento online rifletta quello offline. Infine, si proporrà un altro metodo per rilevare i legami tra mondo online e mondo offline, derivante dall'analisi della pagina in oggetto: si effettuerà una distinzione tra interventi mirati alla riflessione e allo scambio di idee e di opinioni, il cui senso si esaurisce nell'espressione degli stessi, ed interventi mirati a prendere decisioni, e quindi a influire direttamente nelle decisioni politiche, incoraggiando a mobilitazioni o altre forme di intervento.

Capitolo 1. Forme Della Partecipazione Politica nella Tarda Modernità

Quando parliamo di partecipazione politica ci riferiamo ad un concetto mutevole. Sebbene si possano analizzare molte forme sotto cui si presenta tale fenomeno, nel presente lavoro ci si concentra sulla partecipazione così come viene a configurarsi in epoca contemporanea nelle società a democrazia rappresentativa.

Certamente, la partecipazione politica cui si fa riferimento ha dei punti di continuità con quella che avviene in altri contesti, geografici e storici – pensiamo ad esempio alla polis greca - e tuttavia quello a cui assistiamo oggi è un tipo di partecipazione che trova le sue radici in epoca moderna, quando intorno al 1700 nel mondo occidentale si sviluppa un nuovo modello di sociabilità, di relazioni tra governanti e governati (Raniolo, 2002, p. 22), in cui al cittadino è data la possibilità di prendere parte attivamente ai processi decisionali attraverso la designazione dei propri rappresentanti. Intendere la partecipazione quale prodotto della modernità significa porre come punto di partenza la concezione di individuo come “soggetto di volontà razionale” (ivi, p. 41), e di popolo come sovrano, che si esprime non solo attraverso la delega del raggiungimento delle proprie istanze a rappresentanti istituzionali. Si tratta quindi di un fenomeno che ha a che fare con il riconoscimento della cittadinanza attiva (ivi, p. 56), frutto del processo di democratizzazione dello Stato.

Precisato ciò, sono molteplici le definizioni di cosa sia la partecipazione politica. Nel primo paragrafo ci occupiamo di questo aspetto e delle dimensioni analitiche utilizzate per studiare tale fenomeno, le quali variano a seconda dei contesti teorici e storico-sociali in cui si inscrivono.

Nel secondo paragrafo presentiamo i dati sulle forme di partecipazione politica e sociale svolte dagli italiani, tese ad evidenziare le manifestazioni dell’oggetto di studio nel contesto entro cui si colloca la nostra ricerca. Stabilire quella che è la situazione nel nostro Paese a questo proposito è la premessa per cercare di comprenderla alla luce dei

cambiamenti che hanno portato alla configurazione sociale odierna, presentati nel terzo paragrafo.

Nel quarto paragrafo facciamo una rassegna dei principali filoni di studio nell'analisi dell'azione collettiva, per poi occuparci di quali siano le caratteristiche dei nuovi movimenti, concentrandoci sulla loro articolazione "a rete".

1.1 Definizioni e dimensioni analitiche della partecipazione politica

Molto genericamente, possiamo intendere la partecipazione come quella forma di agire politico connessa specificamente al governo della società, che comprende l'insieme di quei comportamenti dei cittadini orientati ad influenzare il processo politico. Questo implica il fatto che i cittadini possano non solo delegare la propria rappresentanza ad altri, ma che siano inseriti in un corpus di procedure che permettano loro di contribuire ai processi decisionali.

La complessità delle condizioni e dei modi in cui si può partecipare viene racchiusa nella definizione di Pasquino: si può parlare di partecipazione politica quando:

“nell'ambito di un dato sistema politico od organizzazione (di cui si è parte o si aspira a far parte) attraverso un insieme di atteggiamenti o comportamenti concreti si prende parte, cioè si cerca di influenzare (in maniera più o meno diretta e più o meno legale) le decisioni dei detentori del potere politico, nonché la loro stessa selezione, nella prospettiva di conservare o modificare la struttura, e quindi i valori, del sistema di interessi dominanti” (Pasquino, 1997, p 42).

Similmente, Millefiorini dà una definizione idealtipica di partecipazione politica definendola come:

“un agire che messo in atto da motivazioni individuali o di gruppo, in esclusiva relazione ad un contesto sociale, ha per oggetto problematiche relative alla politica, che assume necessariamente forme collettive ed ha come obiettivo quello di intervenire, direttamente o indirettamente, nei processi di elaborazione delle decisioni del sistema politico, o, in casi eccezionali, di sostituirsi ad esso” (Millefiorini, 2002, p. 19).

Nell'espressione “direttamente o indirettamente” emerge la prima distinzione analitica del concetto di partecipazione. Essa può riferirsi infatti ad azioni che i cittadini compiono per delegare ai propri rappresentanti il ruolo di portare avanti le proprie istanze, oppure

riguardare pratiche in cui la società civile è costantemente coinvolta nelle decisioni politiche. In base alle forme che assume la partecipazione in questo senso, Barber (1984) distingue la partecipazione dei cittadini in “rappresentativa” o “debole” e “diretta” o “forte”. Tali caratteristiche definiscono secondo l'autore la qualità della democrazia: una democrazia debole vede i cittadini relativamente passivi: il sistema si fonda prevalentemente sull'elezione dei propri rappresentanti (ad esempio, la pratica del voto è vista come una forma “debole” di partecipare, poiché richiede un basso coinvolgimento da parte dei cittadini in termini di risorse come lo sforzo e la continuità dell'azione). Al contrario, una democrazia forte è caratterizzata dalla possibilità costante data ai cittadini di essere attivamente coinvolti nei processi deliberativi che li riguardano.

Come vedremo in seguito, la nostra ricerca si focalizza proprio sulle forme di partecipazione diretta, e sul ruolo che le ICTs svolgono nel processo di attivazione della società civile in tal senso. Tuttavia, mentre Barber (1984; 2004) sottolinea che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione hanno un ruolo importante nel rafforzamento della democrazia, Coglianese (2007) sottolinea come in realtà non è con le ICTs che viene posta in discussione la predominanza di forme di partecipazione indiretta a favore della deliberazione “dal basso”. Invece, ci si troverebbe oggi in una situazione caratterizzata da democrazie che rimangono deboli, ma in cui una è presente una forte e diffusa informazione.

Approfondiremo meglio questo argomento nel terzo capitolo, quando ci occuperemo di quali strumenti offrano i social network per la partecipazione politica, così come presenteremo alcune delle classificazioni tradizionali che vengono a sfumarsi su queste nuove piattaforme.

Una di queste è infatti la distinzione analitica tra partecipazione visibile ed invisibile. Le definizioni di partecipazione date sinora infatti si riferiscono a quella che viene chiamata partecipazione visibile o manifesta, mentre la partecipazione invisibile (o latente) comprende “quell'insieme di orientamenti cognitivi, affettivi o valutativi (...) che non necessariamente conducono ad atti concreti, ma che esprimono un coinvolgimento emotivo e affettivo nei fatti politici” (Pasquino, 1997, p. 15; Barbagli e Maccelli, 1985, pp. 15-16, si vedano Biorcio 2003; Loera e Ferrero Camoletto, 2004), come conoscenza, interesse e fiducia verso la politica, acquisizione e scambio di informazioni su temi politici. Secondo alcuni autori (tra cui Millefiorini, 2002) in realtà non si può parlare in questi ultimi casi di vera e propria partecipazione: in questo senso la partecipazione invisibile potrebbe

sovrapporsi al concetto di “civic engagement”: informarsi e discutere di politica, ad esempio, sarebbero attività da considerarsi non già indicatori, bensì unicamente predittori di partecipazione. Anche in questo caso, vedremo che con i SNSs non è più chiaramente distinguibile cosa sia manifesto e cosa invece latente, ma per il momento continuiamo con la presentazione di alcune delle categorie classiche attraverso le quali è stata analizzata la partecipazione politica.

Essa può infatti essere definita anche in base ai tipi di attività, come negli studi di Verba e Nie (1972)¹, o ai gradi di attività, come nella classificazione di Milbrath (1965), in cui i partecipanti sono definiti in base all’impegno², da una condizione di inattività quella di massima attività.

In questo senso, una prima condizione necessaria affinché si possa partecipare è la titolarità di poter intervenire nei processi politici (Cotta, 1979), ovvero disporre dei diritti di cittadinanza: anche solo l’esser parte di una comunità giuridica attiene quindi alla partecipazione. Così, Rush la definisce come “il coinvolgimento dell’individuo nel sistema politico, a vari livelli di attività, dal disinteresse totale alla titolarità di una carica politica” (Rush, 1998, p. 121). In questa definizione emerge anche l’analisi basata sulla differenziazione dei tipi di attività, che per l’autore si estende sino alla professione di rappresentante politico. Alcuni autori distinguono la partecipazione politica professionale dagli altri tipi – come Pizzorno (1993)³, altri invece escludono la “politica come professione” dal termine partecipazione. Tradizionalmente, infatti, si presuppone che essa debba essere un’attività, il cui obiettivo è influenzare le decisioni politiche, condotta dagli individui al di fuori dei loro compiti lavorativi (Verba e Nie 1972; Brady et al. 1995). Tale accezione appare essere quella più appropriata, sia perché, come precisa Raniolo, altrimenti il concetto di partecipazione politica viene a sovrapporsi a quello di azione politica (Raniolo, 2002 p. 27), sia perché pone l’accento sulla partecipazione politica da parte di privati cittadini che cercano di esercitare influenza tra di loro e nei confronti dei loro rappresentanti politici.

Un’ultima classificazione che presentiamo è finalizzata a capire il modo in cui si partecipa oggi, e ad introdurre i dati esposti nel paragrafo successivo. Essa è relativa alla

¹ Verba e Nie (1972) classificano i partecipanti in passivi, votanti, localisti, “parrocchiali”, contendenti, attivisti globali.

² La tipologia di Milbrath (1965) vede i partecipanti come apatici, spettatori o gladiatori.

³ Egli definisce quattro tipologie differenti di partecipazione: professionismo politico, partecipazione civica dei movimenti collettivi o movimenti sociali, subcultura.

distinzione tra attività convenzionali e non convenzionali; si tratta di una distinzione nata negli anni '60, momento in cui – a causa della diffusione dei movimenti collettivi e di pratiche di partecipazione politica nuove - la definizione si è allargata “sino a includere attività mirate non solo a intervenire direttamente nella costruzione dell’agenda setting politica e nel processo di decision making, ma dirette anche a sensibilizzare l’opinione pubblica piuttosto che le decisioni dei rappresentanti politici” (Anduiza et al., 2010, p. 3; si vedano Barnes e Kaase, 1979; Norris, 2002, Peretti e Micheletti, 2004).

Questa distinzione appare particolarmente rilevante poiché spesso si parla di “declino della politica”. Ma in realtà, qualora esso avvenga, occorre sottolineare che si tratta in particolar modo del fenomeno di disaffezione nei confronti delle organizzazioni politiche tradizionali e delle attività politiche convenzionali, che negli ultimi decenni ha caratterizzato le democrazie occidentali, come dimostrano, tra gli altri, gli studi di Putnam (2000). Numerose ricerche hanno infatti dimostrato che vi è un calo nell’affluenza alle urne, nell’iscrizione e nella militanza all’interno di partiti, dovuti alla perdita di fiducia nei confronti delle istituzioni della democrazia rappresentativa (Bentivegna, 2006; Dalton e Wattenberg, 2000).

Alle attività convenzionali (come votare, interessarsi di politica, discutere di politica con amici, parenti o colleghi, cercare di persuadere amici, parenti o colleghi su una propria opinione politica, contattare, o cercare di contattare, un politico per esprimere le proprie opinioni, partecipare a riunioni politiche, donare soldi o cercare fondi per un’attività politica o sociale), si affiancano quelle “non convenzionali” (Barnes e Kaase, 1979; Dalton, 1988), che non si inscrivono all’interno di una cornice istituzionale, possono essere isolate e estemporanee, e che vengono portate avanti anche in maniera occasionale.

Sono ad esempio prendere parte ad una manifestazione (pacifica o meno) attraverso diverse modalità – sit-in, flash mob, etc. - contattare o apparire nei media per esprimere le proprie opinioni, partecipare a forum o gruppi di discussione in Internet, condurre attività di lobbying, firmare o raccogliere firme per una petizione, boicottare, o comprare deliberatamente, alcuni prodotti per ragioni politiche, etiche o ambientali - azioni di consumerismo politico - per fare pressioni su multinazionali (Micheletti et al., 2003), contattare o apparire nei media per esprimere le proprie opinioni in merito a questioni d’interesse sociale o politico, partecipare a forum o gruppi di discussione in Internet,

occupare degli spazi, fare azioni di disobbedienza civile, come bloccare il traffico o dei lavori per protesta (Barnes e Kaase, 1979, Norris, 2002, Torney-Purta et al., 2001)⁴.

Definito così analiticamente l'oggetto del nostro studio, andiamo ora a presentare i modi in cui questo si manifesta. Vi è veramente un calo della partecipazione? Qual è la partecipazione ad attività più o meno tradizionali? E ancora, vi sono differenze di comportamento tra soggetti con caratteristiche socio-demografiche diverse? Abbiamo deciso di presentare alcuni dati riguardanti la situazione sociale e politica nel nostro Paese, dal momento che la nostra ricerca empirica sarà poi condotta in questo contesto.

1.2 Informazione, discussione e partecipazione politica e sociale in Italia

In questo paragrafo analizziamo i dati sulla situazione italiana forniti dall'Istat per quanto riguarda la discussione, l'informazione e la partecipazione ad attività politiche e sociali nel 2010, rilevati attraverso dell'Indagine Multiscopo Istat "Aspetti della vita quotidiana". Tutti i dati presentati riguardano la popolazione dai 14 anni in su (circa 54 mila individui). Per quanto riguarda le variabili "informazione politica" e "discussione politica", facciamo due precisazioni: come abbiamo detto, alcuni studi definiscono tali attività come semplici predittori della partecipazione politica, mentre altri le fanno rientrare nel campo della partecipazione "invisibile". In questo momento abbiamo deciso di presentare i dati riguardanti queste attività insieme ai dati sulla partecipazione "visibile", in modo da fornire un quadro generale della situazione italiana sul tema del coinvolgimento politico dei cittadini. La seconda precisazione che facciamo è che nelle indagini Istat tali variabili sono trattate in maniera diversa dalle altre forme di partecipazione: mentre sulle seconde viene chiesto agli intervistati se nell'ultimo anno abbiano preso parte ad ognuna delle varie attività (variabili dicotomiche), per quanto riguarda l'informazione e la discussione le risposte possibili sono sei⁵. In questa sede presenteremo unicamente i dati di coloro che svolgono

⁴ Incrociando le tipologie di attività convenzionali e non convenzionali, Barnes e Kaase (1979) hanno definito i partecipanti in base allo stile di partecipazione, classificandoli in inattivi, conformisti, riformisti, attivisti e protestatari.

⁵ "Tutti i giorni"; "Qualche volta alla settimana"; "Una volta alla settimana"; "Qualche volta al mese"; "Qualche volta l'anno"; "Mai".

tali attività almeno una volta a settimana, in modo da rilevare i risultati riguardanti la popolazione più attiva in tal senso.

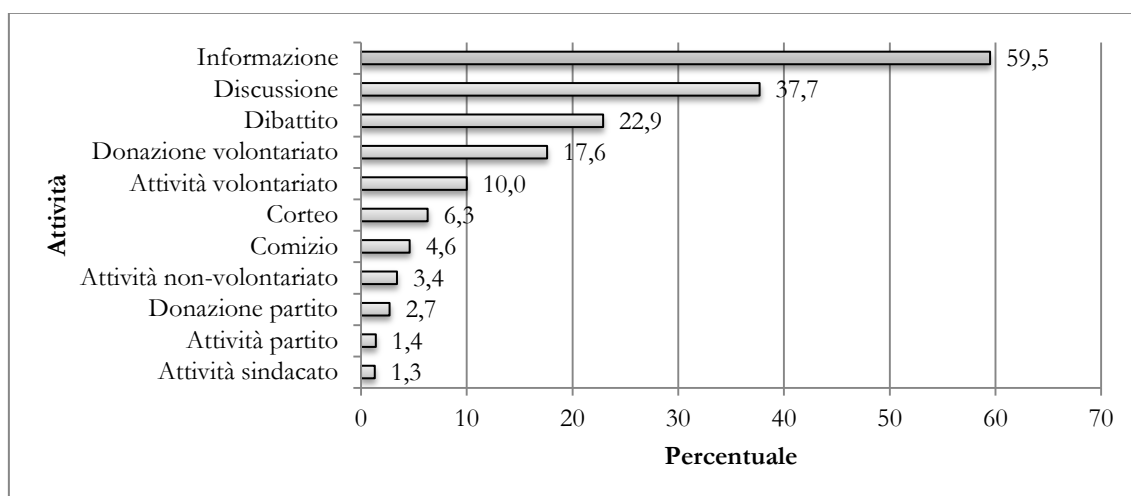
Come emerge dalla figura 1.1, gli italiani di 14 anni e più che nel 2010 dichiarano di informarsi di politica almeno una volta alla settimana sono il 59,5% della popolazione intervistata; mentre chi non si limita solo alla ricezione d'informazioni, ma contribuisce nel diffonderle discutendo di politica almeno una volta alla settimana è il 37,7%.

Per quanto riguarda la partecipazione definibile come “sociale”, il 10,0% della popolazione di 14 anni e più dichiara di aver svolto attività gratuita per associazioni di volontariato nei 12 mesi precedenti l'intervista, mentre decisamente minore è la percentuale di coloro che hanno svolto attività gratuita per associazioni non di volontariato (3,4%). Il coinvolgimento verso istituzioni come i sindacati o i partiti è ancora minore: solo l'1,3% dichiara di aver prestato il proprio tempo per svolgere attività gratuita per qualche sindacato, e l'1,4% per qualche partito.

Emerge da questi dati il distacco da enti un tempo riconosciuti come canali di rappresentanza politica, sostituito dall'avvicinamento a soggetti non istituzionali come le associazioni, fenomeno supportato anche dai dati riguardanti la donazione di denaro agli stessi: il 17,6% dichiara infatti di aver versato soldi in favore di associazioni di volontariato, contro il 2,7% di chi ha effettuato donazioni alle casse di un partito.

Tra le altre forme di partecipazione, rileviamo che il 22,9% ha assistito nell'anno precedente a dibattiti politici, mentre risultano meno diffuse la partecipazione a comizi (6,3%) e a cortei (4,6%).

Figura 1.1 – Attività politiche e sociali nel 2010 (valori percentuali)



Nostra elaborazione dei dati Istat 2011⁶

I dati Istat permettono anche di comparare gli andamenti delle varie attività nel corso dell'ultimo decennio. In generale, l'informazione politica, essendo un'attività relativamente passiva se confrontata alle altre forme di partecipazione, registra percentuali nettamente superiori alle altre, seguita dalla discussione politica. Per quanto riguarda le altre attività, non si rilevano scarti significativi tra l'adesione ad esse tra un anno e l'altro. In ogni caso, tralasciando le variazioni tra gli anni e focalizzandosi solo sui valori iniziali e finali (anni 2001-2010), rimangono sostanzialmente invariati i valori di attività come donare soldi a partiti, svolgere attività gratuita per essi, assistere a un dibattito, donare soldi ad associazioni. Lievemente aumentate sono: svolgere attività gratuita per associazioni (+1,4%) ed informazione politica (+1,2%), mentre una crescita maggiore si ha per la discussione politica (+3,9%). Nessuna delle attività è calata negli ultimi dieci anni.

Differenze di genere

Persistono dei forti squilibri, specialmente riguardo ad alcune specifiche attività, tra i generi. Se i maschi che si informano in maniera assidua di politica sono il 67,3%, le femmine sono il 52,2%. Lo stesso vale per la discussione politica: la popolazione maschile si impegna assiduamente in quest'attività per il 46,4% del totale, mentre quella femminile per il 29,9%. Anche per quanto riguarda il resto delle forme di partecipazione gli uomini registrano valori superiori alle donne: nella partecipazione a comizi (8,5% contro 4,2%), a

⁶ Reperibili all'indirizzo <http://www.istat.it/it/archivio/36071>

cortei (5,4 contro 3,9%) e a dibattiti (27,4% contro 18,8%), nello svolgere attività gratuite per partiti (2,2% contro 0,7%), per associazioni di volontariato e non (rispettivamente 10,5% contro 9,5% e 4,1% contro 2,7%) e per sindacati (1,9% contro 0,7%), nel donare soldi a sindacati (17,8% contro 17,4%) e a partiti (3,4% contro 2,0%)⁷.

Differenze tra classi d'età

Vi sono anche delle differenze tra i soggetti di età diversa. In genere, in tutte le attività la classe d'età che va dai 55 ai 59 anni è la più attiva, seguita dalle classi limitrofe, 45-54 e 60-64.

La classe 55-59 registra infatti i valori più alti sull'informazione (70,6%) e sulla discussione politica (48,3%), sulla partecipazione a comizi (8,2%), e a dibattiti (34,8%), sullo svolgere attività gratuite per partiti (2,7%), per associazioni di volontariato (13,8%) e per sindacati (2,8%), e sul donare soldi a partiti (4,6%).

Le uniche variazioni a questo trend si hanno per la partecipazione a cortei e per l'attività gratuita per associazioni non di volontariato, svolte in misura maggiore dai più giovani. In particolare, tra i 18 e 19 anni, la presenza a cortei è nettamente più alta di quella delle altre classi (15,9%)⁸.

Differenze per ripartizione geografica⁹

In generale, nel Nord si registrano percentuali maggiori di partecipazione a tutte le attività. Le maggiori differenze tra regioni del Nord e del Sud riguardano l'informazione (66,5% al nord e 49,7% al Sud) e la discussione politica (rispettivamente 42,1% e 31,8%). Grande scarto anche per quanto riguarda la partecipazione in associazioni, come donar loro soldi (22,8% al Nord e 10,0% al Sud), e svolgere attività gratuita per associazioni di volontariato (13,1% al Nord e 6,6% al Sud).

Vi sono differenze minori per quanto riguarda l'aver assistito ad un dibattito politico (24,3% a 21,4%); gli scarti sono poi minimi per quelle attività che vengono svolte da un'esigua parte della popolazione, ovvero svolgere attività per associazioni non di volontariato (tra il 4,6% e il 2,0%) e donare soldi a partiti (3,6% contro 1,3%). Non si

⁷ Appendice Parte Teorica, figura 1

⁸ Appendice Parte Teorica, figura 1

⁹ Elaborazione dati Istat aggregando Nord-ovest e Nord-est; Sud e Isole

riscontrano poi particolari differenze per quanto riguarda attività per partiti (tra l'1,3% e l'1,5%).

Le attività in cui prevale il Sud sono la partecipazione a cortei (4,9%), anche se le tre aree si situano tutte intorno al 4,5%, e l'assistere a comizi (Sud: 7,9% contro il 4,8% del Nord)¹⁰.

Differenze per condizione professionale

Anche in questo caso sono state accorpate alcune categorie di soggetti: abbiamo deciso di mantenere la sola distinzione tra occupati e non occupati, pur facendo presente che vi sono differenze anche all'interno delle varie categorie (ad esempio, al crescere del prestigio della professione cresce l'attività politica in generale), e un'altra distinzione rilevante è relativa alla partecipazione a cortei, svolta per lo più da studenti. Persistono in ogni caso delle differenze tra i soggetti nelle due condizioni. Gli scarti massimi si hanno in particolare per quanto riguarda l'assiduità nell'informazione politica (68,3% degli occupati e 48,9% dei non occupati) e la discussione politica (rispettivamente 68,3% e 30,4%)¹¹.

Differenze per livello d'istruzione

Per tutte le attività, poi, ad un livello d'istruzione più alto corrisponde un più alto livello di partecipazione. Come nei casi precedentemente illustrati, gli scarti maggiori si riscontrano nell'assiduità nell'informazione e nella discussione politica, nell'ascolto di dibattiti e nel donare soldi per associazioni¹².

In conclusione, possiamo evidenziare due tendenze. La prima è che il profilo del partecipante più attivo è ancora maschile, residente al Nord, intorno ai 50 anni, occupato e con un livello d'istruzione alto. La seconda è che nell'ultimo decennio la partecipazione in generale non è calata. Quando infatti si parla di trasformazioni della partecipazione ci si riferisce ad un arco di tempo maggiore.

I risultati di questa breve presentazione della situazione italiana sono in linea con quelli della gran parte delle survey nazionali di molti Stati. In base a ciò, nella letteratura si è

¹⁰ Appendice Parte Teorica; figura 1. Per chiarezza nel grafico sono riportati unicamente i valori di Nord e Sud-Isole, poiché le regioni centrali si situano su ogni attività su valori intermedi tra quelli di Nord e Sud.

¹¹ Appendice Parte Teorica; figura 1

¹² Appendice Parte Teorica, figura 1

formulato un modello denominato “SES model” (acronimo di “socioeconomic status”) - i cui indicatori sono variabili relative all’occupazione, all’educazione e al reddito - e varie declinazioni dell’ipotesi della centralità (si veda Pizzorno, 1993). Secondo tale modello, partecipano in misura maggiore quei soggetti che occupano posizioni centrali nella società e nei propri gruppi di riferimento – più o meno omogenei - ovvero coloro che dispongono di maggiori risorse in termini materiali e cognitivi. Tale impostazione presuppone che a determinare la partecipazione sarebbero principalmente variabili *micro* (come preferenze, motivazioni e scelte individuali), su cui si concentrano l’ottica individualistica e le teorie dell’azione. Altre impostazioni si focalizzano invece su variabili *macro* come le strutture e i macro-processi sociali, (strutturalismo “olistico”), o su variabili *meso* (condizioni organizzative e istituzionali) (Raniolo, 2002, pp. 34-37).

Noi riteniamo che per comprendere i cambiamenti nelle forme di partecipazione non ci si debba concentrare su un solo tipo di fattori: è difficile addurre le cause del calo della partecipazione tradizionale a ragioni sistemiche che non permetterebbero agli individui di esprimere le proprie preferenze politiche: il calo di partecipazione si registra in Paesi come l’Italia in cui le SOP (strutture di opportunità politiche) sono ottimali, cioè Paesi ad orientamento liberale, con un sistema che permette la libera scelta di rappresentanti, in cui esiste la libera circolazione di informazioni, e che hanno un livello di avanzamento tecnologico abbastanza alto. Non sembra nemmeno soddisfacente analizzare il fenomeno adducendo come determinanti il capitale sociale, l’accesso all’informazione e le variabili socio-demografiche, poiché a ritirarsi dalla politica tradizionale sono anche e in primo luogo individui con un alto livello di istruzione e di informazione politica, con un buono status socioeconomico e che presentano quindi quelle caratteristiche che abbiamo visto predisporre tradizionalmente alla partecipazione.

Per comprendere tale fenomeno è dunque necessario un approccio multidimensionale, senza forzare le proprie analisi concentrando l’attenzione solo su un tipo di fattori. Nel paragrafo seguente analizzeremo i cambiamenti sociali che hanno contribuito alla configurazione della partecipazione in epoca contemporanea, per poi fare una rassegna dei maggiori filoni interpretativi dell’azione politica degli individui e dei movimenti.

1.3 Agire sociale e politico nella tarda modernità

Per comprendere il cambiamento delle forme di partecipazione politica è necessario inquadrarle nel contesto sociale contemporaneo, il quale è stato definito in diverse maniere, da Bauman (1993) come postmodernità, da Beck (2000) come seconda modernità e da Giddens (1994) come tarda modernità. Con la sua definizione Giddens si riferisce alla fase storica e sociale contemporanea caratterizzata dalla radicalizzazione di alcuni aspetti che prendono forma nella fase moderna e che presentiamo di seguito.

La fase moderna, intesa come insieme di modi di vita ed organizzazione sociale, ha le sue origini nell'Europa del XVII secolo (Giddens, 1994), segna il distacco dagli ordinamenti sociali premoderni, in cui nelle società vi era con-fusione di individui nella collettività, e porta ad uno stadio caratterizzato dalla differenziazione e dalla complessità. Durkheim (1996), nello studio dei cambiamenti che hanno portato alla fase moderna, si concentra sull'aspetto relativo alla coesione sociale, vale a dire, sui fattori generativi di solidarietà sociale presenti nei diversi aggregati. Egli definisce i tratti delle società primitive o "segmentarie", formate dalla ripetizione di aggregati altamente omogenei e relativamente autonomi, come famiglie, tribù, clan, in cui l'unità è data dalla condivisione del nome o in base alla consanguineità. Secondo la sua analisi, la solidarietà tra gli individui e i gruppi di queste comunità viene generata da tre condizioni, ovvero che la coscienza comune copra in buona parte il volume della coscienza individuale, che i suoi impulsi siano abbastanza forti da subordinare le inclinazioni personali dell'individuo, e che le pratiche di comportamento siano definite, chiare, in modo da non lasciare spazio alla riflessione individuale nell'interpretazione delle norme sociali. Per Marx (1968) l'uomo che vive in comunità esprime il suo essere "ente generico", mentre con l'evoluzione sociale si assiste, secondo Weber ad un processo di razionalizzazione collegato alla differenziazione delle sfere di senso¹³: i vari sistemi, come quello economico, politico, religioso, scientifico e professionale, tendono a differenziarsi e ad assumere razionalità e codici propri, portando come conseguenza una spinta alla razionalizzazione nelle diverse sfere sociali (si veda Weber, 1995). Un altro effetto di tale processo è la possibilità per la coscienza personale di autonomizzarsi parzialmente dalla coscienza collettiva. La società quindi lascia un margine più ampio all'iniziativa individuale; il sistema sociale si apre alla mobilità orizzontale e

¹³ Sui concetti di razionalizzazione e disincantamento del mondo si veda Salamone, 2008.

successivamente a quella verticale; l'individuo, dacché bloccato nel proprio status, può attivarsi per l'acquisizione di ruoli autonomamente scelti.

Vi è quindi chi, come Beck (2000), identifica la modernità con il processo sociale di individualizzazione. Il concetto di *individualismo morale* rispecchia, secondo Durkheim, non già la perdita, ma la trasformazione della coscienza collettiva, che “si riduce sempre più al culto dell'individuo” (Durkheim, 1996, p. 397); si tratta di un tipo di morale comune che perde quella trascendenza propria della coscienza collettiva delle società segmentarie, e si fa in un certo senso più umana e razionale. L'affermazione dell'individualismo morale ha come conseguenza l'aumento delle possibilità per gli individui di crearsi alcuni vincoli autonomamente - in quanto si tratta di una norma sociale che non indirizza più le attività dei membri della società verso qualcosa di trascendente. Questo tema viene trattato da Weber utilizzando la nozione di *politeismo dei valori*, che ha a che fare con la perdita di un'unità di senso che fa da guida a tutti i membri della società, e che fa sì che ciascuno sia al contempo libero e costretto ad una solitaria ricerca del senso ultimo del proprio agire - precipuamente attraverso il proprio lavoro (Weber, 2004).

Se per Durkheim l'individuo moderno corre dunque il rischio di trovarsi in uno stato anomico, una condizione patologica dell'individuo stesso dovuta all'assenza di norme chiare che regolano il proprio agire, per Weber tale stato d'incertezza è ricollegabile ad un tratto della modernità che di per sé sarebbe positivo, ovvero il politeismo dei valori, in un quadro che vede l'individuo come agente attivo impegnato a scegliere autonomamente quale percorso di vita seguire. La mancanza di senso dell'individuo moderno deriva in questo caso dall'eccesso di sfere di produzione di senso, causato dalla differenziazione dei sistemi ed accelerato nella tarda modernità con il dissolversi delle “grandi narrazioni”. In questa fase vi è un cambiamento nell'accelerazione e nella portata dei cambiamenti sociali, dovuto al fenomeno della globalizzazione e a quello dello sviluppo delle tecnologie.

I cambiamenti delle forme di partecipazione politica sono da far rientrare in questo contesto. Innanzi tutto, le forme di fare politica sono caratterizzate dal superamento delle appartenenze politiche tradizionali. Se la modernità era il periodo dei gruppi stabili, delle appartenenze forti, dei partiti di massa, nella tarda modernità gli individui si allontanano dai partiti tradizionali, i quali perdono la loro funzione preminente di rappresentare politicamente e culturalmente le istanze dei cittadini.

Non si sta parlando di cambiamenti che hanno coinvolto tutti gli aspetti dei partiti. Infatti, i partiti di massa continuano ad essere l'attore fondante delle democrazie

rappresentative come la nostra, e svolgono la funzione di filtrare ed organizzare le domande di elettori e gruppi d'interesse per poi influenzare la policy dal punto di vista legislativo. Tuttavia, essi hanno via via perso la loro funzione "identificante", e cioè quella di "costruire, preservare, rafforzare le identità collettive" (Pizzorno, 1993, p. 175).

Non vogliamo qui addentrarci nel tema dei cambiamenti che hanno subito i partiti in Italia dal secondo dopoguerra ad oggi, ma possiamo guardare ad esempio alla differenza tra i partiti odierni e quelli che si rivolgevano a categorie socialmente e culturalmente ben definite e differenziate (pensiamo alle aggregazioni di gruppi formali o meno attorno alla DC e al PC, rappresentanti la subcultura politica cattolica e comunista). Col tempo, essi hanno ridotto la propria componente ideologica, cercando un elettorato aldilà delle divisioni di classe (Pizzorno, 1993). Con il ridimensionamento del supporto ideologico, frammentato e "semplificato", diminuisce quella che è la dimensione della "membership" – con eccezioni rappresentate ad esempio dal fenomeno della Lega Nord - e si rafforza la leadership, arrivando alla delimitazione di un partito sempre più personale (Calise, 2000), caratteristico della Seconda Repubblica. Il declino della funzione di socializzazione dei partiti e della legittimazione dei cittadini nei loro confronti tuttavia non è un fenomeno solo italiano.

Secondo Beck l'esito di questo processo non è l'apatia politica dei cittadini, bensì forme di partecipazione politica definibili come "sub-politics" (Beck, 1994): forme non convenzionali di fare politica, che vengono messe in atto al di fuori dei canali e delle istituzioni tradizionali.

Così, non ci si riferisce ad un generale allontanamento dalla partecipazione politica, ma a un approccio alla politica che è stato definito in vari modi, "self politics o life politics" per Giddens (1994), o "lifestyle politics" per Bennett (1998). Questo concetto sta a significare che sempre più gli individui mettono in discussione i modelli precedenti di affiliazione politica, la cittadinanza si realizza quindi attraverso una varietà di pratiche private o semi-pubbliche ed il percorso politico scaturisce da un processo riflessivo individuale, autonomo e continuo (Beck et al. 1994), in cui la vita sociale e politica viene organizzata dai soggetti in base a valori attinenti al loro stile di vita e narrative personali (Bennett, 2004, p. 4).

In questo senso la riflessività secondo Giddens "consiste nel fatto che le pratiche sociali vengono costantemente esaminate e riformate alla luce di nuovi dati acquisiti in merito a queste stesse pratiche, alterandone così il carattere in maniera sostanziale" (Giddens, 1994, p. 46): gli individui non attuano più quindi una mera reinterpretazione di

modelli politici, ma la riflessività incoraggia forme sfumate di soggettività e di pratiche del sé come progetto riflessivo, le cui conseguenze in termini di partecipazione politica sono l'aumento della consapevolezza politica dei cittadini, l'esigenza di affiancare alle consuetudini della democrazia rappresentativa momenti deliberativi, nonché lo sviluppo di forme più pluralistiche di attivismo (Giddens, 1994, pp. 52-59), basate su identità frammentate e mutevoli (Bauman, 1993). Anche l'analisi di Dahlgren (2006) rileva la dispersione di rappresentazioni culturali unificanti, che comporta la crescente pluralizzazione, frammentazione e parcellizzazione della società lungo le linee di etnia, consumo mediale, interessi culturali e stili di vita (Svensson, 2009).

1.4 L'azione collettiva oggi: approcci a confronto

Le precedenti analisi si concentrano su come nell'epoca attuale gli individui cerchino forme di partecipazione piuttosto autonome, e tale cambiamento coinvolge e struttura tanto la partecipazione individuale quanto quella organizzata collettivamente, tema, quest'ultimo, del presente paragrafo. Ricordiamo che la partecipazione politica è un concetto multidimensionale, che può essere quindi scomposto e analizzato sotto diversi punti di vista. Le teorie sociologiche si sono concentrate ora su uno, ora su un altro aspetto, trovando molteplici determinanti alla partecipazione e privilegiando differenti letture dell'azione collettiva. Della molteplicità di approcci che riguardano lo studio dei movimenti sociali, in questa sede intendiamo presentare un breve excursus dei maggiori filoni teorici concernenti lo studio dei movimenti, in linea con gli obiettivi della presente ricerca. Evidenziamo quindi i tratti della "scuola americana", attraverso la resource mobilization theory e la political process theory, a cui sono succedute le teorie framing e quelle sull'identità dei nuovi movimenti. Innanzi tutto, il concetto di movimento sociale si riferisce a:

“reti di rapporti non formalizzati più o meno strutturati dal punto di vista organizzativo; se, infatti, i partiti e i gruppi di pressione hanno confini organizzativi abbastanza precisi, i movimenti sociali sono prevalentemente composti da reti disperse e debolmente connesse di individui che si sentono parte di uno sforzo collettivo” (Della Porta, 2003, p. 21).

I movimenti quindi, sebbene possano avere al proprio interno la presenza di organizzazioni, non coincidono con esse, ma si basano su relazioni prevalentemente

informali. Essi, inoltre, si mobilitano utilizzando diverse forme di protesta su tematiche di tipo conflittuale (Della Porta e Diani M. 1997).

I movimenti nati durante gli anni '60 e '70 mettono in discussione le due principali chiavi di lettura utilizzate sino ad allora per interpretare i conflitti sociali, ovvero l'approccio marxista e quello struttural-funzionalista. In questo contesto emergono la teoria della privazione relativa, secondo cui i movimenti sarebbero innanzi tutto l'esito di una risposta spontanea e naturale a condizioni ritenute intollerabili, ma che non spiegherebbe l'impegno dell'attore individuale (si veda Pizzorno, 1993), e la *resource mobilization*, nata negli anni '70 come critica rispetto alle teorie secondo cui i movimenti di protesta sarebbero da addurre a motivazioni irrazionali compiute da segmenti marginali della società, da inquadrare come fenomeno di distorsione del sistema sociale (Caniglia e Carmin, 2005). La *resource* invece – in linea con una visione economicistica delle relazioni sociali – ha come postulato il modello di attore razionale, che si muove secondo un calcolo dei costi e benefici nella scelta di mobilitarsi su determinate issues (McCarthy e Zald, 1977). Questa teoria evidenzia come la strutturazione e la professionalizzazione dell'azione collettiva attraverso organizzazioni dotate di leadership e risorse economiche adeguate (SMOs) siano elementi centrali per la stabilità dei movimenti.

Tra gli anni '70 ed '80 il paradigma della *resource* ha dominato lo studio dei movimenti sociali, specialmente negli USA, mentre in seguito è stato criticato fondamentalmente per due ragioni (si vedano Pizzorno, 1993; Brady et al., 1995): in primo luogo perché, enfatizzando il frame economicista, ignorava il peso che le ideologie e i valori giocano nel motivare e unire i soggetti partecipanti, non tenendo quindi conto dei contenuti della protesta (Melucci, 1982), ed inoltre perché in quegli anni aveva come oggetto i movimenti di organizzazioni professionali, specialmente del contesto americano, e non serviva a spiegare le dinamiche collettive dei molti movimenti che nascevano “dal basso” in quegli anni in diverse parti del mondo (Leach e Scoones, 2007).

Quindi, sempre nel contesto americano, si sviluppa poi la *political process theory*, che si concentra invece sul contesto storico, sociale e politico che concorre a determinare il successo o il fallimento di un movimento. In essa i “cicli della protesta” (Tilly, 1978; Tarrow, 1998) vengono spiegati alla luce dei cambiamenti della “struttura delle opportunità politiche” (SOP) specifica di ogni sistema sociale, e cioè quella dimensione analitica della partecipazione che attiene al contesto storico-istituzionale di riferimento entro il quale collocare la partecipazione politica, ovvero l'insieme di risorse e vincoli della partecipazione

politica che varia a seconda della cultura politica di un Paese, delle condizioni socio-economiche, e della sua evoluzione tecnologica (Tarrow, 1998; McAdam, 1996).

L'azione politica conflittuale (contentious action) e le strategie messe in campo dai movimenti dipendono da relazioni di potere preesistenti tra differenti attori sociali istituzionali, gruppi d'interesse e movimenti¹⁴.

Le critiche a questo approccio generalmente rilevano l'eccesso di attenzione per il livello strutturale piuttosto che per quello micro-sociale dell'azione, che porta a tralasciare quindi componenti culturali e sociali determinanti la mobilitazione. A questo proposito, gli stessi McAdam, Tarrow e Tilly (2001) nel libro "Dynamics of contention" tentano di ridefinire i precedenti modelli strutturali statici attraverso la ricerca di meccanismi e processi dinamici che caratterizzano le contentious politics.

Infine, l'attenzione all'interpretazione delle SOP da parte dei movimenti viene utilizzata mediante il riferimento al lavoro di Goffman (2001) sulla frame analysis (si veda Snow, 1996). In quest'ottica il successo della mobilitazione sarebbe ascrivibile all'allineamento del messaggio del movimento con l'inquadramento – cognitivo e valoriale - dei destinatari ed alla coincidenza dei simboli e significati con quelli della società.

1.5 I nuovi movimenti: il concetto di network come forma della partecipazione politica

La teoria dei nuovi movimenti sociali (NSM) nasce negli anni '60, e tenta di superare il riduzionismo proprio delle teorie che tentavano di spiegare l'azione collettiva attraverso una variabile determinante il successo o meno della protesta, focalizzandosi invece sulle motivazioni all'azione.

Il termine nuovi movimenti sociali è nato per riferirsi "ad azioni collettive condotte per la difesa dei diritti culturali, ossia condotte da parte di categorie culturali" (Touraine, 2009, p. 173; 1985), etniche, sessuali, culturali. In questo senso Touraine sostiene che il termine "movimenti culturali" esplica in maniera migliore il carattere delle nuove aggregazioni politiche. In primo luogo infatti il cambiamento socioeconomico delle società postindustriali si riflette anche nel tipo di battaglie per cui i movimenti agiscono: mentre i vecchi movimenti si caratterizzavano per essere focalizzati su temi riguardanti la

¹⁴ A questo proposito Diani (1998) studia la densità dei legami tra SMO ed ambiente esterno.

rivendicazione di risorse materiali, i nuovi movimenti si concentrano su interessi postmaterialistici (Inglehart, 1977), su temi di tipo culturale e simbolico, riguardanti gli stili di vita, e quindi su battaglie di tipo identitario (Habermas, 1986; Touraine, 1985; Melucci, 1982). Cambia inoltre la natura ideologica sottostante all'azione collettiva: il tema del conflitto di classe perde rilevanza (Crook et al., 1992), e acquistano importanza temi che non attengono ad un particolare segmento sociale ma riguardano gruppi multipli. L'azione è poi di tipo espressivo-simbolico più che strumentale: non vi è il tentativo di impossessarsi delle strutture di potere, e l'azione viene rivolta più alla mobilitazione dell'opinione pubblica che allo Stato, attraverso un importante uso dei media, tradizionali e nuovi. In ultimo, le forme di espressione politica oggi prescindono anche dai legami spaziali e temporali: le rivendicazioni portate avanti dai nuovi movimenti riguardano interessi ed istanze transnazionali (Della Porta et al., 2003).

Questo approccio si concentra perciò su come l'identità collettiva dei movimenti viene formata durante momenti "di latenza" in cui gruppi sociali formano network che agiscono attraverso pratiche di vita quotidiana o semi-pubbliche, ed emerge periodicamente in quelle che sono poi le vere e proprie mobilitazioni.

Ad ogni modo, se i movimenti odierni presentano alcune delle caratteristiche sopra citate, la complessità della loro configurazione non può essere generalizzata attraverso un pattern preciso, tanto che alcuni studiosi preferiscono parlare di "coalizioni di network" piuttosto che di movimenti.

In questo senso intendiamo presentare la "logica culturale del networking" definita da Juris (2004) come principale assetto dei network di attivisti. Gli attori sociali sarebbero infatti orientati da una triplice declinazione del termine network:

- l'organizzazione dei movimenti è flessibile ed è formata da legami orizzontali e connessioni tra parti differenti e autonome, i nodi (il network come forma)
- la logica del network, specialmente nei movimenti per la giustizia globale da lui studiati, diventa un ideale culturale, un modello per forme emergenti di democrazia diretta: attraverso un coordinamento decentralizzato i singoli nodi possono partecipare in maniera diretta nei processi decisionali che li riguardano (il network come norma)
- libero scambio dell'informazione, resa possibile dalle ICTs (network come infrastruttura) e in questo caso la logica è quella "open source"

Vi è nei nuovi movimenti sociali un rifiuto di modelli gerarchici di organizzazione. Questo ha come prima conseguenza l'allontanamento dalle forme partitiche e strutturate di militanza, e in secondo luogo, fa sì che gli stessi movimenti assumano forme reticolari (si veda Castells, 2002; Bennett, 2004).

L'attenzione alle strutture di relazioni nei network emerge anche dagli studi di Diani. Egli assume che la spiegazione dei fenomeni sociali debba essere ricercata nelle relazioni tra gli elementi, piuttosto che nelle loro caratteristiche. Per lo studio dei sistemi sociali, sarebbe quindi più adatta l'analisi delle variabili relazionali, riguardanti le relazioni *in sé*, piuttosto che l'analisi delle variabili che riguardano gli attributi dei soggetti o i loro orientamenti valoriali. Il focus sulle relazioni trova la sua ragion d'essere nella convinzione che il tratto distintivo dei movimenti sociali siano le forme organizzative reticolari (Diani, 2002, p. 173), determinate dagli "effetti circolari di reciproca co-determinazione" (Salvini, 2007, p. 7) delle relazioni di interdipendenza tra gli attori sociali e la configurazione complessiva di tali interdipendenze.

Tuttavia, Diani tenta di distaccarsi dalla versione *hard* dell'analisi strutturale, che assegna una netta predominanza della struttura sull'attore, mentre si avvale di quella *soft*, non rigidamente strutturalista, che si avvicina alla visione dell'individualismo metodologico strutturale, o debole, in cui prevale l'assunto che vi sia circolarità tra l'azione e la struttura, e che l'attore sia competente nella creazione delle proprie reti, in cui i vincoli sociali sono originati dall'azione tanto quanto la determinano (Diani, 2002, p. 174)¹⁵.

Infatti, un primo modo di concepire il network è postulato dall'analisi strutturale: i fenomeni sociali possono essere interpretati come reti di relazioni, e la società stessa può essere quindi assimilata ad una rete, scomponibile in attori, connessioni e strutture. Le reti sociali possono essere codificate matematicamente e formalizzate in grafi: "le strutture sociali possono essere rappresentate come network, cioè come insiemi di nodi (o membri del sistema sociale) e come insiemi di legami che indicano le loro interconnessioni" (Wellman e Berkowitz, 1988, p. 4). In quest'ottica i legami personali – sebbene teoricamente non siano considerati come residuali - vengono rilevati solo in quanto

¹⁵ Gli attori creano relazioni, che a loro volta condizionano gli attori. Secondo White e Hanneman (2004) il network ha proprietà strutturali da una parte, e dinamiche dall'altra. L'analisi di queste ultime può essere fatta in due sensi: analisi dal micro al macro (in termini probabilistici, come l'azione creerebbe relazioni e modificherebbe le proprietà sistemiche), e analisi dal macro al micro (come la struttura determinerebbe l'azione).

contribuiscono o meno a modificare la struttura. Non viene quindi presa in considerazione l'autorappresentazione degli individui, né il modo in cui essi prendono decisioni, e in base a quali obiettivi.

L'approccio soft allo studio dei network prevede che da una parte, quindi, sia la posizione occupata all'interno del sistema sociale a determinare comportamento individuale, ma dall'altra, la forma delle relazioni sarebbe *in parte* spiegabile anche come l'esito di scelte da parte degli attori, individui o gruppi, che sono i nodi di un reticolo (Wellman e Berkowitz, 1988, pp. 19-20). In questo senso emerge il problema della circolarità del processo sociale, ovvero dell'influsso reciproco tra azione e struttura: se è la posizione assunta che influenza il comportamento, la morfologia del network non viene stabilita a priori, ma viene costruita dagli individui, i quali alterano le finalità "ufficiali" dei gruppi, manipolano i propri ruoli e le proprie posizioni (Piselli, 1995, p. XXXVIII).

La lettura delle aggregazioni sociali contemporanee attraverso la metafora della rete viene effettuata anche da Bauman, il quale la oppone al concetto di struttura, intesa come modello fisso di configurazione di gruppi. La rete infatti rispecchia un modello sociale di connessione e disconnessione tra i vari nodi (gruppi od individui): ci si può collegare e scollegare in continuazione dai vari gruppi, in opposizione a quanto avviene per le comunità dell'appartenenza. L'appartenenza crea, precede il contatto tra gli uomini, mentre il network è prodotto di relazioni umane. Luoghi e persone possono essere facilmente "accesi" o "spenti": la geografia delle reti è una geografia sia di inclusione sia di esclusione (Castells, 2002, p. 223).

I network infatti vengono creati ed autogestiti dagli individui per connettersi in momenti specifici ed organizzare collettivamente la protesta. I movimenti partiti da Seattle nel 1999 ne sono un esempio: gruppi pacifisti, anarchici, religiosi, ambientalisti si sono coalizzati per protestare contro il modello della globalizzazione capitalistica (utilizzando gli strumenti propri del sistema), gruppi che non condividevano né pratiche di protesta, né un'ideologia comune di base. Vediamo come in questo caso non esistono delle identità condivise stabili tra i partecipanti: gli individui possono avere una molteplicità di posizioni "sovrapposte" e contingenti, e l'identità politica di gruppi è prodotta attraverso l'identificazione con altri soggetti che condividono una particolare posizione su un tema politico, in un determinato momento ("single issues"). In questo modo, le azioni dei cittadini attingono a identità politiche particolari in momenti particolari (Leach e Scoones,

2007), e le regole non vengono stabilite a priori ma negoziate di volta in volta (Andretta et al., 2002).

Lo stesso meccanismo appare per i recenti fenomeni come gli Indignados in Spagna o le azioni collettive scaturite dal modello di Occupy Wall Street e poi diffuse su scala globale. Sebbene vi siano delle discontinuità con il movimento di una decade fa, riemerge il tentativo di aggregare quel “99%” di individui con un percorso politico molto diverso - se non inesistente - sulla base del rifiuto di un certo modello capitalistico ritenuto responsabile delle diseguglianze globali e della crisi economica. Gli avversari anche in questo caso sono soggetti globali, e non i governi nazionali, se non in quanto “complici” dei poteri finanziari. La volontà di occuparsi in prima persona senza delegare ad organi di rappresentanza la gestione delle proprie istanze si riflette nella sperimentazione di forme di democrazia diretta: la piazza viene organizzata rifiutando simboli e bandiere di partito, in quanto le istanze di ogni singola realtà locale vengono definite nella piazza stessa, scaturiscono dai partecipanti e non sono definite a priori. La definizione degli obiettivi e l'identificazione diventa un'attività continua, ed avviene attraverso la temporanea elezione di comunità di scelta, o di affinità, favorite da Internet (Castells, 2002a; Ellison, 1997). Dopo la predominanza delle relazioni primarie (rappresentate da famiglia e comunità) sulle relazioni secondarie (rappresentate dalle associazioni), il nuovo modello dominante sembra quindi essere costruito su quelle che potrebbero essere definite come relazioni terziarie, o “comunità personalizzate”, incarnate su “network io-centrati” che hanno una forte componente di legami deboli. Questa relazione individualizzata con la società secondo Castells è un modello specifico di socialità, denominato “individualismo di rete” (Wellman, 2001), che rappresenta la sua privatizzazione, e non la semplice raccolta di individui isolati: nella società complessa, o “dell'informazione” (Castells, 2002a), le appartenenze sono plurime, gli individui partecipano attivamente alla costruzione di comunità specifiche di significati, ma al tempo stesso sono liberi di non aderire ad un solo sistema di rappresentazioni.

Nel prossimo capitolo ci occuperemo nello specifico di come la dimensione dell'azione locale sia intrecciata con la comunicazione online, e di come la “logica dei network” esposta ora venga favorita dall'uso di Internet.

Capitolo 2. Il ruolo di Internet nella riconfigurazione della Partecipazione Politica

Nel dibattito attuale nell'ambito delle scienze sociali un tema fondamentale riguarda il ruolo di Internet, “la rete elettronica che connette soggetti ed informazioni attraverso computer e altri sistemi digitali, permettendo un tipo di comunicazione ed il reperimento dell'informazione «person-to-person»” (DiMaggio et al., 2001, p. 307), nel riconfigurare le modalità di partecipazione politica.

Nel primo paragrafo presentiamo il modo in cui Internet si adatta, da una parte, e dall'altra contribuisce, ai cambiamenti nelle forme di aggregazione sociale e politica al giorno d'oggi, offrendo modalità diverse da quelle reperibili nel mondo offline per la generazione del discorso pubblico. Nel secondo paragrafo focalizziamo l'attenzione sull'estensione che possiamo dare alle varie teorie sul ruolo di Internet nella riconfigurazione della partecipazione, dato che si tratta di uno strumento dal quale ancora una grossa parte della popolazione è esclusa. Fatta questa premessa, proseguiamo con la presentazione di alcune ricerche empiriche che hanno indagato le relazioni tra uso di Internet e partecipazione offline. Se la maggior parte di esse hanno dimostrato che vi sono associazioni positive tra i due fenomeni, le opinioni riguardo le ragioni per cui tale relazione esista sono discordanti. È Internet a influire su atteggiamenti e comportamenti politici, oppure sono proprio gli individui che sono già attivi politicamente ad avvicinarsi alle piattaforme telematiche? E in secondo luogo, è possibile distinguere il fisico e il virtuale come ambiti separati delle vite degli individui?

Nell'ultimo paragrafo, poi, presentiamo le modalità con cui si partecipa online e i cambiamenti che Internet introduce nella fruizione dell'informazione politica, nella sperimentazione di forme di democrazia attraverso molteplici piattaforme e nella configurazione delle reti sociali.

2.1 Il modello di network come infrastruttura della partecipazione politica

Lo sviluppo dei media è una delle grandi trasformazioni che ha portato alla configurazione della sfera pubblica moderna, accanto alla nascita di un sistema giuridico fondato sui diritti e al processo di individualizzazione (Privitera, 2001). Con l'avvento della stampa comincia il “processo di astrazione della sfera pubblica dalle concrete situazioni assembleari” (ivi, p. 42) e si separano i diversi attori del dialogo, i quali cambiano le proprie strategie comunicative in relazione all'imprevedibilità delle conseguenze che porta con sé l'anonimato del pubblico. La sfera pubblica diventa così generalizzata - pubblico ampio e distinto dai parlanti – e mediata, “sempre meno il prodotto di interazioni faccia-a-faccia localizzate e sempre più la conseguenza di relazioni interattive attraverso i media e la comunicazione mediale” (Grossi, 2004). I mezzi di comunicazione “mediatizzano” il discorso pubblico tra cittadini e sistema della politica (Thompson, 1998), e mutano i confini spazio-temporali della produzione e ricezione del discorso. È la sfera dell'opinione pubblica in cui si muove il cittadino riflessivo di Giddens, “addestrato al filtraggio delle informazioni” (Raniolo, 2002, p. 61). Ciò che cambia con l'avvento dei nuovi media è una maggiore possibilità data agli utenti di non essere semplice “audience” di quella sfera pubblica costruita da politici, giornalisti, leader d'opinione: cambia quindi il grado di libertà nella produzione e nello scambio dell'informazione.

Nella letteratura il termine “nuovi media” non viene utilizzato con una definizione univoca, ma in generale si riferisce ai media nati con lo sviluppo dell'informatizzazione, caratterizzati principalmente da codifica digitale, convergenza, interattività ed accesso autonomo e selettivo ai messaggi (Van Dijk, 2002, 2005), in cui la comunicazione di massa viene diffusa tramite network.

Il cambiamento rispetto ai “vecchi media” risiede nel fatto che qui la sfera pubblica viene co-creata da una parte attraverso una comunicazione top-down, da parte di attori politici e media istituzionali, e al contempo sono i cittadini a scegliere quali informazioni seguire, quali discutere, e infine per quali temi attivarsi. L'accento sulle possibilità da parte degli utenti di creare contenuti ed interagire in maniera diffusa e con molta più libertà sulle piattaforme virtuali viene esplicitato attraverso il termine “web 2.0”. Con questa definizione si intende marcare una differenza non tanto di tipo tecnico, ma che riguarda l'approccio al

web, ovvero tra un tipo di gestione web 1.0, piuttosto statica, ed una più dinamica e semplice da gestire anche da parte di chi non possiede elevate e-skills.

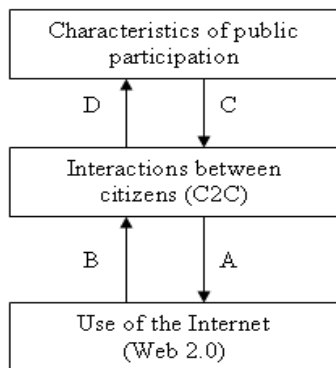
Questa premessa sulle definizioni di alcuni concetti ci permette di sottolineare che i continui cambiamenti delle forme di fare politica in Internet non risiedono unicamente nelle caratteristiche intrinseche del mezzo, ma sono gli stessi utenti che contribuiscono alla loro costante modifica.

Se infatti Internet può essere considerato come il *medium* per eccellenza della tarda modernità, lo è per due ragioni tra loro complementari. Da una parte esso contribuisce al processo di riconfigurazione sociale (Lievrouw e Livingstone, 2002) trasformando le pratiche partecipative degli individui, e al contempo aumenta la portata e la velocità dei processi culturali di pluralizzazione, frammentazione, de-istituzionalizzazione e individualizzazione (Svennson, 2009, p. 43).

Assumiamo quindi che lo sviluppo di Internet non sia né la causa, né effetto di tali processi, e tuttavia li interseca e ne è il supporto ideale (Castells, 2002; Wellman, 2001). Di conseguenza preferiamo non parlare di *effetti* di Internet sui fenomeni sociali, ma bensì di relazioni tra sviluppi delle nuove tecnologie e sviluppi di nuovi stili partecipativi. Tale approccio può essere compreso rifacendosi alla teoria della strutturazione di Giddens (1984), secondo la quale vi è interazione e compenetrazione tra azione e struttura.

Riproponiamo qui il modello utilizzato da Meijer, Burger ed Ebbers (2009, p. 102-103), in cui si evidenzia come le caratteristiche della partecipazione, i processi di interazione tra individui (“citizen to citizen interaction”, o C2C) e uso di Internet siano tra essi interrelati e si influenzino reciprocamente.

Figura 2.1 - Interrelation between use of the Internet and public participation¹⁶



Relation A. Citizens have certain patterns in interacting with other citizens and various media are used for these interactions. The Internet will be used as an additional medium for their interactions.

Relation B. The Internet offers citizens new opportunities for interacting with each other. They can, for example, more easily interact with citizens that share their interest. In that sense, the Internet influences how citizens interact.

Relation C. Formal and informal rules regarding public participation influence how citizens interact. Legal rules regarding political participation, for example, and informal rules for social participation, as another example, structure how citizens interact.

Relation D. Formal and informal rules only exist when they are being reproduced through citizen interactions. Rules that are not being followed in any citizen interactions lose their meaning.

Decidendo di seguire tale prospettiva, è possibile affermare che, come sostiene Wellman (2001), i network sociali complessi sono sempre esistiti, ma lo sviluppo tecnologico rafforza il loro affermarsi. Per quanto riguarda il processo di individualizzazione, quindi, non è Internet a creare un modello di individualismo in rete, ma sicuramente fornisce un supporto materiale adeguato per la diffusione di esso come forma dominante di socialità (Castells, 2004, pp. 51-53).

Come abbiamo visto nel capitolo precedente, il concetto di individualismo di rete ci permette inoltre di analizzare la connessione tra cittadinanza e partecipazione così come si viene a delineare nell'era digitale. Sotto questa prospettiva l'affiliazione ai gruppi di riferimento, l'adesione ai valori e la produzione di significati avviene attraverso scelte autonome di "self-selected networks" (Castells, 2002), che in maniera crescente hanno origine e/o sono mantenuti attraverso contatti digitali.

In secondo luogo, Internet contribuisce alla de-spazializzazione della partecipazione politica e sociale: si assiste in questo senso ad "un processo di *disembedding* dai tradizionali legami spaziali, temporali e sociali, spinto spesso oltre i confini territoriali dello stato-nazione (...) a cui i nuovi media contribuiscono attivamente creando le condizioni di interazioni comunicative (e quindi culturali) altamente personalizzate e persino

¹⁶ Adapted from Orlikowski, 1992, in Meijer, Burger e Ebbers (2009).

frammentate anche se nel contempo “globalizzate o addirittura capaci di orientamenti «antiglobalizzazione»” (Grossi, 2011, pp. 38-39).

Essi offrono la possibilità di partecipare autonomamente, “in solitario”, indipendentemente dal luogo in cui ci si trova. Tale de-spazializzazione della partecipazione politica permessa da Internet è accompagnata anche da un mutamento nell’orizzonte temporale: la partecipazione può essere sincrona o asincrona, a seconda delle esigenze lavorative di ciascuno, a seconda dello stile di vita individuale. Questa flessibilità nella gestione della propria vita politica e sociale viene da più parti vista come un potente incentivo alla partecipazione, poiché cambia il valore e il tipo di risorse che vengono di solito investite in essa.

Un altro processo connesso con lo sviluppo di Internet è quello della personalizzazione della politica, legata al concetto di *lifestyle politics* di cui si è parlato nel capitolo precedente, data dalla possibilità per i rappresentanti delle istituzioni di instaurare un rapporto diretto con i cittadini senza il filtro dei partiti, attraverso molteplici piattaforme su cui il politico-persona si presenta direttamente alla propria audience di sostenitori e detrattori. Questo processo si iscrive all’interno di fenomeni quali la de-istituzionalizzazione e la de-massificazione della politica: la comunicazione resa possibile da Internet è quindi funzionale allo sviluppo di identità ed attività politiche che si distaccano dal campo della politica tradizionale, in cui le istanze dei cittadini venivano veicolate dai rappresentanti, e che si basano invece su nuove forme aggregative e nuovi repertori di comunicazione ed azione. Esso è infatti il luogo ideale per i gruppi basati sulla condivisione di “single-issues” (Bentivegna, 2006): i cittadini utilizzano il web per costruire forme organizzative di tipo orizzontale, caratterizzate da appartenenze fluide, in cui gli individui sempre di più ricercano gruppi situati, evanescenti, temporanei e basati su interessi specifici.

Infine, Internet favorisce il processo di disintermediazione della sfera pubblica “mediatizzata” - o “sfera ipermediatizzata”, come la definisce De Rosa - “che si colloca al di là delle istituzioni dello stato e del suo potere di controllo” (De Rosa, 2000, p. 2).

Grossi (2011, p. 41) distingue i tre stadi del processo di mediatizzazione, ovvero quella della cultura (Thompson, 1998), quello della sfera pubblica e dell’opinione pubblica (Grossi, 2006), e quello riguardante la politica (Bennett e Entman, 2001). La fase storica di

mediatizzazione della “publicness” vede l’affermarsi di dispositivi di intermediazione che riguardano i rapporti tra soggetti e le infrastrutture in cui essi avvengono.

Posto che le relazioni sociali e politiche sono sempre più mediate dal mezzo informatico, quel che oggi avviene con le nuove tecnologie della comunicazione è che si aprono nuove possibilità per i cittadini di svolgere un effettivo ruolo attivo nella discussione pubblica, emancipandosi dalla condizione di semplici spettatori. In questo senso, Internet può ricreare il carattere dialogico della sfera pubblica, che è stato invece marginalizzato dalla comunicazione one-way di giornali, tv e radio, in virtù della possibilità di interattività e della copresenza di una comunicazione orizzontale e verticale tra i diversi attori (Thompson, 1998; Dahlgren e Olsson 2007, p 198).

La CMC (comunicazione mediata da computer) permette infatti la sovrapposizione di flussi comunicativi one-to-many, many-to-many (Castells, 2002a), ed è caratterizzata dalla moltiplicazione di sfere pubbliche a cui poter accedere (locale, nazionale, “issue-based”, transnazionale) e dalla disintermediazione comunicativa. La disintermediazione viene qui intesa come fenomeno per cui l’informazione non viene più veicolata solo dai canali tradizionali di distribuzione e produzione di senso, e lo scambio di contenuti avviene tra pari. Vi è infatti “l’affermazione di un nuovo modello di comunicazione basato sulla scomparsa, o quantomeno dalla significativa marginalizzazione, dello storyteller” (Bentivegna, 1999, p. 24): tra ciò che avviene, ovvero tra le notizie, e i fruitori, non c’è più bisogno della mediazione di figure prima indispensabili, che narrino e interpretino la realtà, i cosiddetti gatekeeper. La disintermediazione quindi comporta una ricerca individuale delle notizie, di ciò che sia la “verità”. Ciò significa che se da una parte continuano ad essere i giornalisti professionisti a fungere da filtro fra la società e la sfera pubblica mediatizzata, ad essi si affiancano spazi di comunicazione alternativa e gli stessi attori politici e sociali, che attraverso strumenti come blog, forum e social network possono autorappresentarsi e sperimentare nuove strategie di comunicazione.

Questo tipo di comunicazione è quella che Castells (2009, p. 55) definisce come “mass self communication”, “autocomunicazione di massa”, ovvero autogenerata per contenuto, autodiretta per emissione, ed autoselezionata per ricezione, in cui i contenuti creati e condivisi gratuitamente tra gli utenti creano una conoscenza condivisa, libera e globale, e rappresenterebbero un potente strumento di resistenza contro il potere della comunicazione politica istituzionale.

Definito il contesto teorico in cui ci si muove, passiamo ora ad esporre alcuni dati sulla diffusione di Internet, nel contesto globale ma soprattutto italiano.

2.2 Internet: inclusi ed esclusi

Nato negli anni '60 negli Usa come rete tra una cerchia ristretta di soggetti appartenenti a centri di ricerca e per scopi militari, Internet si è espanso a livello globale. Tuttavia molti permangono in una situazione di esclusione dal mondo digitale. Questo è vero innanzi tutto se guardiamo alla situazione mondiale, in cui vi è una netta divisione tra Paesi in cui Internet è diffuso e Paesi in cui la maggior parte della popolazione ne è esclusa. Ma le opportunità di accesso sono ineguali anche all'interno del mondo tecnologicamente più sviluppato. Una prima definizione su cui fare una breve precisazione è infatti quella di "digital divide". Un primo modo per intendere il digital divide è definirlo come il divario tra chi ha accesso a nuove tecnologie e chi non ne dispone. Tale dicotomia è stata criticata da vari autori (tra cui Norris, 2001; DiMaggio et al., 2001) poiché si basa di una definizione parziale di disuguaglianza¹⁷, di conseguenza oggi si preferisce chiamare la distinzione tra accesso e non accesso "early digital divide". Una seconda accezione si concentra sulle differenze tra chi possiede l'accesso ed è un user, e chi lo possiede ma non utilizza Internet (questo viene chiamato "primary digital divide"). Infine, una terza distinzione può essere fatta in base diverse modalità di utilizzo tra gli users ("secondary digital divide"). A questo proposito, Van Dijk (2005a) ha proposto sei posizioni di accesso alle nuove tecnologie: mai connessi, contrari, dropouts, intermittenti, continui (ma senza banda larga), e con banda larga da casa. Il concetto nel suo complesso delinea quindi un gap tecnologico tra gli individui basato su una molteplicità di fattori – come accesso, risorse, frequenza e/o qualità dell'uso, competenze.

Tale incertezza nella sua definizione, unita alle difficoltà nel reperimento dei dati su Internet – agenzie di rilevazione diverse utilizzano basi di dati e metodi diversi - ci porta a stabilire che non vi sono dati precisi sulla diffusione di Internet su scala globale. Gli ultimi dati forniti da Internet world stats¹⁸ stimano che nel dicembre 2011 vi sarebbero nel mondo oltre 2 miliardi di utenti – superando alcune recenti previsioni, secondo cui tale cifra si

¹⁷ Per una rassegna degli autori critici rispetto a tale approccio, si veda Bentivegna S., 2009.

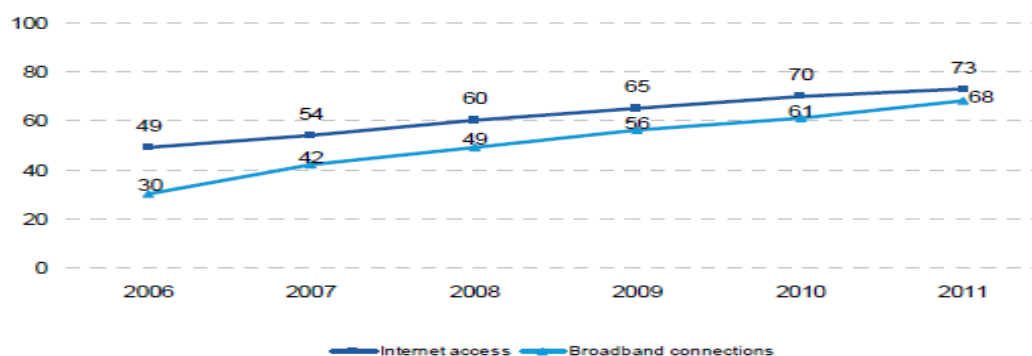
¹⁸ Base: 2.267.233.742 Internet users, al 30 dicembre 2011. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

sarebbe raggiunta solo tra qualche anno. Le stime fornite da questo ente sulla percentuale della penetrazione di Internet tra la popolazione dei diversi continenti pongono al primo posto il Nord America (78,8% di utenti sul totale della popolazione), al secondo l'Oceania (67,5%), e al terzo l'Europa (61,3%), seguite da America Latina (39,5%), Medio Oriente (35,6%), Asia (26,2%) e Africa (13,5%).

Focalizzando la nostra attenzione sull'Italia, all'interno del contesto europeo, riportiamo alcuni dati riguardanti i diversi tipi di diffusione di Internet.

Una prima risorsa per utilizzare Internet, come abbiamo detto, è possederne l'accesso. In Europa, la maggior parte delle famiglie dispone di questa risorsa: nel 2007 si superò la soglia del 50% di famiglie con accesso ad Internet, sino ad arrivare alla percentuale del 73% del 2011¹⁹ (24% in più rispetto al 2006). Per quanto riguarda la velocità della connessione, il 68% delle famiglie europee nel 2011 è connesso tramite banda larga (38% in più del 2006, figura 2.2)²⁰.

Figura 2.2 - Access and broadband connection, 2006-2011



Source: Eurostat (online data code : [isoc_bde15b_h](#))

L'Italia in questo scenario si colloca sotto la media europea in entrambi i casi: per quanto riguarda le famiglie che dispongono dell'accesso ad Internet, si tratta del 63% del totale, mentre quelle che possiedono la banda larga sono il 52% (i dati Istat rilevano quote ancora minori: 54,5% delle famiglie con accesso ad Internet e 45,8% di famiglie con banda larga).

¹⁹ Dati Eurobarometer 2011.

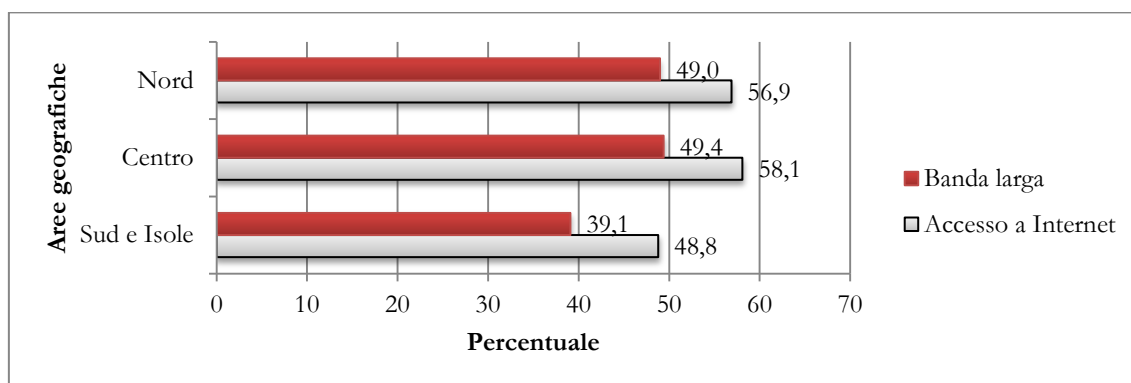
²⁰ http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-11-066/EN/KS-SF-11-066-EN.PDF

Rispetto all'utilizzo di Internet, i dati Eurostat indicano che specialmente le variabili di età, educazione, e collocazione geografica – e sempre meno quelle di genere - continuano a influire in maniera importante su di esso. In generale, circa un quarto dei cittadini europei tra i 16 e i 74 anni non ha mai utilizzato Internet, mentre in Italia la percentuale sale al 39%. Chi si è connesso almeno una volta nei tre mesi precedenti l'indagine è il 71% per quanto riguarda la media europea e il 54% per quanto riguarda l'Italia.

Infine, l'Italia si trova al di sotto della media europea anche nell'intensità nell'uso di Internet: si colloca tra i Paesi dove i cittadini si connettono con minor frequenza, seguita solo da Portogallo, Grecia, Bulgaria e Romania. La quota degli italiani tra i 16 e i 74 anni che si connettono almeno una volta alla settimana è infatti del 51% contro il 68% degli europei, e scende al 49% (contro il 56%) se si conta chi si connette tutti i giorni o quasi.

I dati Istat mostrano come le variabili socio-demografiche siano diversamente associate agli usi di Internet. Per quanto riguarda l'accesso e la presenza di una connessione veloce, emergono divari in base alla collocazione geografica: “le famiglie del Centro-nord che dispongono di un accesso a Internet sono oltre il 56%, mentre circa il 49% dispone di una connessione a banda larga, a fronte di valori pari, rispettivamente, al 48,6% e al 37,5% nel Sud”²¹; nonché di condizione occupazionale: “il divario tra i nuclei in cui il capofamiglia è un operaio e quelli in cui è un dirigente, un imprenditore o un libero professionista è di circa 24 punti percentuali a favore di questi ultimi”. Inoltre il fatto di avere un minorenni in famiglia è associato positivamente ad entrambi gli indicatori.

Figura 2.3 – Possesso della banda larga e dell'accesso ad Internet per ripartizione geografica, nel 2011 (valori percentuali)



Nostre elaborazioni su dati Istat, 2011

²¹ Dati Istat 2011 “Cittadini e nuove tecnologie”, <http://www.istat.it/it/archivio/48388>.

Per quanto riguarda l'uso di Internet, tra gli italiani con 6 anni e più il 51,5% della popolazione utilizza Internet, e il 28,3% si connette quotidianamente. In linea con i dati europei, permangono differenze geografiche, di condizione occupazionale e di genere.

La differenza tra l'area geografica in cui l'uso di Internet è più diffuso (il Nord) e il Sud e le Isole è di 12,4 punti percentuali.

“I maggiori utilizzatori del personal computer e di Internet sono i giovani tra gli 11 e i 24 anni (rispettivamente, oltre l'82% e oltre il 78%); per le generazioni precedenti la quota di utenti decresce progressivamente e drasticamente in modo direttamente proporzionale all'età. Già tra le persone con età compresa tra i 35 e i 44 anni l'uso del personal computer e di Internet è molto più contenuto (rispettivamente il 70% e il 69,4%) e la quota di utilizzatori scende sotto la soglia del 50% dopo i 54 anni”²²

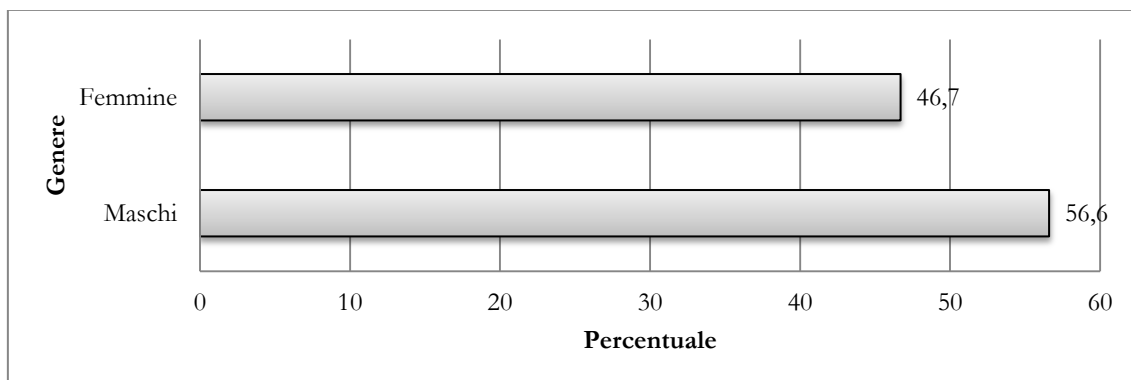
Permangono poi squilibri di condizione in base all'occupazione: tra la popolazione di 15 anni e più, se il 92,3% degli studenti è un utente di Internet, gli occupati in generale il 71,7% - con significative differenze, in ogni caso, tra dirigenti, imprenditori, liberi professionisti, direttivi, quadri e impiegati da una parte e operai ed apprendisti d'altra, mentre tra i non occupati le categorie meno attive sono casalinghe e ritirati dal lavoro (19,5% e 14,7%).

Per quanto riguarda l'età, il gender divide si attenua negli anni: “se nel 2005 le donne internauta erano poco più di un quarto (26,9%), nel 2011 sono quasi la metà (il 46,7%), a fronte di una quota di uomini pari, rispettivamente, al 37,1% e 56,6%. Fino ai 34 anni le differenze di genere sono molto contenute e tra i ragazzi di 11 e 19 anni si registra il « sorpasso» femminile”²³.

²² Dati Istat 2011 “Cittadini e nuove tecnologie”, p. 12.

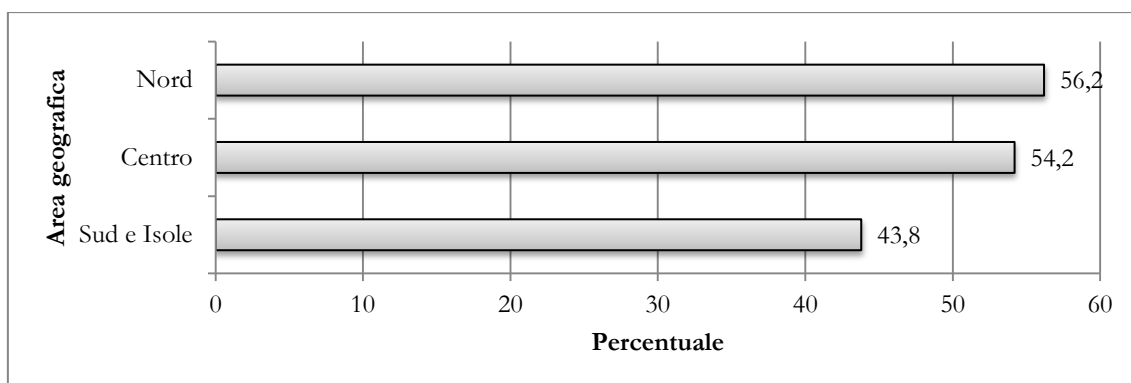
²³ Dati Istat 2011 “Cittadini e nuove tecnologie”, p.1.

Figura 2.4 – Uso di Internet per genere, nel 2011 (valori percentuali)



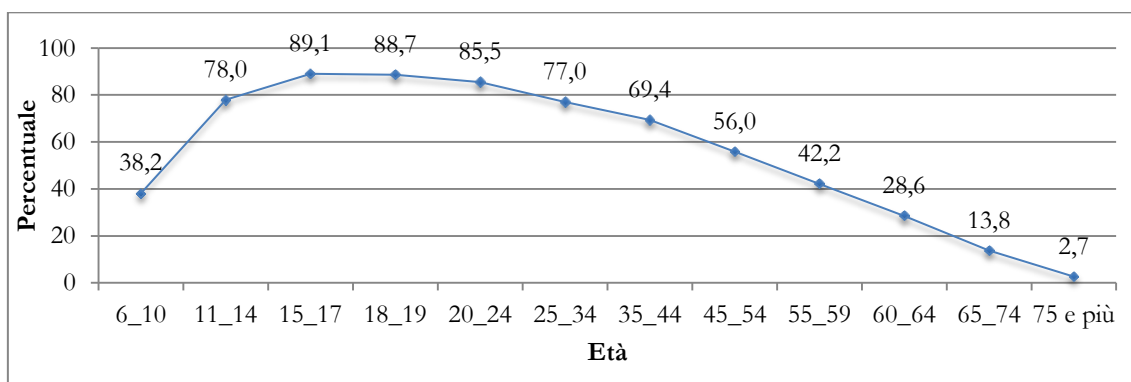
Nostre elaborazioni su dati Istat, 2011

Figura 2.5 – Uso di Internet per ripartizione geografica, nel 2011 (valori percentuali)



Nostre elaborazioni su dati Istat, 2011

Figura 2.6 – Uso di Internet per età, nel 2011 (valori percentuali)



Nostre elaborazioni su dati Istat, 2011

Tali premesse sono necessarie per capire sino a che punto e per quale parte della popolazione possiamo estendere le considerazioni sul ruolo di Internet nella riconfigurazione della partecipazione politica, esposte nei paragrafi successivi, poiché come

sottolinea McChesney (1996), in ogni caso si può riflettere su una dimensione della sfera pubblica che è “parziale” e non completamente inclusiva.

2.3 Ricerche empiriche ed approcci alle relazioni tra uso di Internet e partecipazione offline: dicotomie da superare

In questo paragrafo esploriamo lo stato dell'arte delle ricerche empiriche nel campo delle relazioni tra Internet e partecipazione politica e presentiamo i due maggiori approcci utilizzati per interpretarle, per poi tentare di offrire una visione “sintopica” come guida allo studio di questo fenomeno.

Il punto da cui partire è che la maggior parte delle ricerche empiriche che si sono negli ultimi anni concentrate sulle relazioni tra uso di Internet e partecipazione politica, condotte specialmente in ambito statunitense, dimostrano nella maggior parte dei casi che tra i due fenomeni risulta esserci un'associazione positiva: la comunità degli utenti di Internet appare essere più attiva di quella che non utilizza questo strumento (tra gli altri, Bimber, 2001; Mossberger et al., 2003; Norris, 2001; Shah et al., 2001; Lusoli et al., 2002). A queste conclusioni giungono, tra gli altri, gli studi empirici di Katz e Rice (2002), i quali associano ad un più intenso uso di Internet una maggiore propensione al coinvolgimento civico (vedi le ricerche di Jennings e Zeitner, 2003; Tolbert e McNeal, 2003; Weber et al., 2003; Norris, 2005; Quintelier e Vissers, 2008).

Negli anni si sono succeduti varie interpretazioni di queste relazioni, che hanno posto l'attenzione ora su variabili individuali, ora su variabili strutturali legate ad un diverso accesso ed uso di Internet. Le principali interpretazioni del fenomeno sono: che Internet sia uno strumento che stimola la partecipazione politica, aggiungendosi a quei fattori che predispongono ad essa; che Internet influisca negativamente sulla partecipazione; oppure che non abbia alcun effetto su di essa.

La prima ipotesi è quella dell'“effetto causale”: Internet avrebbe degli effetti – per alcuni negativi, per altri positivi – sul comportamento e sugli atteggiamenti politici degli individui. Tra gli “ottimisti” alcuni autori ipotizzano che Internet, rimuovendo le barriere comunicative tra individui, e tra essi le informazioni, permetta una partecipazione alla sfera pubblica inclusiva, pluralistica e democratica (Dahlgren e Olsson, 2007). Quest'ipotesi parte dai dati che evidenziano differenze di comportamento politico tra chi ha l'accesso ad

Internet e chi non lo possiede, tra coloro che hanno diversi comportamenti online, e anche tra individui che spendono più o meno tempo online.

Ad esempio, per quanto riguarda l'affluenza elettorale, gli studi di Tolbert Mcneal (2003) hanno riscontrato una correlazione positiva tra uso di Internet e voto, mentre dagli studi di Bimber e Davis (2003) emerge che al variare dell'intensità dell'uso di Internet non si verifica una variazione del livello di affluenza alle urne. Altre ricerche hanno poi rilevato associazioni positive tra uso di Internet e attività come contattare un esponente politico o firmare una petizione (Weber et al., 2003; Krueger, 2002), oppure donare soldi a partiti; Best e Krueger (2005) rilevano che il livello di fiducia generalizzata sia più alto per gli utenti che non nella restante popolazione, ed altri hanno dimostrato che gli utenti di Internet hanno livelli maggiori nel senso di efficacia ed interesse politico (Johnson e Kaye, 2003).

Alcune ricerche hanno dimostrato poi come alcune attività online – anche non di tipo politico - siano associate in maniera positiva alla partecipazione offline, altre non abbiano a che fare con essa, ed altre ancora che vi sono associate in maniera negativa. Ad esempio, da alcune ricerche empiriche (come quella di Shah et al., 2001) emerge una correlazione tra uso di questo mezzo finalizzato allo scambio di informazioni – specialmente per i giovani, a parità di condizioni demografiche, di contesto ed uso dei media tradizionali - e quelle variabili considerate predittori della partecipazione politica “manifesta”, come la fiducia interpersonale e il senso di efficacia, mentre ciò non avverrebbe per quanto riguarda attività online finalizzate ad aspetti ludici come giocare a videogames o all'acquisto di prodotti (Polat, 2005; Quintelier e Vissers, 2008).

Similmente, Weber e Bergman (2001) hanno rilevato, in una survey online su un campione autoselezionato di individui, che gli individui coinvolti in attività come l'uso di chat ed e-mail (sempre per fini non politici) a parità di altre condizioni erano più propensi a svolgere diverse attività politiche offline, mentre altri hanno riscontrato un grado maggiore coinvolgimento politico sia per quanto riguarda attività di reperimento delle informazioni online che di tipo ludico²⁴.

Anche l'intensità dell'uso di Internet sarebbe un fattore importante nel contribuire a spiegare il fenomeno della partecipazione politica. Alcuni studi dimostrano che coloro che ne fanno un uso frequente risultano essere più attivi degli utenti sporadici: parrebbe quindi che il tempo passato in Rete non abbia degli effetti negativi sulla predisposizione al

²⁴ Tolbert and McNeal, 2003; Pasek 2006.

coinvolgimento civico, sociale e politico degli individui. Questa posizione viene invece sostenuta nella “time replacement hypothesis”, venutasi a delineare soprattutto nella fase iniziale delle ricerche su Internet: sino a qualche anno fa sembrava che al crescere del tempo passato online si riducesse quello speso per la comunicazione con i propri gruppi di riferimento (Kraut et al.,1998) e quello dedicato allo svolgimento di attività sociali offline (Nie et al., 2002; Putnam, 2000)²⁵. Tale visione pessimistica dell’influenza di Internet sulla vita offline è stata poi smentita da ricerche più recenti, le quali dimostrano che l’uso di Internet può aumentare la disponibilità di tempo libero, che può essere quindi speso anche per dedicarsi ad attività di tipo sociale e politico, poiché faciliterebbe lo svolgimento di attività quotidiane – anche non politiche - come ad esempio reperire informazioni, acquistare beni ed organizzare la propria vita sociale.

Tuttavia, al di là delle divergenti conclusioni, le varie teorie che stabiliscono la causalità nel rapporto Internet-partecipazione hanno in comune due problematiche di fondo. La prima è che esse assumono in maniera deterministica che sia un fattore a condizionare l’altro, e rifiutano un rapporto di mutua interdipendenza tra i due. Il secondo problema è che spesso queste ipotesi vengono formulate sulla base di indagini “cross section”, e non possono quindi in alcun modo stabilire se le associazioni che vengono trovate esplichino una relazione causale tra i fattori, poiché non indagano le condizioni precedenti e successive all’uso di Internet da parte degli individui (Boulianne, 2009)²⁶.

Vi è quindi una seconda tesi, che è quella dell’“auto-selezione” dei cittadini che sono già interessati o attivi in politica nell’uso di Internet (Norris, 2001, p. 238). Questa teoria si basa sul fatto che, come abbiamo visto dai dati empirici presentati nel primo e in questo capitolo, i fattori socio-demografici correlati sia alla partecipazione che all’uso di Internet spesso coincidono, così come spesso coincidono i predittori di entrambi i fenomeni. In altri termini, i cittadini politicamente attivi si auto-selezionano nell’usare Internet, e di conseguenza l’accesso non accresce in maniera causale il coinvolgimento civico (si veda

²⁵ Per una rassegna degli autori si veda Quan-Haase et al., 2002.

²⁶ La meta-analisi fatta da Boulianne (2009) è stata svolta su 38 studi empirici sull’argomento, e da questa emerge l’idea che sebbene la maggior parte di essi trovi un’associazione positiva tra uso di Internet e impegno civico, non si possa parlare di relazioni causali, soprattutto perché – a parte per lo studio di Jennings e Zeitner (2003) – gli studi empirici sono stati effettuati su “cross-sectional survey data”, oppure su campioni auto-selezionati di individui, il che non permette di comparare il comportamento degli individui prima e dopo il loro accesso ad Internet.

Kroh e Neiss, 2009): se certamente Internet ha un effetto sulla forma di fare politica (aumenta la varietà delle attività), non lo avrebbe sul livello individuale di partecipazione.

Vi sono quindi autori che attribuiscono ad Internet un ruolo secondario nel determinare il comportamento politico degli individui, mentre continuerebbero ad essere preminenti variabili socio-demografiche come il genere e lo status socioeconomico, comportamenti come discutere di politica con parenti o far parte di associazioni, oppure atteggiamenti come le aspirazioni educative, il senso di efficacia, l'interesse per la politica e la sua conoscenza (Quintelier E. e Vissers S., 2008). Infatti, in generale, gli utenti di Internet sono più giovani, benestanti e hanno un livello d'istruzione maggiore della popolazione offline (Bimber, 2001; Lusoli et al., 2002).

La tesi principale nell'ambito in cui ci si muove in questo caso è quella della centralità, secondo cui i fattori che sono correlati alla partecipazione non avrebbero nulla a che vedere con Internet (Verba e Nie., 1972; Brady et al., 1995). Il fenomeno della partecipazione politica non dovrebbe quindi essere spiegato attraverso l'analisi del suo uso, poiché è correlato ad altre variabili indipendenti come ad esempio il genere, il reddito, l'educazione e la professione (tra gli altri, Verba et al., 2002; Best e Krueger, 2005; di Gennaro e Dutton, 2006; Krueger, 2002; Best e Krueger, 2005; Bimber, 2001). Internet non influirebbe poi in alcuna maniera su quelle che sono le motivazioni a partecipare, essenziali per mobilitare alla partecipazione (Verba et al., 1995)²⁷. In sostanza, quindi, Internet offrirebbe nuovi strumenti per integrare la partecipazione politica offrendo la possibilità di allargare i tipi di attività, ma i livelli di impegno politico degli individui risulterebbero inalterati (Quan-Haase et al., 2002; Best e Krueger, 2005; Bimber 2001; Norris 2005).

La prospettiva da cui noi partiamo è che le precedenti ipotesi tradizionalmente contrapposte, di effetto causale e autoselezione, non siano mutualmente esclusive, come rilevano Stanley e Weare (2004, p. 6) Tali dicotomie mascherano infatti la complessità della relazione tra Internet e partecipazione. Se da una parte Internet può essere uno strumento per rafforzare ed espandere gli strumenti partecipativi per chi è già interessato alla politica, dall'altra il fatto che esso stia diventando sempre più pervasivo nella società e nella vita quotidiana degli individui può avere come conseguenza il fatto di espandere conoscenza e interesse per la politica anche in chi non l'aveva prima. In altre parole, prendiamo parziale

²⁷ Le ragioni che nei loro studi si sono viste essere fondamentali per frenare gli individui a partecipare politicamente sono tre: la mancanza di motivazioni, la mancanza di capacità e di opportunità.

spunto da una variante della teoria dell'autoselezione, ovvero dalla “reinforcement hypothesis”, che afferma che il mezzo informatico non rappresenta per tutti uno strumento di partecipazione politica, bensì “una nuova complementare risorsa per quelle persone che sono già impegnate nella vita pubblica” (Bentivegna, 2002, p. 54, si veda Brady et al., 1995). Ci troviamo infatti a constatare che il primo limite ad un ampliamento della sfera pubblica digitale è quello del possesso di risorse e competenze ineguali per accedere alle nuove tecnologie della comunicazione.

Tuttavia, rigettiamo il carattere distopico insito in questa visione, e cioè che Internet non abbia nessuna conseguenza sul senso di cittadinanza e non offra nessuna opportunità per gli inattivi, e che ciò che avviene online sia una semplice riproduzione del comportamento politico offline (Bentivegna, 1999, p. 27)²⁸. In quest’ottica, il fatto che la partecipazione, in Internet e nel mondo offline, rimanga propria delle fasce più benestanti della popolazione, porta alcuni studiosi a prevedere che Internet potrebbe concorrere all’aumento del gap sociale tra chi è politicamente attivo e chi non lo è: “The gap between the politically active and the inactive will grow larger. The Internet will offer greater advantages to a political elite while simultaneously erecting another barrier to participation for those who are uninterested and uninvolved” (Davis, 1999, p. 183; si veda Bimber, 1998; Barber, 2003). In altre parole, dal momento che i fattori più importanti per la predisposizione all’uso di Internet sembrano essere l’educazione e l’età, e in misura minore il genere e il reddito (Nie e Ebring, 2000, p. 7), le differenze tra chi sarà in grado di cogliere le opportunità offerte dalla rete e gli “esclusi” potrebbero esacerbare le ineguaglianze sociali (Norris, 2001; Weber et al., 2003; Hill e Hughes, 1998) e rafforzare le strutture di potere già esistenti.

In questo caso, prendiamo invece spunto dalle teorie della mobilitazione – che invece sostengono che Internet sia un mezzo efficace nel mobilitare anche la popolazione che non è già attiva in politica e non è già inserito in movimenti di alcun tipo (Huckfeldt e Sprague, 1988; Danziger et al., 1982), poiché abbassa i costi della ricezione e dello scambio delle informazioni e fornisce nuove opportunità di partecipare.

Ma anche in questo caso, facciamo un distinguo. Ci distacciamo infatti da ipotesi di meccanismi causali, senza però negare i profondi cambiamenti introdotti da Internet nei

²⁸ In tal senso sarebbe unicamente un luogo di riproduzione degli schemi di potere presenti nel mondo reale (si veda il concetto di “normalizzazione”, Resnick 1998, cit. in Bentivegna 1999, p. 27)

modi in cui gli individui possono partecipare e sviluppare relazioni, e nella diminuzione dei costi del coinvolgimento sociale e politico. Infatti, la realtà che si presenta ai nostri occhi al giorno d'oggi non aderisce alle aspettative più ottimistiche riguardo le “infinite” potenzialità di Internet di creare opportunità di partecipazione e di condurre ad una democratizzazione globale, tuttavia è innegabile che esso possa facilitare i comportamenti orientati alla partecipazione politica, offrendo modalità più “convenienti” e meno costose rispetto a quelle tradizionali (Best et al., 2007, p. 5; si vedano DiMaggio P. et al. 2001; Johnson e Kaye, 2003) e quindi, anche se si verifica un “rinforzo” per le élites, è necessario studiare i molteplici modi in cui viene riconfigurata la partecipazione online.

Infine, intendiamo superare una classica dicotomia che vede contrapposti il mondo “reale” e quello “virtuale”. Le utopie, così come le distopie, sulle funzioni di Internet per la partecipazione si basano spesso su un'idealizzata separazione delle due dimensioni: gli individui avrebbero una vita offline che verrebbe ad interagire in determinati momenti, o per determinate azioni, con una sorta di “vita parallela” online. Se tale distinzione delle due dimensioni può essere utilizzabile su un piano prettamente analitico, risulta problematica nel momento in cui ci si confronta con le evidenze empiriche. Assistiamo infatti ad un uso importante di Internet - specialmente per i più giovani – in ogni ambito della propria giornata. Le nuove tecnologie mobili (portatili, cellulari, tablet, etc.) che supportano Internet rendono possibile il suo utilizzo in modo quasi costante. Per quanto riguarda l'uso politico che ne viene fatto, le pratiche che vengono messe in atto dagli utenti sono di due tipi. Da un lato si tratta di forme di partecipazione che esistono già nel mondo offline, convenzionali e non (es. firmare petizioni), e dall'altra sono pratiche del tutto nuove.

Il quadro che ne emerge è quello di una partecipazione frutto dell'integrazione di nuove e tradizionali forme di protesta: l'attivismo online non sostituisce quello offline, ma si aggiunge ad esso. Si può parlare, quindi, di una realtà “aumentata”, piuttosto che composta dalla semplice aggregazione delle due dimensioni concepite come separate. In questo senso la proposta “sintopica” di Katz e Rice (2002, pp. XX-XXI) sottolinea l'esigenza di superare le visioni utopiche e distopiche della relazione tra Internet e partecipazione, per capire che gli individui sono “fisici” e le azioni che intraprendono online sono influenzate dalla loro vita e storia, ma che al contempo, ciò che apprendono e fanno online ricade sulle loro esperienze “fisiche”.

Per indagare se e in che modo Internet possa avere un qualche tipo di associazione con il comportamento politico degli individui, abbiamo individuato tre assi che guideranno la nostra analisi: il reperimento e lo scambio d'informazioni, l'innovazione nei repertori e negli spazi d'azione, e lo sviluppo di reti sociali (si vedano Bimber, 1998; Ellison et al., 2007)²⁹. Tale griglia di lettura, utilizzata nel paragrafo successivo, scaturisce dalla letteratura sull'uso di Internet da parte di movimenti: le quattro funzioni principali che Internet assolverebbe in questo senso, sarebbero infatti quella informativa, partecipativa, di networking e di mobilitazione (Gibson e Ward, 1998; Bentivegna, 1999; 2002).

2.4 Luoghi e strumenti della partecipazione online

2.4.1 Informazione

Un primo cambiamento avviene al livello della fruizione delle informazioni. Internet infatti offre la possibilità di informarsi a costi minori (DiMaggio et al., 2001; Norris, 2002; 2005; di Gennaro e Dutton, 2006), di sentire voci, fonti e opinioni diverse, di scambiare idee dal basso, e come dimostrano numerose ricerche empiriche, esso sta integrando e a volte sostituendo l'uso dei media tradizionali, specialmente per i soggetti più giovani (Norris, 2002; Tolbert e McNeal R., 2003; Johnson e Kaye, 2003).

Un'indagine Ipsos del 2011³⁰ svolta su un campione di 1000 maggiorenti rileva che tra gli utenti di Internet l'attività svolta con maggior frequenza è quella di leggere di politica su quotidiani online (62%, di cui il 27% dichiara di farlo "spesso" e il 35% qualche volta). Chi ha visitato almeno qualche volta il sito Internet di un candidato o di un partito per informarsi sulle loro proposte è il 31%. Dai dati Istat al 2011, inoltre, emerge che leggere o scaricare giornali, news, riviste viene svolta dal 51% delle persone che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi precedenti l'indagine, quota che cresce significativamente rispetto al 2010 (in cui era il 44%), nonostante permangano differenze tra i gruppi sociali, non tanto di età ma specialmente di genere (maschi, 53,7% rispetto al 47,9% delle donne)³¹.

²⁹ Si veda Skoric et al. (2009), p. 415: "Through the Internet, individuals are able to easily learn about government policies and actions, exchange information, socialize with others, connect with community, establish shared norms, and develop networks".

³⁰Ipsos2011,

http://www.sondaggipoliticoelettorali.it/asp/visualizza_sondaggio.asp?idsondaggio=4831.

³¹ Istat 2011, p. 17.

Con Internet si ha in secondo luogo un'enorme moltiplicazione delle fonti informative: se prima l'individuo era "pubblico" nel senso di passivo ascoltatore del messaggio dato dai media istituzionali, ora può decidere di informarsi attraverso testate online, blog alternativi e non istituzionali, social network, oppure affidarsi ai canali che appartengono ai media istituzionali (e replicare il comportamento offline, cosa che avviene per la gran parte del pubblico). La scelta evidentemente deriva dall'autorevolezza che ogni canale riesce a guadagnarsi, oltre che dalle rappresentazioni diverse che ogni canale fornisce del mondo.

Tuttavia le opinioni in merito alle conseguenze di queste nuove modalità d'informarsi sono diverse. Per alcuni l'ampliamento delle possibilità di scambio d'informazioni porterebbe ad un aumento della conoscenza politica dei cittadini e al conseguente innalzamento dei livelli di partecipazione politica (Norris, 2001). Non si tratterebbe solo di una spinta propulsiva alla partecipazione per coloro che già si informano attraverso altri canali: anche chi non segue la politica in televisione oppure sui giornali, può trovare in Internet un mezzo di informazione valido e che offre rappresentazioni del mondo più consone alle proprie preferenze: secondo le teorie degli effetti causali, "Internet è una maniera economicamente efficiente per diventare politicamente informati, e questa particolare, unica caratteristica attrae particolarmente quei cittadini che sono meno attivi nelle forme tradizionali di fare politica" (Kroh e Neiss, 2009, p. 1). Insomma, anche chi non lo utilizza prettamente per ragioni politiche, può comunque gratuitamente e senza uno sforzo particolare avvicinarsi a notizie che non avrebbe altrimenti cercato in precedenza.

Viceversa, tale modalità di fruizione dell'informazione viene criticata da autori come Sunstein (2003), il quale analizza il fenomeno del "Daily me", ovvero la personalizzazione della fruizione delle informazioni (possibile, ad esempio, con le applicazioni come i feed RSS³², o i link tra siti che fanno riferimento alle stesse posizioni di pensiero). Secondo l'autore, l'esaltazione della libertà di espressione e comunicazione possibile con Internet sarebbe riconducibile all'appiattimento del concetto di libertà alla sua versione liberale (si veda Privitera, 2001), in contrasto con quella repubblicana, e cioè alla libertà individuale di scelta nel consumo d'informazioni.

Un primo rischio che egli individua in Internet è quello della frammentazione delle rappresentazioni sociali e della sfera pubblica, poiché ridurrebbe l'esposizione dei cittadini a

³² I link presenti in siti o blog infatti rimandano per lo più a siti che trattano temi simili, e che condividono le medesime posizioni. I feed reader permettono di "costruirsi" autonomamente le pagine attraverso cui informarsi.

visioni e notizie capaci di entrare in conflitto con le proprie (Putnam 2000), e in tal modo verrebbero a mancare esperienze e frames condivisi che fungano da collante sociale. Per la costruzione di una sfera pubblica omogenea, invece, le persone dovrebbero essere esposte a materiale e fonti che non hanno preventivamente scelto, anche per scongiurare un secondo rischio, ovvero il fenomeno della polarizzazione, che consiste nell'estremismo, nell'intolleranza per le opinioni altrui e nell'esacerbarsi delle divisioni tra rappresentazioni differenti del mondo. Mancando la casualità dell'incontro, individui sempre più isolati socialmente (come nella visione di Putnam) cercherebbero nicchie di discussione politica dove sentire semplicemente l'eco delle proprie convinzioni, con la conseguente "balcanizzazione" (Sunstein, 2001) sia dei temi che dei luoghi di discussione politica, e la perdita della qualità della discussione tra cittadini. Egli sostiene che un universo comunicativo in crescente frammentazione riduca il livello di esperienze rilevanti per gruppi differenti, laddove invece i media tradizionali come la televisione contribuiscono a creare temi d'interesse pubblico e a riprodurre linguaggi e rappresentazioni condivisi.

Esporrò alcune critiche a questo approccio nel capitolo successivo, quando entreremo più nello specifico nel tema dello scambio d'informazioni che avviene sui social network, e nei capitoli empirici, quando attraverso la nostra indagine cercheremo di approfondire il tema della polarizzazione e della frammentazione sulla pagina Facebook oggetto d'analisi.

Per ora, ci soffermiamo su un altro modo in cui Internet cambia il processo d'informazione politica. Esso infatti accelera i processi comunicativi, generando meccanismi di divulgazione dell'informazione del tutto nuovi rispetto a come avviene con i media tradizionali. Ma non si tratta solo di un cambiamento che vede l'individuo, per quanto autonomo, semplice fruitore di notizie. I nuovi media si affiancano a quelli tradizionali - televisione, radio e giornali - e contribuiscono all'affermazione di nuovi spazi di discussione pubblica, "di nuove forme d'interazione tra i cittadini nonché di nuove modalità di costruzione dell'informazione" (e mutano quindi) "non solo il prodotto informativo ma anche la natura degli stessi soggetti che lo producono" (Bentivegna, 2009, p. 196). I cittadini possono accedere più facilmente alle informazioni, nonché partecipare attivamente alla costruzione del discorso pubblico, poiché lo scambio di informazioni top-down e bottom-up lo fa interagire con le istituzioni e con altri produttori di informazione.

Il passaggio al web 2.0 ha quindi significato la trasformazione di un ambiente in cui l'individuo è passato da una fase in cui il suo ruolo era prevalentemente quello di spettatore,

ad una in cui ha acquisito man mano sempre più autonomia di espressione e possibilità di interagire con altri utenti, e in cui può partecipare attivamente all'interno della "policy sphere" (Bennett e Entman, 2001, p. 4).

2.4.2 Repertori d'azione e piattaforme

Le ICTs rappresentano strumenti cruciali per la strutturazione di forme partecipative diverse dal passato, permettendo ai cittadini di confrontarsi in maniera costante tra di loro anche al fine di avere più visibilità e potere nell'impostazione dell'agenda setting politica.

Internet ha infatti profondamente cambiato, e ampliato, i repertori d'azione politica (si vedano Bimber, 1998; Best e Krueger, 2005; di Gennaro e Dutton, 2006), offrendo possibilità di replicare azioni tradizionali oppure di sperimentarne di nuove, come inviare mail a rappresentanti politici, firmare petizioni online, esprimere le proprie opinioni, sia attraverso il testo, che attraverso link, video e foto, commentare articoli di testate online, discutere su blog, forum, siti e social network, aderire a gruppi virtuali a sostegno di cause politiche, effettuare azioni di protesta online come mailbombing e netstrike, etc. Insomma, possibilità di produrre e diffondere contenuti generando ricorsività nel discorso pubblico attraverso una molteplicità di piattaforme nuove – e convergenti (Jenkins, 2006) - che permettono di sperimentare diverse modalità di dialogo rispetto alla discussione politica tradizionale, nonché forme di democrazia diretta.

Per quanto riguarda i dati sull'uso politico di Internet, in Italia non vi sono state in questi anni delle indagini rilevanti a livello nazionale sull'argomento che presentino le varie modalità con cui si può partecipare online, a parte recepire informazioni. Abbiamo visto i dati Ipsos del 2011 riguardanti la ricezione d'informazioni di tipo politico attraverso Internet. Ma man mano che l'impegno richiesto dall'attività cresce – e non ci si limita quindi a recepire informazioni ma a scambiarle, la percentuale diminuisce: l'83% degli intervistati dichiara di non aver mai partecipato a discussioni politiche su social network, blog o quotidiani online, così come l'85% di essi non partecipa mai ad un evento a cui è stato invitato tramite Internet.

Istat poi rileva l'uso che gli italiani fanno per relazionarsi con la Pubblica Amministrazione. La possibilità di ricevere informazioni dai siti di tali enti è stata sfruttata nell'ultimo anno precedente l'indagine dal 35,1% della popolazione con 14 anni e più utente di Internet, mentre al crescere della qualità interattiva delle operazioni le percentuali

calano: “il 25,4% si è avvalso dei servizi on-line per scaricare moduli da siti di enti della PA e il 12,9% per restituire loro moduli compilati”³³. Non si riscontrano tanto, anche in questo caso, differenze di genere, quanto di età e condizione occupazionale³⁴.

Ma oltre ai portali online di organi istituzionali, vi è una molteplicità di altri luoghi i cui costi di accesso a differenti luoghi in cui si può discutere di politica – in termini economici e di tempo per raggiungerli - sono minimi (Bimber, 2003). Essi hanno caratteristiche strutturali diverse, che permettono diversi gradi di interattività – dai siti, più statici, ai più flessibili e dinamici – come le piattaforme di microblogging; diversi gradi di pubblicità – dalle mailing list private, alle “bacheche” sui social network, trasparenti; diversi gradi di simultaneità dell’interazione – dalle e-mail alle chat rooms in copresenza.

Come abbiamo visto precedentemente, vi sono spazi in cui i cittadini possono sì condividere notizie ed esprimere le proprie opinioni in merito a tematiche di tipo politico, ma all’interno di una cornice strutturale predefinita, che lascia poco margine d’azione e in cui la gerarchia tra gli attori è più evidente, ed altri più flessibili, che vengono creati dagli utenti – o in ogni caso modificati costantemente dai gestori – in modo da rispondere alle esigenze e agli usi che gli individui ne fanno. Immaginando quindi un continuum, ad un lato si situerebbero ad esempio i siti dei partiti politici, in mezzo le testate online e all’estremo opposto le pagine dei social network o Wikipedia, consultati dal 53,8% degli utenti di Internet – di sei anni e più – con picchi di oltre il 63% tra i giovani di 15-24 anni³⁵.

Vi sono poi piattaforme dedicate a temi locali, come ad esempio gli “hyperlocal blogs”, in cui il dibattito riguarda questioni locali – in questo senso Internet non sostituisce le assemblee faccia-a-faccia, ma facilita la circolazione di idee al di fuori del contesto fisico, in modo da permettere tra un incontro e l’altro di elaborare le decisioni prese dalla collettività. Dall’altra parte, si moltiplicano i luoghi in cui incontrare soggetti che condividono gli stessi

³³ Istat, 2011, p. 18.

³⁴ “Sono, infatti, soprattutto gli adulti tra i 45 e i 64 anni ad utilizzare Internet come canale di comunicazione e di scambio con la PA: oltre il 43% delle persone di questa fascia di età ha consultato i siti della PA per acquisire informazioni (con un picco del 47% tra i 55 e i 59 anni) e circa un terzo per scaricare moduli. I dirigenti, gli imprenditori e i liberi professionisti, nonché i direttivi, i quadri e gli impiegati, sono gli occupati che utilizzano maggiormente le opportunità offerte dai servizi digitali e telematici per dialogare con la PA; a tali categorie corrispondono, infatti, valori relativi all’utilizzo di Internet decisamente superiori a quelli riscontrati per gli operai: il 53,8% dei dirigenti, imprenditori, liberi professionisti ha utilizzato il web negli ultimi 12 mesi per ottenere informazioni dalla PA, rispetto al 19,7% degli operai; il download di moduli è stato effettuato dal 43,8% dei primi, a fronte dell’11,6% degli operai e la quota di persone che ha adottato le modalità online per la compilazione e la spedizione di moduli della PA è pari, rispettivamente, al 26% e al 4,6%”, Istat, 2011, pp. 18-19.

³⁵ Istat, 2011, p. 17.

interessi politici, al di là della collocazione geografica (“issue-based platforms”). In entrambi i casi, aumenta la possibilità di confronto tra i cittadini attraverso la sperimentazione di forme di democrazia diretta, quali sondaggi online, petizioni, partecipazione attiva alla costruzione del discorso politico e tentativo di dettare l’agenda politica.

Chi vede con ottimismo le ricadute dell’uso di Internet sulla vita sociale ritiene che il fattore maggiormente motivante la partecipazione sia – oltre ai costi per partecipare notevolmente più bassi che nel mondo reale - la possibilità di esercitare in maniera orizzontale, individuale e non istituzionale la propria influenza sia sulla classe politica, sia sulla società civile. E questo fenomeno di riappropriazione della propria vita politica non si esaurirebbe nel mondo online, ma incoraggerebbe a mobilitarsi politicamente anche offline (di Gennaro e Dutton, 2006; Hara e Estrada, 2005).

Questi temi, ad esempio, sono nell’agenda di quei movimenti che si battono per la libertà di generare contenuti in Rete e si posizionano contro provvedimenti che vengono presi da vari governi per limitare l’accesso all’informazione e contro il copyright che privatizzerebbe qualcosa di pubblico come la conoscenza, e che sostengono che l’accesso alle piattaforme debba essere libero, così come debba esserla la gestione dei software che li supportano. La logica sottostante è quella dell’opensource, che valorizza il libero scambio d’informazioni in uno spazio anch’esso modificabile dagli utenti, condizione per la quale si potrebbe realizzare una costruzione della conoscenza e del discorso che parta “dal basso”.

2.4.3 Reti sociali

Il terzo punto di cui ci occupiamo riguarda il modo in cui Internet contribuisce alla formazione di reti sociali che integrano quelle esistenti nel mondo fisico. Internet facilita infatti la creazione di gruppi d’interesse de-spazializzati che condividono le stesse istanze (“single issue publics”, Norris, 2002; Lusoli et al., 2002). Anche in questo caso, come visto per il cambiamento introdotto dalle ICTs nella fruizione dell’informazione, le conseguenze ipotizzate sono diverse: la possibilità di scegliere autonomamente la propria comunità di riferimento potrebbe portare sia ad una maggiore libertà individuale di espressione, all’incontro con istanze nuove e anche contrastanti rispetto alle proprie posizioni iniziali, e quindi aumentare la volontà di farsi coinvolgere in azioni e discussioni politiche, oppure ad una frammentazione della sfera pubblica tra gruppi di discussione autoreferenziali.

Infatti, molti studi si sono focalizzati infatti sulle relazioni tra Internet e capitale sociale, evidenziando il ruolo di Internet nel favorire la connessione globale di individui (si veda il modello di “networked individualism” proposto da Wellman, 2001), che amplierebbe le possibilità di confronto e scambio di opinioni generando reciprocità generalizzata. Essere inserito in network differenziati infatti aumenta le chances di accesso sia alle informazioni, sia a molteplici network di relazioni, facilitando il generarsi di capitale sociale, che tradizionalmente si è visto essere correlato all’impegno civico (Katz e Rice, 2002; Freschi, 2003; Rheingold, 1993; Castells, 2002; Verba et al., 2002; Huckfeldt e Sprague, 1988)³⁶.

In questo senso, l’analisi di Rheingold delle comunità virtuali va oltre la definizione di tipo “tecnico” utilizzata per descriverle. Esse infatti sono basicamente gruppi formati da persone che condividono interessi comuni e costruiscono relazioni interpersonali attraverso la Rete³⁷. Il discorso di Rheingold invece si focalizza sul potere di generare identità, stima reciproca e beni “collettivi” che tali relazioni hanno sui gruppi. Egli infatti sostiene che vi siano tre tipi di beni collettivi che costituiscono il patrimonio sociale (Rheingold, 1993, p. 13): il capitale sociale di rete, il capitale di conoscenze che i membri condividono in questi gruppi, e la comunione sociale, e cioè la percezione di prossimità e condivisione all’interno dei gruppi. Questi beni generati in Rete contribuirebbero a rafforzare l’azione collettiva.

Questa concezione è stata criticata per non basarsi unicamente sulle caratteristiche oggettive delle comunità online, arrivando poi ad idealizzare quella che è l’interazione virtuale: non basta infatti comunicare online per sviluppare un senso appartenenza ad una comunità. È vero infatti che non è detto che Internet porti necessariamente all’espansione delle proprie reti di relazioni – discorso che approfondiremo nel terzo capitolo parlando di Facebook – ed inoltre, le comunità online a cui gli individui accedono sono solitamente abbastanza omogenee: l’incontro con persone quasi esclusivamente “like minded” condurrebbe alla polarizzazione delle rappresentazioni (Mutz, 2002). Sunstein (2001) rileva che tali network sarebbero totalmente scelti in anticipo, e venendo a mancare la casualità dell’incontro, cosa che invece avviene nelle aree pubbliche cittadine, gli individui

³⁶ Riguardo ai predittori di partecipazione politica online, oltre alle variabili “classiche” relative alla partecipazione tradizionale (come il genere, l’età, il livello d’istruzione), Best e Krueger (2005), seguendo la resource mobilization theory, propongono di considerare anche come il possesso e l’abilità nell’uso del computer, la velocità della connessione. Altri, come Passy e Giugni (2001) focalizzano l’attenzione sia sulle variabili strutturali (tra cui la forma dei social network in cui si è inseriti) che su quelle individuali (come la percezione individuale degli argomenti e dell’efficienza della partecipazione).

³⁷ Rheingold, (1993, p. 5) definisce le comunità virtuali come: “social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace”.

limiterebbero la loro attenzione solo a determinati temi o punti di vista che sarebbero scelti in modo da non turbare la precedente rappresentazione del mondo, e si determinerebbe una fuga dal confronto basato su idee contrastanti. In questo senso, per Putnam (2000) la conseguenza sarebbe quella di favorire solamente quei legami definiti come “bonding” tra gruppi omogenei di individui con interessi e percezioni simili della realtà, e non quelli di “bridging”, connessioni tra gruppi sociali diversi, poiché l’interazione online non svilupperebbe né la tolleranza, né la fiducia generalizzata, necessarie per la partecipazione.

Infine, anche se a livello virtuale si venissero veramente a creare dei legami importanti, ed un senso di comunità tra i membri dei gruppi, non è detto che questo abbia un riflesso sulla dimensione offline della partecipazione, poiché vi è il rischio che la parcellizzazione delle istanze e dei soggetti attivi faccia perdere forza all’azione collettiva (Bennett e Entman, 2001).

Capitolo 3. La Partecipazione Politica attraverso i Social Network Sites

Nel primo paragrafo focalizziamo la nostra attenzione su Facebook, il SNS sul quale verrà svolta la nostra indagine empirica, presentandone l'evoluzione storica e i dati relativi al suo uso, in particolare da parte degli italiani.

Il secondo paragrafo presenta le applicazioni che questa piattaforma offre per la partecipazione politica, e le varie attività che qui si possono realizzare, le cui caratteristiche sono esposte nel terzo paragrafo.

Nel quarto paragrafo presentiamo alcuni aspetti del dibattito riguardante il modo in cui si possa o meno parlare dei SNSs come luoghi in cui viene generata sfera pubblica. Il tipo ideale di discorso pubblico e deliberativo trova infatti alcuni limiti nel momento in cui si analizzano fenomeni concreti come la discussione sui SNSs, relativi sia alla natura strutturale di questi spazi, che alle caratteristiche della comunicazione generata. Infine, ci focalizziamo sulle pratiche espressive - e non deliberative - di discussione su tale SNS (quinto paragrafo).

Cominciamo dalla definizione del nostro oggetto di studio. I Social Network Sites (SNSs) sono tra i siti più cliccati al mondo, e vengono definiti da boyd ed Ellison in questo modo:

“We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.” (boyd e Ellison, 2007, p. 2).

Come evidenziano numerosi studi su Facebook, nonostante esso permetta agli utenti l'incontro con persone prima sconosciute, questo non è il motivo principale per cui viene

utilizzato: a differenza di altre piattaforme, esso viene impiegato principalmente per mantenere e rendere visibili le reti sociali già esistenti (Ellison et al., 2007). Le relazioni che si formano in questo luogo sono in pratica una commistione tra legami “forti” (con amici stretti, parenti, etc.) e legami “deboli” (Granovetter, 1983; Haythornthwaite, 2005) che gli individui hanno tra loro anche nel mondo offline. Per questo le autrici distinguono Facebook, definito “social network site”, dai “social networking site” (boyd e Ellison, 2007, p. 211), termine che pone l’accento sull’inizio di un legame, spesso tra sconosciuti, ma che non è lo scopo fondamentale delle interazioni su Facebook.

Questa definizione viene criticata da Beer (2008), secondo il quale una dicotomia del genere risulterebbe analiticamente problematica, in quanto nella definizione di social network site rientrerebbero tutte quelle applicazioni web in cui lo scopo principale non sia stringere nuove amicizie (come Youtube – definibile invece come “folksonomy”, applicazioni di mashup e wikis. Ivi, p. 518). Secondo l’autore non avrebbe senso classificare in maniera rigida tutti questi esperimenti sotto la definizione di social network sites, poiché spesso questi spazi hanno caratteristiche in comune, per scopi e applicazioni, ma sono contempo molto diversi. In sostanza, potrebbero tutti rientrare nella definizione – molto vasta - “web 2.0”, inteso come “as an umbrella term or sensitising concept used to describe some general shifts toward user-generated content and toward the webtop in place of the single device” (ivi, p. 519).

3.1 L’affermazione di Facebook tra i SNSs

3.1.1 L’avvicinarsi dei SNSs

In questa sede non ci occupiamo della storia di ogni singolo social network, da quando è stato lanciato al momento in cui è, in alcuni casi, sparito, oppure si è modificato sino ad oggi. Uno schema riassuntivo della successione cronologica dei vari SNSs è presentata nella figura 3.1, mentre per una rassegna approfondita sulla molteplicità di SNSs che si sono succeduti nel tempo, rimandiamo al sito di danah boyd³⁸, che raccoglie numerosi articoli di ricerche condotte sui differenti SNSs.

³⁸ www.danah.org.

Possiamo però partire dal 1995, quando il sito Classmates.com diventò un luogo in cui rimettersi in contatto con gli ex compagni di scuola. Il principio dunque è lo stesso di quello che portò alla nascita dei SNSs, ma tuttavia in quel caso non si trattava di un vero e proprio SNS. Il primo fu invece SixDegrees.com, lanciato nel 1997, il quale permetteva di creare un proprio profilo, creare liste di amici, guardare i loro profili e scambiare messaggi e bulletin boards con essi. Da quel momento nacquero molti siti di questo tipo, basati sulla condivisione di un medesimo luogo, di interessi, di religione e così via, ma l'esplosione si ebbe nel 2002 con Friendster, la cui crescita fu rapida così come altrettanto lo fu il suo declino, a causa di una tecnologia inadeguata a supportare un ampio numero di interazioni, oltre che ad impostazioni di tipo restrittivo che scoraggiavano gli utenti a relazionarsi su questo sito (boyd d. e Ellison N., 2007, p. 216).

Successivamente, nel 2003 venne lanciato MySpace, un social network di genere musicale, che dal 2005 al 2008 fu il SNS più visitato al mondo, ma che tuttavia sta attualmente perdendo milioni di utenti ogni anno (nel 2011 il numero degli iscritti è calato circa del 50% rispetto al 2010) e che attualmente registrerebbe circa 63 milioni di utenti³⁹. Dando queste cifre, vogliamo però sottolineare due questioni, che varranno anche per i dati presentati successivamente. Non vi sono dei dati precisi su quale sia la reale utenza dei SNSs: in primo luogo, spesso le stime si basano sul numero di iscritti ai vari servizi, mentre occorre evidenziare che non tutti coloro che hanno un account su tali siti utilizzano effettivamente; in secondo luogo, il numero degli utenti non è statico, ma in costante cambiamento.

Detto questo, è innegabile che Myspace dovette fare i conti con un gran numero di piattaforme concorrenti, di cui la principale fu Facebook, creato l'anno successivo. Prima di questo vi era stata l'esplosione di LinkedIn, che tuttavia non avrebbe tolto utenti a Myspace poiché si trattava di un SNS basato su relazioni di tipo professionale, e che attualmente ha circa 147 milioni di utenti registrati⁴⁰. Un altro SNS importante (sebbene non in Italia) fu poi Orkut, sino a che nel 2006 nacque Twitter. Riguardo alla sua utenza, gli ultimi dati forniti dai gestori risalgono a marzo del 2011, quando viene dichiarato che gli utenti registrati sono circa 200 milioni⁴¹. Non avendo i gestori rilasciato dati sul numero degli utenti attivi, diversi studi hanno cercato di stimare le dimensioni della comunità realmente

³⁹ Dati a Febbraio 2011, Myspace.com.

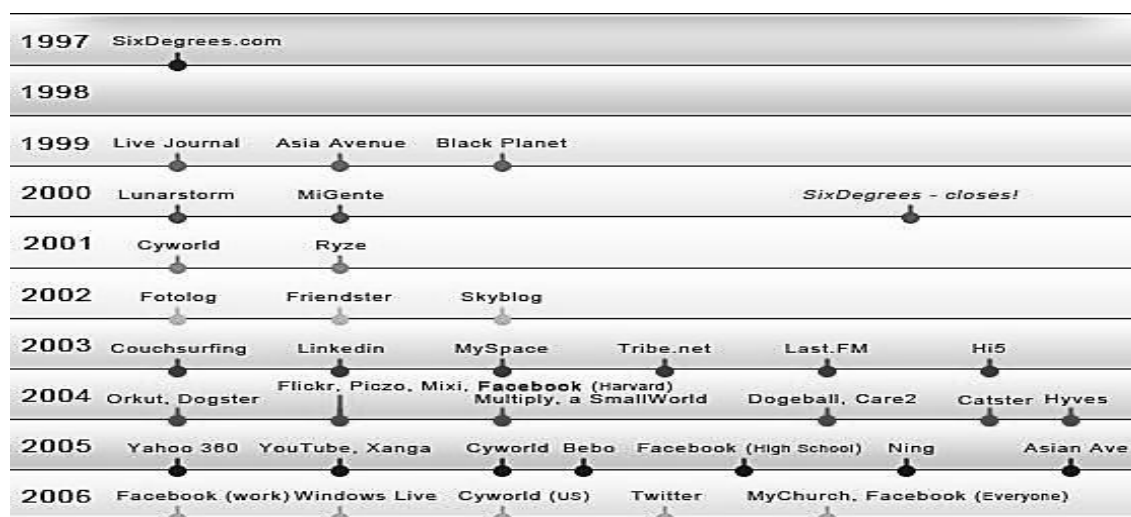
⁴⁰ Dati a gennaio 2012, LinkedIn.com.

⁴¹ Dati a Febbraio 2011, Twitter.com.

attiva su questa piattaforma. Tra questi, una ricerca di SemioCast⁴² rileva che solo il 27% degli utenti avrebbe utilizzato Twitter negli ultimi tre mesi, e che un ruolo fondamentale è svolto dalle 20.000 “celebrities”, che sono coinvolte nel 50% dei tweet (Wu et al., 2011, p. 7)⁴³.

Arriviamo quindi allo scorso anno, quando il colosso Google lancia Google+: l'azienda nel gennaio 2012 ha dichiarato di avere 90 milioni di utenti registrati, e che il 60% di essi lo utilizzerebbe quotidianamente⁴⁴. Fatto questo breve excursus sull'evoluzione dei SNSs, andiamo a presentare la piattaforma che verrà ad essere il nostro oggetto di studio, ovvero Facebook.

Figura 3.1 - Timeline of Online Social Networks⁴⁵



3.1.2 Nascita e crescita di Facebook

Tra i vari SNS esistenti, Facebook attualmente si situa al primo posto, con circa 850 milioni di utenti attivi mensilmente e 483 milioni quotidianamente⁴⁶, in crescita.

Ad oggi esso è aperto a chiunque voglia iscriversi, ma quando venne fondato, da Mark Zuckerberg a Cambridge nel 2004, era disegnato per essere uno strumento “di nicchia”. Vi

⁴² <http://semioCast.com>.

⁴³ “the top 20K elite users collectively account for nearly 50% of attention, the top 10K most-followed ordinary users account for only 5%.”: Wu S. et al., 2011, p. 7.

⁴⁴ Reuters, January 19, 2012.

⁴⁵ http://www.techcert.lk/index.php?option=com_content&view=article&id=78%3Ahistory-of-online-social-networks&catid=10%3Atips&lang=en.

⁴⁶ Dati a dicembre 2011, Facebook. <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>.

si poteva infatti accedere solamente se si faceva parte della rete degli studenti di Harvard (per avervi accesso, era necessario avere un indirizzo e-mail “harvard.edu”). In questo modo il sito si mantenne relativamente chiuso e “contribuì a dare la percezione agli utenti che si trattasse di una comunità intima, privata” (boyd e Ellison, 2007, p. 9). L’anno successivo si aprì anche ad altre università, era necessario che tali utenti avessero un account e-mail associato a tali istituzioni, e in breve incluse anche gli appartenenti alle scuole superiori. Il cambiamento verso l’apertura non significava però che i nuovi membri potessero facilmente accedere ai network chiusi: ad esempio, per avere accesso ai “corporate networks” era ancora necessario avere il l’indirizzo e-mail associato ad un dominio accettato, per quello “high school networks” era necessaria l’approvazione dell’amministratore, e sino al 2007 solo il far parte di network regionali non necessitava di alcun permesso. Inoltre, gli utenti non potevano rendere il loro profilo completamente pubblico, mentre invece oggi l’accesso al sito è gratuito e aperto a tutti (boyd e Ellison, 2007).

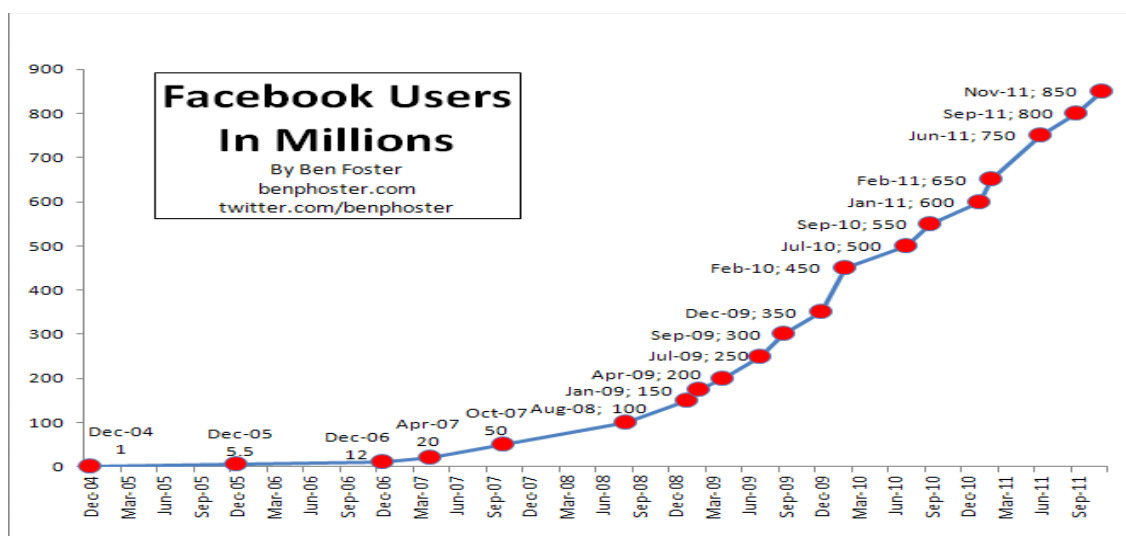
La Figura 3.2 mostra il trend di crescita degli utenti di Facebook a livello mondiale, dalla sua nascita sino a novembre del 2011⁴⁷. Attualmente è il secondo sito più visitato al mondo dopo Google⁴⁸. Per quanto riguarda la percentuale di penetrazione di Facebook sul totale della popolazione, dati recenti mostrano come sia molto usato negli USA (41%) e in Australia ed Oceania (38,5%), abbastanza in Europa (27,9) e America del Sud(26,8%), e decisamente meno in Asia (5,4%) e in Africa (4%)⁴⁹.

⁴⁷ Base dati Facebook; grafico <http://insideout.com/blog/2012/01/>.

⁴⁸ Da wiki: *alexa.com*. Alexa Top 500 Global Sites. URL consultato il 19 febbraio 2012.

⁴⁹ Dati arrotondati al decimale più vicino. Fonte: <http://www.socialbakers.com/countries/continents>, URL consultato a marzo 2012.

Figura 3.2 - Facebook Users in Millions⁵⁰

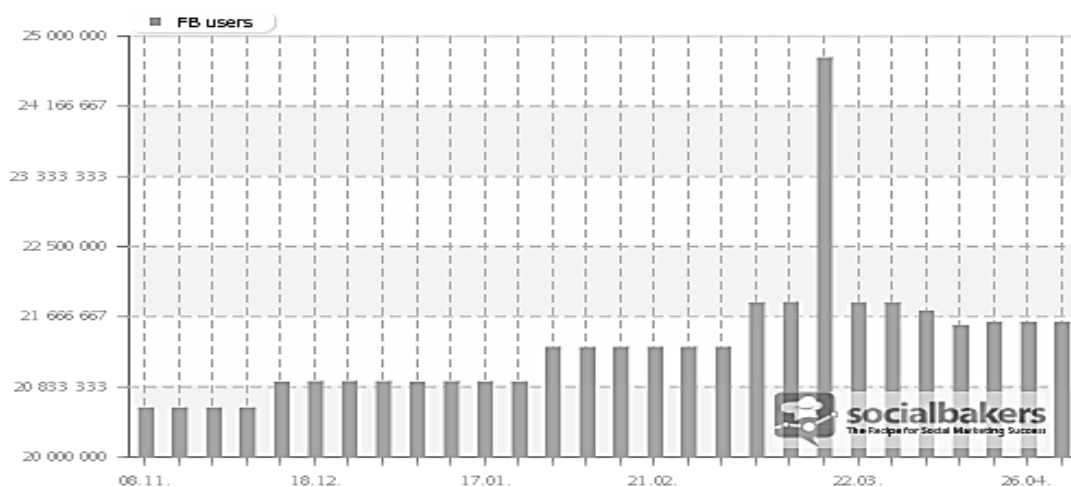


Per quanto riguarda l'Italia, i dati forniti da Socialbakers⁵¹ indicano che il nostro Paese si colloca ben all'11° posto nella classifica degli Stati che a livello mondiale hanno una maggiore penetrazione di Facebook tra la popolazione: qui gli utenti sono 21.618.760, ovvero il 37,2% di tutti gli italiani e il 72% del totale degli utenti di Internet. La figura sottostante mostra l'andamento del numero di utenti Facebook negli ultimi 6 mesi, da novembre 2011 ad aprile 2012, ed evidenzia una costante crescita di coloro che si avvicinano a questo strumento.

⁵⁰ benphoster.com.

⁵¹ <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/italy>. URL consultato il 5 maggio 2012.

Figura 3.3 - Facebook Users in Italy⁵²



Ma tornando alla questione di quanti siano coloro che facciano un uso effettivo di tale servizio, bisogna dire che non vi sono dati attendibili in Italia su quale sia la percentuale degli utenti realmente attivi su Facebook. Se allarghiamo però il campo ai social network in generale, secondo i dati Istat al 2011 la percentuale degli utenti di Internet⁵³ di 6 anni e più che possiede un account su un social network come Twitter o Facebook e che vi posta messaggi od altro (insomma, che è attivo su queste piattaforme) è del 48,1%, mentre la percentuale di coloro che partecipano su un social network di tipo professionale, come LinkedIn o Xing, è significativamente minore, e scende all'8,3%⁵⁴. È interessante notare che dagli stessi dati emerge come praticamente non vi siano differenze di genere nell'uso di social network come Facebook o Twitter (il 48,5% è maschio, e il 47,6% femmina), mentre sono forti le differenze tra classi d'età: "I più attivi in quest'ambito sono soprattutto i giovani di 15-24 anni; in particolare oltre il 76% crea un profilo utente, invia messaggi o altro su Facebook o Twitter"⁵⁵ – e di residenza: se nel Sud e nelle Isole la media è del 52,6%, nel Nord scende al 44,1%.

Focalizzandosi ora solamente su Facebook, i suoi gestori forniscono alcuni dati sulla composizione degli utenti per genere ed età. La figura sottostante⁵⁶ mostra come l'Italia, per

⁵² <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/italy>. URL consultato il 5 maggio 2012.

⁵³ E che lo hanno usato negli ultimi 3 mesi.

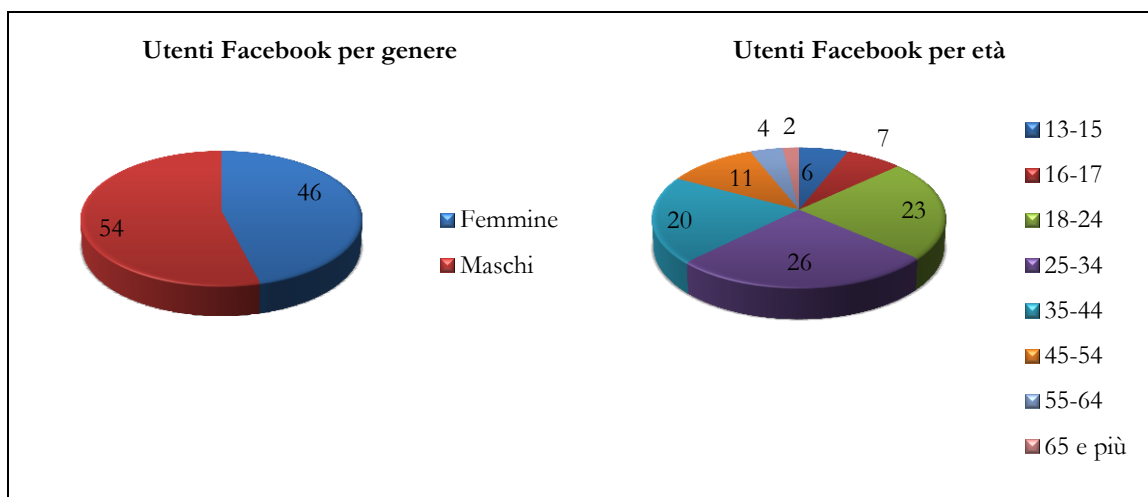
⁵⁴ Istat 2011, "Cittadini e nuove tecnologie", p. 17-18. Qui la base è di utenti con 14 anni e più.

⁵⁵ Istat 2011, "Cittadini e nuove tecnologie", p. 17.

⁵⁶ Nostre elaborazioni su dati Facebook., <http://www.checkfacebook.com/> a maggio 2012.

quanto riguarda la distribuzione di genere, si pone in maniera diversa rispetto alla situazione globale, in cui le donne su tale social network in media superano gli uomini: la presenza di donne italiane è del 46%, e cioè inferiore a quella degli uomini, del 54%, su un totale di 21.618.760 utenti. La seguente figura mostra inoltre la distribuzione per età a partire dai 13 anni, età minima secondo le norme Facebook per accedervi: al primo posto vi è la classe che va dai 25 ai 34 anni (26%), seguita dalle classi adiacenti: quella dei 18-24enni (23%) e da quella dei 35-44enni (20%).

Figura 3.4 - Distribuzione della popolazione di Facebook per genere e classi d'età a maggio 2012 (valori percentuali; N=21.618.760)



3.1.3 La partecipazione politica su Facebook: dati italiani

In Italia, aumenta il volume dei cittadini che utilizzano le applicazioni sopra indicate per scopi politici. Tuttavia non esistono indagini recenti ed affidabili su quale sia l'entità di questo fenomeno, poiché l'attenzione a questo tema nel nostro Paese è recente, e non si focalizza sui SNSs nello specifico. Ad esempio, le ultime indagini sulla partecipazione ed Internet prodotte da enti quali Istat e Ipsos, risalenti allo scorso anno, hanno sì finalmente inserito il tema dei SNSs nelle loro domande, e tuttavia in entrambe viene richiesto agli intervistati se si partecipi in generale su SNSs, blog, quotidiani, etc., il che non ci permette di ricavare dei risultati disaggregati della partecipazione su ognuna delle piattaforme.

In ogni caso, per Istat nel 2011 il 22,8% degli utenti di Internet⁵⁷ ha dichiarato di utilizzare il web per informarsi e scrivere di sociali o politici. Così come per l'uso generale dei social network esaminato nel paragrafo precedente, emergono anche qui differenze di genere, di ripartizione geografica e di età. Se tra i generi si riscontra un gap che vede gli uomini più attivi delle donne, come avviene nella partecipazione offline (il 25% è maschio e il 20% femmina), gli altri dati vanno in controtendenza rispetto a quest'ultima. Infatti, si partecipa in misura maggiore nel Sud e Isole rispetto al Nord Italia (24,6% contro 21%), e tra le classi d'età, i giovani sono particolarmente attivi: le percentuali d'utilizzo maggiore le raggiungono coloro che hanno tra i 18 e i 24 anni (con circa il 36,3% rispetto ad una media del 22%).

Questi dati sono in linea con quelli rilevati anche dal Pew Research Internet Center for the People: l'analisi fatta da Smith, Shlozman, Verba e Brady nel 2009 su tali dati rileva come l'uso dei social media potrebbe cambiare il modello prevalente del coinvolgimento civico che si basa principalmente sullo status socioeconomico degli individui, nella fascia d'età tra i 18 e i 29 anni (Smith et al., 2009, pp. 57 e segg.).

3.2 Caratteristiche di Facebook per la partecipazione politica

3.2.1 Inclusività “controllata”

L'enorme successo di Facebook come mezzo di comunicazione e partecipazione può essere ascrivibile ad alcune specifiche caratteristiche che lo rendono particolarmente fruibile dagli utenti. In primo luogo è un ambito ampiamente inclusivo, fatte salve tutte le precisazioni sulle condizioni di esclusione digitale di cui si è parlato precedentemente. Infatti, in generale, tutti i SNSs sono strutturati in modo da creare delle reti tra individui, e non gruppi omogenei e separati tra di loro: in questo senso è l'individuo, e non il gruppo, ad essere il centro, il nodo della rete⁵⁸. Tuttavia si può distinguere tra i SNSs utilizzati per costruire comunità piuttosto omogenee per caratteristiche o interessi e quelli “generalisti”. Tra i primi, ad esempio, LinkedIn è stato creato per mettere in relazione le persone per fini professionali, MySpace per far conoscere la propria musica, Couchsurfing connette

⁵⁷ Istat 2011, “Cittadini e nuove tecnologie”: cittadini i 6 anni e più, e che hanno utilizzato internet negli ultimi 3 mesi precedenti l'intervista.

⁵⁸ Wellman B., 1988, p. 37: “the world is composed of networks, not groups”.

viaggiatori che cercano e scambiano ospitalità, e ve ne sono di ogni tipo (comunità etniche, religiose o politiche, etc.). Talvolta queste piattaforme sono state create proprio con il fine di selezionare un certo tipo di utenti, mentre altre volte, nonostante le intenzioni degli sviluppatori, sono state popolate da gruppi che ne hanno pian piano fatto delle comunità di interessi specifici, facendo migrare una parte degli utenti verso altre piattaforme.

Viceversa, con il termine “generalisti” intendiamo quei SNSs che come Facebook fungono da piattaforma atta a contenere delle sotto-comunità di vario genere. Si tratta di luoghi in cui gli utenti nel loro complesso non hanno presumibilmente nulla in comune (se non la volontà di comunicare), ma al cui interno si sviluppano dei legami tra persone che possono condividere interessi di vario genere o la semplice “amicizia” con altri contatti.

Un'altra specificità di Facebook è che non esiste una selezione iniziale per l'accesso, nonostante l'utente possa vedersi revocato il proprio account in qualsiasi momento nel caso violi la policy dell'azienda. Oltre ad una sorveglianza gestita dall'azienda, infatti, i meccanismi di censura sono in parte distribuiti anche tra gli utenti, i quali possono ad esempio “segnalare” ai gestori chi lo utilizza per scopi fraudolenti o “posta” contenuti razzisti o pornografici, in modo che possa essere eliminato. La politica aziendale di Facebook ad aprile 2011⁵⁹ prevede diverse norme per quanto riguarda l'accesso – come non fornire dati falsi sulla propria identità, non utilizzare più di un account, avere almeno 13 anni e non essere stato accusato di crimini sessuali – sia su ciò che dev'essere o meno pubblicato. In questo caso viene vietato di utilizzarlo per scopi illegali, e di pubblicare contenuti minatori, denigratori, pornografici, con incitazioni all'odio, con immagini o grafica di nudo o con violenza gratuita.

Tuttavia si tratta di una piattaforma così complessa da non poter essere tenuta totalmente sotto controllo: sono numerosi i casi di attivisti, anche in Italia, che sostengono di essere stati cancellati (“bannati”) per aver organizzato manifestazioni in difesa dell'ecologia o dell'università, e che hanno denunciato una politica di controllo restrittiva o quantomeno approssimativa sui comportamenti che sono da considerare vietati.

3.2.2 Applicazioni e modalità di partecipazione

Vediamo ora nel dettaglio le applicazioni che hanno reso Facebook più “user-friendly” rispetto ad altri SNSs ed efficiente per diffondere contenuti tra gli utenti. Cominciamo

⁵⁹ <https://www.facebook.com/legal/terms>.

innanzi tutto con il definire l'interfaccia tra l'utente e il resto dei contatti: attraverso un account, ci si può creare un proprio profilo. Vi è la possibilità di fornire informazioni sulla propria persona, come il proprio nome o un nickname, inserire una propria presentazione sintetica (anno di nascita, luogo di residenza e di lavoro, etc.), specificare i propri interessi e caricare le proprie foto. Viene lasciata all'utente la possibilità di scegliere il grado di privacy che intende mantenere nella pubblicazione dei contenuti (amici, conoscenti, tutti).

Sulla propria pagina personale (bacheca) si può scrivere un messaggio di "status", che vedranno gli utenti scelti (anche qui c'è la possibilità di allargare o restringere la propria "audience"), che può consistere in un messaggio scritto, nella pubblicazione di un link, o nel caricamento di foto e video.

Riguardo alle connessioni che si hanno, esse sono di due tipi. Le prime consistono negli amici: vi sono vari modi per entrare in contatto con altri utenti e inviare loro la richiesta di "amicizia". Questo significa che attraverso un'azione che inizialmente è privata si può stabilire una connessione tra due utenti. Perché la connessione venga portata a termine, è necessario che l'altro utente sia d'accordo. Se vi è un accordo bilaterale, l'amicizia tra i due utenti diventa pubblica.

Vi sono poi degli altri tipi di collegamenti che l'utente può effettuare, ovvero aderire a pagine di "cause", eventi, manifestazioni, blog, etc. e con le stesse persone in modo diverso (essere "amici" o "fan"). Compiendo tali operazioni, si ricevono gli aggiornamenti da parte del soggetto seguito, che compaiono sulla propria bacheca.

In questo senso, il modo d'informarsi sulla politica è profondamente cambiato. I mass media si sono diffusi su una molteplicità di supporti che interagiscono tra loro. Un primo passo è stato per i giornali aprire il proprio sito, e in seguito fornire edizioni elettroniche per tablet e sbarcare sui social network. In questo modo non sono i lettori che vanno a cercare la notizia, ma è quest'ultima che li raggiunge direttamente, ed essi possono concorrere al dibattito generato attraverso i commenti. Continuano quindi a crescere gli italiani che si informano sulla politica tramite Facebook: la pagina di Repubblica è quella che riscuote maggior successo, essendo prima in Italia, con più di 750 mila fan, e terza nel mondo, dopo il New York Times e il Times of India⁶⁰, seguita da il Fatto Quotidiano⁶¹ con più di 700 mila fan.

⁶⁰ dati diffusi dal Poynter Institute, in Alessio Balbi, *repubblica.it*, 3 gennaio 2012.

⁶¹ <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/italy>: marzo 2012.

Per comunicare, poi, si possono utilizzare luoghi privati o pubblici. Si può infatti discutere privatamente con altri utenti, attraverso l'e-mail o la chat di Facebook, oppure creando gruppi chiusi, in cui la conversazione raggiunge solo gli iscritti. Viceversa, si può cercare di far raggiungere l'informazione al maggior numero di persone possibile. In questo Facebook è uno strumento molto efficiente: si può pubblicare post o commenti sulle pagine dei propri amici, e su pagine di gruppi, etc. (che possono essere pubbliche oppure necessitare l'iscrizione), creare o aderire ad eventi (attraverso il tasto "parteciperò") in modo che la notizia dell'evento circoli tra i propri amici; un'altra opzione è la possibilità di "taggare" un altro utente nei propri contenuti in modo che esso appaia sia a lui che ai suoi contatti, meccanismo che ovviamente genera un'ampia circolazione delle notizie. Si può poi cliccare "mi piace" ad un post o ad un commento, dal 2010. Recentemente il contenuto sul quale viene cliccato il "mi piace" appare ai propri contatti, e anche questo aumenta la visibilità dei contenuti. Un'altra recente modifica è la possibilità di vedere il numero di volte in cui un link viene condiviso.

Tutti questi strumenti fanno sì che Facebook sia diventato un luogo molto diffuso per informarsi ed esprimere le proprie opinioni in merito a questioni politiche, sia tra la società civile che nei confronti dei candidati e partiti politici. I cittadini non solo possono informarsi sui loro programmi, ma anche commentare sulle loro pagine le notizie. Tuttavia, in Italia vi sono degli ostacoli ad una comunicazione fluida tra cittadini ed istituzioni. Innanzi tutto sono veramente pochi i politici che utilizzano Facebook: la personalizzazione della politica affermatasi negli ultimi vent'anni riguarda più che altro un modo di esporsi sui mass media tradizionali, fuori della Rete. Per costruire un rapporto "uno ad uno" in questo luogo, infatti, sarebbero necessarie non tanto risorse di tempo o di competenze (per questo ci sono spesso ottimi staff che curano la loro comunicazione), ma un'attenzione al mezzo, e una differente impostazione "ideologica" nei confronti dei propri interlocutori. Come vedremo attraverso la nostra ricerca empirica, infatti, le pagine dei partiti politici rispecchiano un modo di intendere Internet e i SNSs 1.0, profondamente gerarchico e statico, in cui vengono fornite informazioni top-down ma spesso non è concessa replica da parte degli utenti.

3.3 Caratteristiche della partecipazione su Facebook

Vorremmo poi tentare di spiegare come si articoli la partecipazione politica su questo social network, evidenziando come da un lato essa può rientrare nelle categorie analitiche tradizionali con cui la partecipazione è generalmente definita nelle società postindustriali (si vedano ad esempio Cotta, 1979; Sani, 1996), mentre dall'altro le travalica. Le categorie usate sinora infatti non sembrano sempre in grado di definire esaustivamente la molteplicità di forme che la partecipazione assume al giorno d'oggi. Le dimensioni analitiche della partecipazione si basano principalmente sulle coppie di opposizioni presentate nel capitolo 1, come quelle tra indiretta e diretta (o rappresentativa e forte), visibile e invisibile (o manifesta e latente), convenzionale e non convenzionale.

Una prima dicotomia che viene qui a sfumarsi è quella tra partecipazione visibile e invisibile. Su Facebook, alcune modalità di partecipazione che rientrerebbero nella cosiddetta partecipazione "invisibile", e che sono la preconditione della partecipazione visibile, sono essi stessi visibili. Ad esempio, iscriversi ad un gruppo che condivide i propri stessi valori è un'azione che appare agli altri. Condividere un'informazione con un proprio contatto, sulla bacheca, è osservabile dagli altri. Discutere di politica su un social network accessibile a tutti, ancorché azione che si limita allo scambio d'informazioni, è un'azione pubblica, aperta, trasparente, la cui visibilità può avere delle conseguenze diverse e di più ampia portata che quelle provocate dalla discussione assembleare, e che mira di per se stessa ad influenzare il dibattito politico. Inoltre, a differenza della condizione assembleare vis à vis, qui l'azione viene svincolata dai limiti spazio-temporali, e la discussione, seppur collettiva, viene portata avanti da soggetti che agiscono individualmente, ognuno da luoghi e secondo tempi differenti.

Facebook presenta poi delle caratteristiche strutturali e delle applicazioni che facilitano l'attivazione costante dei cittadini, per cui viene utilizzato come luogo di sperimentazione di forme partecipative che rientrano nella nozione di democrazia diretta, come firmare petizioni online o stilare proposte, statuti e in generale documenti generati in forma collettiva dagli utenti. Anche se ricorda Rodotà:

“La vera novità democratica delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, infatti, non consiste nel dare ai cittadini l'ingannevole illusione di partecipare alle grandi decisioni attraverso referendum elettronici. Consiste nel potere dato a ciascuno e a tutti di servirsi della straordinaria ricchezza di materiali messa a disposizione dalle tecnologie per elaborare

proposte, controllare i modi in cui viene esercitato il potere, organizzarsi nella società” (Rodotà, 2007).

In questo senso democrazia si manifesta in maniera “diretta”, ma senza sovrapporsi a quella “rappresentativa” (si veda Coglianesi, 2007).

I cambiamenti introdotti dai social network, e in generale dalle nuove tecnologie, portano l'individuo ad assumere in ogni caso un certo grado di attivazione. L'atto stesso di scegliere autonomamente i propri canali di riferimento, così come quello di seguire un particolare forum di discussione, ancorché senza esprimere i propri punti di vista, rendono l'individuo meno passivo di quanto non lo sia, ad esempio, lo spettatore televisivo. Mentre secondo alcuni autori, scrivere online non è da considerarsi partecipazione politica, poiché l'eccessiva estensione di questo concetto lo farebbe diventare inutile ad un livello analitico⁶², noi riteniamo che la partecipazione sui SNSs sia di per sé un fatto politico (Peretti e Micheletti 2004), aldilà del fatto che poi abbia delle ricadute o meno nel mondo offline. Questo ad un livello molto basilare, anche se certamente non è corretto definire “attivisti” tutti coloro che partecipano ad un livello esclusivamente virtuale. Ma non è nemmeno corretto definire “cliccattivismo” tutte le forme di partecipazione online. Come vedremo attraverso la nostra ricerca empirica, vi sono molte sfumature nella partecipazione sui SNSs, che dipendono dall'intensità con cui gli individui svolgono un'azione e dalla qualità delle stesse.

Un altro grosso cambiamento introdotto da questo tipo di piattaforma è che spesso gli utenti non ricercano più l'anonimato. L'evoluzione dello stile e delle pratiche di uso di Internet da parte degli utenti si avverte nel fatto '80 e '90 gli utenti si relazionavano tra di loro dimostrando prevalentemente un atteggiamento di diffidenza nei confronti della pubblicazione della propria identità. Con Facebook invece si è passati all'espressione della propria identità personale, spesso ad una vera e propria esibizione. Non intendiamo qui addentrarci nel dibattito sulla fine della privacy ed i risvolti psicologici dei giovani “nativi digitali”, pur sottolineando che la trasparenza e la condivisione quasi illimitata del proprio vissuto personale è un tratto che caratterizza la società odierna. Quello che sottolineiamo è che per “fine dell'anonimato” non intendiamo in generale il presentarsi con il proprio nome e cognome. Molti utenti infatti si registrano su Facebook non tutti dichiarando le proprie generalità, ma uno o più nicknames, magari cambiandoli nel tempo. Quello che però sembra rilevante è che è abbastanza difficile agire in modo completamente anonimo:

⁶² Van Deth (2001), cit. in Anduiza et al. (2010).

ad esempio, per intervenire in un gruppo di discussione politico, occorre dimostrare di esistere “realmente”, avere una propria storia e dei legami. E questo implica tempo, sforzo e necessariamente la cooperazione dei propri “amici”. Certamente, vi è il modo di agire in maniera poco sincera, ma la probabilità che un utente intrattenga relazioni unicamente con persone a cui non è interessato, o addirittura avverso, è indubbiamente scarsa. Inoltre, dimostrando un’identità falsa c’è il rischio di farsi espellere dal gruppo: se il proprio profilo dimostra di non aver contatti, che si hanno due o tre amici (probabilmente appartenenti alla stessa persona), e la foto è falsa, è probabile che si venga considerati “troll” ed eliminati da parte degli altri utenti.

È importante sottolineare questo aspetto perché ha a che fare con la fine della separazione tra spazio pubblico e spazio privato (Thompson, 1998). Le ICTs infatti contribuiscono al processo di erosione tra pubblico e privato, di cui già parlava Habermas riferendosi alla sfera pubblica borghese ottocentesca, ed accelerano il processo di privatizzazione della politica, poiché i luoghi virtuali di discussione pubblica, come in questo caso, sono spesso appartenenti a privati – vedremo nel paragrafo successivo alcuni degli aspetti problematici che questo comporta - e in secondo luogo gli individui che vi partecipano combinano contenuti personali a discussioni di interesse pubblico.

3.4 I SNSs per la costruzione del discorso pubblico: il piano ideale e il piano empirico

Il dibattito teorico attuale riguardante il modo in cui nelle piattaforme virtuali come i SNSs si possa creare sfera pubblica muove dalla definizione habermasiana di quest’ultima quale “struttura comunicativa poggiante sulla società civile e radicata (tramite questa) nel mondo della vita” (Habermas, 1996, p. 426), uno spazio sociale intermedio tra l’ambito privato e istituzionale che sia inclusivo in cui sia possibile la formazione dell’opinione pubblica e caratterizzato da forme di agire orientato all’intesa (ivi, p. 428). Tra gli studi riguardanti la sfera pubblica in Internet, ricordiamo quello di Jensen (2002, p. 2), secondo cui nella sfera pubblica i problemi politici rilevanti vengono identificati e discussi tra cittadini e vengono avanzate delle soluzioni (funzione di problem-solving politico); le discussioni nella sfera pubblica dovrebbero portare alla riflessione tra i cittadini e fornire loro nuove e rilevanti informazioni su temi di carattere politico, contribuendo in tal modo

allo sviluppo della cittadinanza (funzione di istruzione ed educazione dei cittadini); infine, nella sfera pubblica i problemi sollevati sono portati nell'agenda politica e vengono stabilite quali siano le decisioni rilevanti da prendere (funzione di agenda setting).

Un'altra definizione normativa della sfera pubblica la fornisce Dahlberg (2001, p. 622), secondo cui le caratteristiche ideali sarebbero le seguenti. La deliberazione in primo luogo implica il coinvolgimento in critiche reciproche rispetto a posizioni normative, che sono fornite con razionalità, invece che essere semplicemente asserite (*reasoned moral-practical validity claims*). Vi è poi la condizione di riflessività: i partecipanti devono esaminare criticamente i loro valori culturali, ipotesi ed interessi, così come il più ampio contesto sociale. Inoltre, i partecipanti devono cercare di capire l'argomentazione dalla prospettiva altrui. Questo necessita un dialogo continuo, in cui gli interlocutori si ascoltano rispettosamente gli uni gli altri (*ideal role taking*). A queste condizioni si aggiunge quella della sincerità: ogni partecipante deve fare un sincero sforzo per fornire tutte le informazioni rilevanti sul particolare problema in considerazione, nonché le proprie intenzioni, interessi, bisogni e desideri. Vigge poi il principio d'inclusione: l'inclusione e l'eguaglianza nel discorso significano che ogni partecipante interessato è in modo eguale abilitato a esprimere la propria posizione; ed infine deve sussistere una condizione di autonomia dallo Stato e dal potere economico.

Tuttavia, come sottolineano gli stessi autori, vi è tra l'ideale e il fattuale un profondo scollamento. In altri termini, vi sono dei problemi attinenti sia all'ampiezza e all'indeterminatezza del concetto stesso di sfera pubblica – come la difficoltà di stabilire cosa sia la riflessività o la razionalità, sia all'impossibilità di ritrovare quelle condizioni ideali come l'inclusione (si veda il paragrafo riguardante il *digital divide*), il rispetto reciproco e l'autonomia da soggetti statali o economici nella maggior parte delle piattaforme virtuali.

Un primo problema è relativo alla struttura di tali siti, e riguarda il fatto che si tratta di luoghi privati. Infatti il problema dei SNSs come Facebook non è tanto – almeno in condizioni di democrazia – l'ingerenza da parte del governo nella discussione dei cittadini, quanto quella da parte delle corporations. Viviamo infatti in quella che è stata definita da Castells “società dell'informazione”, e in questo contesto sia l'azione delle multinazionali che controllano i SNSs, sia quella dei soggetti che li usano con fini politici, individui e movimenti, si fondano sullo scambio delle informazioni.

I social media sono quindi spesso stati criticati per il fatto che – anche attraverso contestate norme sulla privacy - le informazioni personali degli utenti vengono sfruttate per finalità commerciali. Il cosiddetto “capitalismo della conoscenza” si fonda infatti anche sulla vendita di contenuti che vengono gratuitamente generati dagli utenti, per scopi pubblicitari (basati su target di utenti) e per aumentare il valore finanziario dei SNSs stessi (ricordiamo che nel maggio 2012 Facebook si è quotata in Borsa). La Rete è quindi soggetta ai tentativi di “feudalizzazione” da parte di istituzioni ed aziende multinazionali (Butsch, 2007): alcuni autori rilevano come “nonostante Internet sia apparentemente libero da proprietà, sta diventando sempre più dominato da poche grandi corporations” (Bosnjak et al., 2008, p. 751; si vedano Kushin, M. J. e Kitchener, K., 2009; Nugent, 2001).

Tuttavia, nonostante la proprietà di queste piattaforme sia privata, si fanno più concrete nuove opportunità di inclusione di soggetti della società civile per riempire tali spazi di discussioni che hanno un carattere pubblico.

Infatti, in questi anni i movimenti hanno dimostrato di volersi appropriare degli “strumenti del potere” per portare avanti strategie di “contropotere” (Castells, 2007; 2009): utilizzando piattaforme di governi o multinazionali, per avere visibilità, essi costruiscono i propri significati e diffondono i propri messaggi, e in tal modo ridefiniscono il mezzo stesso. Non dobbiamo dimenticarci che Internet, e i SNSs, sono dei mezzi, che “costringono” l’azione degli individui entro certi limiti, ma non è detto che essi utilizzino gli strumenti a loro disposizione in una direzione predeterminata. Al contrario, se ne possono servire per criticare proprio quel modello – istituzionale o economico – che fornisce loro il supporto comunicativo.⁶³ Nel caso delle proteste contro il potere economico, è successo col movimento NoGlobal ed ora con OccupyWallStreet e le esperienze simili, e per quanto riguarda le contestazioni ai governi, è recente il caso della Primavera Araba, in cui i SNSs sono stati utilizzati per criticare i regimi e diffondere notizie sulla repressione delle proteste.

Affiancandosi alle molteplici piattaforme virtuali che consentono di generare discorso pubblico, secondo alcuni i SNSs sono una risorsa per la collettività: grazie a Internet si potrebbe superare la condizione escludente che la sfera pubblica borghese di stampo habermasiano poneva per gruppi marginali e classi subalterne (Fraser, 1992), e fornire nuove opportunità di discussione e partecipazione (Dahlgren, 2005). In quest’ottica, i SNSs

⁶³ Castells, 2009, p. 326: “social networking sites can function as the means to enact counterpower”.

sono luoghi che permettono la convergenza di molti spazi, ed essere quindi uno snodo tra informazioni provenienti da diversi canali: istituzionali, dei movimenti, etc. Sono luoghi “pop” in cui i “subaltern counterpublics” (Fraser, 1992, pp. 123-125) trovano nuove modalità di espressione.

Ma in che modo avviene la discussione? E tra chi? Come abbiamo ricordato nel capitolo precedente, solo un esiguo numero di cittadini utilizza la Rete per informarsi e discutere di questioni d’interesse pubblico. In più, il discorso viene di solito effettuato in maniera predominante da certi soggetti – sia in senso quantitativo che qualitativo - mentre altri assumono il ruolo di spettatori o si limitano a poche affermazioni od azioni. A tale proposito la legge del 90/9/1 designa quel fenomeno per cui su Internet la maggior parte delle persone (90 su 100) assume un semplice ruolo ricettivo delle informazioni. Si tratta di tutti quei soggetti che si limitano quindi a navigare alla ricerca d’informazioni, in questo caso politiche, e che seguono le discussioni senza però contribuire attivamente al dibattito. Una piccola parte invece parteciperebbe in maniera minima alla discussione, e solo una percentuale bassissima contribuirebbe alla gran parte del dibattito. Si tratta di una tendenza che – come abbiamo visto nel primo capitolo - caratterizza anche la partecipazione offline, e non sembra quindi essere una specificità della natura virtuale della partecipazione: così come nel mondo fisico, solo una piccola parte della popolazione si informa frequentemente di politica, e una fetta ancor più ristretta assume un ruolo attivo nel discuterne.

Visto il “chi” potrebbe partecipare, vediamo ora il “come”. Nei capitoli precedenti abbiamo esplorato i modi in cui Internet accelera alcuni processi sociali. Uno di questi è la possibile perdita di coesione di rappresentazioni unificanti ed esperienze condivise nelle società (Bennett, 1998, p. 741). In generale nel dibattito su Internet ha prevalso la visione secondo cui la libertà data da Internet di scegliere i propri canali informativi e i luoghi in cui esprimersi esporrebbe ancora di più gli individui ad una discussione di nicchia, frammentata e polarizzata, come nella visione di Bauman. Inoltre, Kushin e Kirkhner (2009) sottolineano come numerose ricerche hanno rafforzato l’ipotesi che in Internet vi sia un’esposizione selettiva ai contenuti (Bimber e Davis, 2003; Best e Krueger, 2005; Mutz, 2002), e che la discussione avverrebbe tra comunità virtuali che sono al loro interno piuttosto omogenee rispetto ai valori (Dahlberg, 2001).

Tuttavia i SNSs come Facebook facilitano la creazione non di comunità omogenee, ma di network flessibili e diversificati. Spesso le persone hanno centinaia e centinaia di contatti, e non è realistico pensare che tutti aderiscano agli stessi valori. In tal modo gli individui hanno l'opportunità di avvicinarsi ad informazioni di tipo politico anche qualora non le abbiano cercate in precedenza, ed inoltre le fonti di informazione non vengono selezionate completamente a priori.

A questo proposito Brundidge (2010) ha sostenuto che l'esposizione a rappresentazioni differenti sarebbe favorita dall'"involontarietà" dell'incontro:

"Inadvertent is facilitated online through (a) less than perfect online selective exposure strategies (b) non-avoidance of encounters with political difference, (c) weakened social boundaries between far flung geographic locations, between one discursive space and the next (blurred and porous boundaries creating increased interspatiality), between political and apolitical spaces of communication, and between the private and the public spheres" (Brundidge, 2010, p. 687).

In questi spazi le opportunità di incontrare ciò che non si era cercato sono molto alte, e le dinamiche con cui le persone partecipano online possono scaturire dalle differenze di pensiero, e non solo dall'accordo (Mutz, 2002). Un'altra critica rispetto al dibattito online è che questo sarebbe spesso poco approfondito e non interattivo (Barber, 2003). Meijer, Burger e Ebbers (2009, p. 104) criticano questa visione sostenendo che nemmeno il fatto di essere fisicamente presenti a una discussione garantisca di per sé l'alta qualità della stessa, né per quanto riguarda i contenuti della discussione (e quindi la sostanza), né rispetto alla forma, nel senso che la compresenza fisica non implica che la discussione sia portata avanti in maniera critico-razionale per raggiungere il consenso di opinioni. (Habermas, 1986). Viceversa, Internet potrebbe contribuire a dare qualità alla discussione proprio perché la comunicazione asincrona e de-spazializzata dà alle persone il tempo di ponderare le loro risposte e cercare e fornire informazioni rilevanti per la discussione.

In secondo luogo, gli stessi autori sostengono che la discussione online può anche essere valutata in un'altra maniera rispetto al criterio della qualità: spesso nelle chat i contenuti della discussione possono, da una prospettiva esterna, essere considerati di scarsa qualità. Ma comunque, il fatto che le persone siano costantemente online e parlino ai loro contatti è di per sé un fenomeno interessante: "Essere costantemente in contatto gli uni con gli altri e sapere cosa i tuoi pari stanno pensando significa che i legami sociali sono

continuamente confermati e nuovi legami (deboli) possono essere creati” (Meijer et al., 2009, p. 104).

Inoltre, si ritiene necessario abbandonare la pretesa di trovare una discussione formalmente ineccepibile, in quanto i SNSs vengono utilizzati da individui di ogni età e livello sociale, e i cui commenti sono spesso scritti simultaneamente, in maniera anche “volgare” e caricata, per supplire la mancanza di gestualità (ad esempio attraverso le “emoticons”), e spesso vi possono essere fraintendimenti a causa di un’ironia non compresa, poiché non è possibile far ascoltare all’altro le inflessioni del proprio tono di voce. Certamente, occorre investigare se la discussione viene portata avanti con un certo livello di rispetto, affinché anche voci discordanti possano esprimersi.

3.5 La comunicazione espressiva e non deliberativa

Focalizzandoci ora sulla qualità del dibattito che avviene su Facebook, bisogna rilevare che spesso la discussione è costituita da commenti brevi, non approfonditi, e che vengono soppiantati in breve tempo da nuove news. Questo impedirebbe il “dibattito razionale fino al raggiungimento del consenso” auspicato da Habermas, che sarebbe invece più applicabile al wiki. Cosa significa questo? Che tali forme espressive non rientrano in forme di partecipazione alla sfera pubblica? Riteniamo che invece occorra ridefinire la concezione delle pratiche discorsive che vengono adottate da gruppi antagonisti anche sui SNSs, inquadrandole in un contesto che attiene alla partecipazione alla cosa pubblica, ma che tuttavia non ha necessariamente come fine quello della presa di decisioni.

Una prima soluzione è prescindere dal concetto di deliberazione definito in base al vincolo della decisione (e raggiungimento del consenso), e concentrarsi invece sul processo di discussione, sulla dimensione conflittuale, e sul tipo di accesso-inclusione del gruppo. La deliberazione può allora essere intesa come un processo di espressione e condivisione delle identità individuali dei partecipanti, a prescindere dal fine estrinseco all’azione stessa⁶⁴. Tuttavia in questo caso il significato del concetto di deliberazione verrebbe ad essere esteso in maniera da coincidere con il concetto di partecipazione.

⁶⁴ Svensson, 2009: “Deliberation as «reflection» and process of sharing and expression of individual self-identity”.

La seconda via è quindi abbandonare la pretesa di incontrare necessariamente forme deliberative nella discussione pubblica, nell'analisi del repertorio di pratiche discorsive condotte dai movimenti che utilizzano la Rete, e interpretare le nuove forme di publicness secondo un'ottica "conflittuale". In questo senso, Grossi, utilizzando come strumento analitico la nozione di "contentious politics" – presentata nel primo capitolo – afferma che oltre alla comunicazione deliberativa vi è anche quella "controversiale (contentious politics communication), con ciò intendendo quei repertori di azioni comunicative specifiche che mirano, incessantemente, a costruire i conflitti politici per difendere ed allargare la democrazia" (Grossi, 2011, p. 55). La comunicazione di questo tipo non mira a influenzare o a prendere il potere, ma si svolge nell'ambito della società civile, ed è più orientata alla rivendicazione che all'intesa (ivi, p. 56).

In questo senso, riteniamo che la partecipazione politica che avviene online sia in gran parte di tipo simbolico. Le motivazioni a partecipare risiedono nell'esigenza di esprimere il proprio punto di vista su varie questioni, piuttosto che concernere la volontà di influire direttamente nell'agenda politica e su chi detiene il potere. La definizione di partecipazione politica può anche in questo caso infatti presentare un doppio significato. In un primo senso, partecipare può essere inteso come "prendere parte" ad un atto o un processo collettivo. In secondo luogo, può significare l'"essere parte di un organismo, di un gruppo, di una collettività" (Cotta, 1979, p. 203). Nella prima accezione, partecipare consiste nel coinvolgimento nel processo di decision making, e nell'elezione dei propri rappresentanti. Nella seconda accezione significa un'attiva inclusione in un'organizzazione sociopolitica.

Partecipare come "prendere parte" presuppone che gli individui "siano titolari, o aspirino ad esserlo, dei diritti che attribuiscono una quota di potere di produrre le decisioni vincolanti la collettività" (Raniolo, 2002, p. 16). Da tale definizione emerge che la seconda dimensione della partecipazione, ovvero l'"essere parte", appare come una preconditione della prima; inoltre, partecipare implica che *ci si senta* parte di tale collettività. Non è necessario aderire totalmente alle sue norme, ma occorre che vi sia una legittimazione del sistema socio-politico in cui si vive. In altri termini, è necessario un senso un senso di appartenenza alla propria comunità politica, la condivisione di ideali e valori, oltre che la legittimazione nei confronti delle istituzioni politiche o quantomeno degli strumenti per influirvi.

La condizione di “essere parte” pone poi l’accento sull’aspetto del partecipare come fine in sé. Troviamo utile soffermarci su tale categoria poiché la componente simbolica pare essere una chiave utile per comprendere le modalità e le ragioni delle forme di partecipazione sui SNSs. Ciò che la distingue analiticamente dalla partecipazione strumentale è relativo alle motivazioni e gratificazioni che spingerebbero gli individui a partecipare. Questo tipo di azione, come ogni altra forma di agire, può essere motivata da diversi fattori. La distinzione più celebre è quella di Weber, che indica quattro fondamenti determinanti l’agire sociale, ovvero la razionalità rispetto allo scopo, la razionalità rispetto al valore, l’affettività e la tradizione. Soffermandosi sui primi due fondamenti, l’agire sociale può infatti essere determinato in modo razionale in base allo scopo, “da aspettative dell’atteggiamento di oggetti del mondo esterno e di altri uomini, impiegando tali aspettative come ‘condizioni’ o come ‘mezzi’ per scopi voluti e considerati razionalmente, in qualità di conseguenza” (Weber, 1968, I, pp. 21-22), oppure in modo razionale rispetto al valore, “dalla credenza consapevole dell’incondizionato *valore in sé* – etico, estetico, religioso, o altrimenti interpretabile – di un determinato comportamento in quanto tale, prescindendo dalla sua conseguenza” (ibidem).

Agire rispetto allo scopo è quindi assimilabile al concetto di partecipazione strumentale. Se certamente è possibile su Facebook rilevare finalità di questo tipo, tuttavia le pratiche di partecipazione sono prevalentemente orientate all’espressione di appartenenza a gruppi o valori. Ciò per due ragioni. In primo luogo, le azioni non vengono di solito rivolte ai rappresentanti politici affinché si prendano carico delle istanze dei cittadini, ma l’azione politica è per lo più rivolta ad influenzare la società civile. In secondo luogo, sembra che l’atto di discutere online non sia per la maggior parte del tempo utilizzato come mezzo per raggiungere degli obiettivi. Come emergerà dalla ricerca empirica, tuttavia, vi sono molti spazi in cui si può discutere su Facebook, privati e pubblici. In questo momento parliamo della discussione che avviene sulle pagine pubbliche, quelle visibili a tutti, e verso le quali vengono mosse le critiche presentate all’inizio del capitolo, poiché per i gruppi privati sarà necessario fare un discorso a parte. Ma per quanto riguarda la discussione pubblica su Facebook, essa pare essere funzionale nei momenti che precedono o che sono successivi alla decisione. Infatti, essa si rivela essenziale in quei momenti che Melucci (1982) chiama “di latenza”, per i movimenti, e per la pubblicizzazione delle decisioni una volta che sono già state prese, altrove.

La partecipazione pubblica infatti può essere generalmente definita come il coinvolgimento in processi politici, amministrativi e sociali, in cui “i cittadini si trasformano da spettatori in individui attivamente coinvolti che hanno come obiettivo realizzare quello che percepiscono come bene pubblico” (Meijer et al., 2009). In attività come quella del voto la “partecipazione si presenta come diretta a influenzare l’attribuzione delle posizioni d’autorità in un dato sistema politico, in altre parole è *polity related*” (Raniolo, 2002, p. 30). Nei periodi compresi tra due elezioni invece, la partecipazione è “orientata ad influenzare il processo di formulazione ed implementazione delle politiche, cioè *policy-related*” (ibidem), volta a effettuare pressioni sui governanti perché prendano determinati tipi di decisioni.

Invece, solitamente su Facebook non si partecipa attivamente per porre domande al sistema politico e amministrativo, ma per sviluppare delle forme di mutuo aiuto e supporto, tra cittadini, per raggiungere gli obiettivi comuni. Si tratta di una distinzione che non sempre è possibile effettuare, tuttavia a livello analitico è utile per comprendere il nostro caso di studio: è importante sottolineare che se certamente su Facebook non mancano le azioni dirette alla classe politica – in quei momenti (come campagne dirette a politici e manifestazioni) in cui ci si sovrappone alla dimensione della policy⁶⁵ - la maggior parte delle forme di partecipazione è tesa allo scambio di informazioni, materiale ed idee tra cittadini.

Per questo, sebbene si tratti di tipi ideali di agire, e di una distinzione utilizzabile a livello unicamente analitico, riteniamo che la partecipazione politica che rileveremo sulle bacheche pubbliche sia in gran parte determinata dalla volontà espressiva dei membri, i quali, talvolta agendo in quanto individui separati, e talvolta trovando istanze collettive, desiderano comunicare agli altri le proprie opinioni riguardo il mondo. Tale tipo di agire rientra nel concetto di partecipazione simbolica, che implica il partecipare come fine in sé: “indipendentemente dall’utilità pratica della partecipazione, sono la solidarietà con i membri del gruppo di riconoscimento e/o l’identificazione con una data collettività politica che spiegano il coinvolgimento attivo e l’impegno civile” (Raniolo, 2002, p. 37).

Se certamente ogni atto politico contiene in sé una componente strumentale e una espressiva, quello che cambia è la proporzione delle due componenti, nonché i benefici

⁶⁵ Meijer, A. et al., 2009, pp. 104-105: “Political participation: The website is devoted to the influencing of decision-making and agenda-setting by political institutions or is about citizens’ opinions about their role in the political process. Policy participation: The website is devoted to activities influencing the realization of governmental policy goals by supporting government and direct action towards third parties. Social participation: The website helps in the construction of social capital. Connections within and between social networks are supported by interactions on the website.”

ottenuti dai partecipanti: “la partecipazione espressiva è diretta al conseguimento di beni intrinseci che si traducono nella gratificazione derivante dalla partecipazione stessa” (ivi, p. 21), nella testimonianza e nel riconoscimento di un’appartenenza, per quanto labile e contingente, con una rete di soggetti che condivide le stesse istanze: “politics becomes not only an instrumental activity for achieving specific goals, but also an expressive activity, a way of asserting, within them public sphere, group values, ideals, and belonging” (Dahlgren 2005, pp. 154-155). Anche se questi processi comunicativi non hanno una forte componente strumentale, non sono certamente definibili come “irrazionali”:

“The deliberative turn in political philosophy bring the well-known dichotomy between instrumental and communicative rationality to the fore. If we add new political practices online together with a sociological understanding of the late modern subject, I believe that an expressive account rationality is more accurate for understanding citizenship practices and political participation today”. (Svensson, 2009)

Per concludere, abbiamo visto come la partecipazione che avviene in Rete spesso viene definita come “slacktivism”, una forma fugace, leggera, a costi bassissimi, di partecipazione: aderire ad una petizione on-line, “postare” un commento ad un articolo, possono far sentire gli individui coinvolti ed attivi sulle istanze, ma spesso gli effetti di tali azioni né arricchiscono il dibattito, né riescono ad uscire dai confini dell’etere e radicarsi in maniera duratura e profonda nella società “reale”. Tuttavia, anche online vi sono gradi diversi di partecipazione, e non bisogna quindi liquidare tutte le forme di attivazione online come “soft”: se cliccare un “like” su un social network può essere considerata una forma di partecipazione a scarso impegno, molto diverso è ad esempio essere attivamente coinvolti nella discussione pubblica – forum, mailing list, social network - o gestire pagine, siti o blog di gruppi politici. In secondo luogo, le riflessioni presentate ci consentono di staccarci dalla deliberazione come vincolo per l’esistenza di pratiche di publicness diverse da quelle tradizionali.

In conclusione, vogliamo ricordare come un termine molto usato e dibattuto durante lo scorso anno è stato quello di “twitter revolution”, per sottolineare l’aspetto digitale delle ribellioni della Primavera Araba avvenute nel 2011 in molti Paesi del Nordafrica e del Medio Oriente. Allo stesso modo, è emerso il tema di come i SNSs abbiano influito sulla diffusione delle proteste che hanno coinvolto Paesi come l’Italia e la Grecia sul tema della crisi della dimensione della politica istituzionale. Riteniamo che spesso si sia

“entusiasticamente” forzato il ruolo dei SNSs in questi processi, adducendoli a cause delle proteste. Non è a nostro parere corretto asserire che le popolazioni si attivino politicamente *a causa* di Internet, ma vi sono specifiche ragioni sociali, politiche ed economiche che hanno portato nei vari Paesi alle proteste. Come sottolinea Morozov (2011), le tecnologie digitali sono “semplicemente” degli ottimi strumenti che possono essere utilizzati in diverse maniere.

Quello che invece è interessante è come i SNSs abbiano inciso sulla configurazione delle proteste, e sulla diffusione delle immagini e delle notizie in tempo reale. I SNSs mostrano, sono lo specchio, di una volontà di una politica partecipata e dal basso, in cui gli attori sono i “prosumers”⁶⁶ della diffusione e dell’interpretazione del messaggio. Inoltre, rendono possibili le intersezioni tra nodi locali e virtuali, permettendo una “riattivazione” a livello locale che passa attraverso la Rete (Ciastellardi, 2011)– specialmente in Paesi in cui la sorveglianza sui mezzi di comunicazione da parte delle autorità governative è capillare. La nostra ricerca empirica cercherà di fare luce sulla complessità della partecipazione politica che avviene su Facebook e sulle relazioni che questo ha con la partecipazione offline attraverso lo studio di un movimento italiano, quello Viola.

⁶⁶ Il termine “prosumer” indica l’essere al contempo produttore e consumatore.

Capitolo 4. Disegno della Ricerca Empirica

Per analizzare i cambiamenti delle forme di partecipazione politica abbiamo effettuato uno studio esplorativo sulle nuove forme di partecipazione politica online, e sui modi in cui si intersecano la dimensione fisica e quella virtuale della partecipazione.

Questo capitolo si apre con la presentazione delle domande e delle ipotesi che hanno guidato la nostra ricerca empirica, che riguardano le forme attraverso cui in Internet e in particolare sui SNSs si può partecipare in attività politiche e le relazioni tra partecipazione politica online ed offline, a cui si è cercato di dare risposta attraverso uno studio di caso, quello del movimento Viola.

Il secondo paragrafo riguarda i metodi di ricerca impiegati nello studio di questo fenomeno - che comprendono quelli impiegati per la rilevazione della partecipazione online e di quella offline. L'analisi è stata effettuata attraverso tecniche miste di ricerca, utilizzando metodi qualitativi e quantitativi: attraverso l'analisi della pagina nazionale ufficiale del Popolo Viola, un questionario da noi creato ed interviste in profondità abbiamo cercato di fornire un quadro sulla configurazione della partecipazione che avviene in generale in Internet, e nello specifico su Facebook, nonché sul rapporto tra partecipazione online ed offline.

4.1 Domande, ipotesi ed oggetto della ricerca

Le domande che hanno guidato la nostra ricerca sono essenzialmente tre. In primo luogo, come si partecipa in Internet? Intendiamo indagare se e in che modo gli attivisti di un movimento colgono le opportunità offerte da Internet, per quanto riguarda le nuove forme di attività politiche che è possibile sviluppare sulle differenti piattaforme virtuali.

In particolare, come si partecipa su Facebook? il nostro obiettivo è indagare se e in quale misura gli strumenti offerti da questo social network vengono utilizzati per fini politici.

Ed infine, esistono delle relazioni tra la partecipazione online e quella offline? In questo caso intendiamo rilevare se esistano delle associazioni tra comportamento politico portato avanti a livello virtuale e quello che avviene nello spazio “fisico”.

Ipotesi di ricerca sulla partecipazione su Facebook

Come guida allo studio di tale fenomeno si utilizzeranno le dimensioni della sfera pubblica proposte da Dahlgren (2005; vedi anche De Rosa, 2000) ovvero struttura, rappresentazione e interazione.

La dimensione strutturale ha a che fare con la configurazione formale del sito, e si riferisce quindi all’assetto di questi spazi comunicativi in termini di caratteristiche legali, sociali, culturali, tecniche, economiche, e di architettura (ad esempio, le applicazioni che permettono la partecipazione), poiché “tali fattori hanno un impatto sui modi in cui la Rete è accessibile (o meno) per l’uso civico”⁶⁷.

La dimensione della rappresentazione riguarda gli output dei media, l’ispirazione ideologica del gruppo, il pluralismo delle visioni, la completezza nell’informazione, le istanze prevalenti ed il modo in cui si struttura la conversazione⁶⁸.

Infine, la dimensione dell’interazione “consiste di due aspetti. In primo luogo ha a che fare con l’incontro dei cittadini con i media, ovvero col processo comunicativo di ricerca di senso, interpretazione degli output dei media, e in secondo luogo riguarda processo interattivo dell’incontro dei cittadini tra loro”⁶⁹.

⁶⁷ Dahlgren 2005, pp. 149-150: “The structural dimension has to do with the formal institutional features. Most obviously, this includes media organizations, their political economy, ownership, control, regulation, and issues of their financing, as well as the legal frameworks defining the freedoms of - and constraints on-communication. In regard to the Internet, the structural dimension directs our attention to the way in which the communicative spaces relevant for democracy are broadly configured. This has to do with such things as the manner in which cyber-geography is organized in terms of legal, social, economic, cultural, technical, and even Web-architectural features. Such factors have an impact on the ways in which the Net is accessible (or not) for civic use”.

⁶⁸ Ivi, p. 150: “In this dimension, one can raise all of the familiar questions and criteria about media output for political communication, including fairness, accuracy, completeness, pluralism of views, agenda setting, ideological tendencies, modes of address, and so forth”.

⁶⁹ Ibidem: “Interaction actually consists of two aspects. First, it has to do with the citizens’ encounters with the media - the communicative processes of making sense, interpreting, and using the output. The second

Cominciando dalla dimensione strutturale, osserviamo in primo luogo che Facebook è una piattaforma privata. Il nostro obiettivo è rilevare se e in che modo questa caratteristica abbia influito sulle dinamiche relazionali e discorsive del movimento.

La nostra prima ipotesi è che il carattere privato di Facebook non rappresenti, di per sé, un ostacolo all'elaborazione di pratiche democratiche del discorso pubblico, ma che il problema risieda nel fatto che le pagine di Facebook siano private. Quest'idea scaturisce dall'analisi della letteratura in merito al ruolo di Internet nel riconfigurare lo spazio del discorso pubblico. Come abbiamo visto nel terzo capitolo, le teorie al riguardo partono da due ipotesi principali: alcuni ritengono che Internet permetta di realizzare appieno la partecipazione pluralistica e democratica alla sfera pubblica, poiché potrebbe rivitalizzare il senso di cittadinanza dei soggetti, anche inattivi politicamente, mentre altri pongono l'accento sui limiti concreti all'inclusione e alla deliberazione che l'uso di Internet ha al giorno d'oggi. Non sarebbe infatti corretto affermare che Internet rappresenti *in quanto tale* sfera pubblica, in virtù dell'enorme capacità dovuta al mezzo informatico di rimuovere barriere alla comunicazione tra gli individui, ma la questione ruota attorno alle concrete opportunità di sviluppo di contenuti condivisi e forme comunicative democratiche (cfr. anche Sebastiani 2009).

Per Jürgen Habermas, uno dei fondamentali scopi della sfera pubblica è raggiungere l'intendimento comune tra i cittadini che possa servire come guida per le decisioni politiche (Habermas, 1986), e tra gli altri, Dahlberg (2001) e Jensen (2002) ridefiniscono le condizioni necessarie affinché si possa realizzare sfera pubblica in Rete, esaminate nel capitolo precedente. Tuttavia, l'idealtipo di sfera pubblica è impossibile da ritrovare su Facebook, sia per le sue caratteristiche strutturali, che per il concetto stesso di sfera pubblica, estremamente astratto, e la cui definizione operativa ai fini della ricerca empirica deve necessariamente essere effettuata selezionando alcuni aspetti e tralasciandone altri. Vogliamo perciò focalizzarci unicamente su alcuni tratti che attengono alla definizione di sfera pubblica, il primo dei quali è il concetto di inclusione sociale.

A questo proposito, un primo problema riguarda il fatto che sebbene l'accesso a Facebook sia gratuito, in ogni caso (e questo riguarda qualsiasi piattaforma online che prendessimo in considerazione) qui vi si potrebbe realizzare una sfera pubblica definita

aspect of interaction is that between citizens themselves, which can include anything from two-person conversations to large meetings”.

come “parziale” (McChesney, 1996), poiché si tratta di una dimensione in cui alcune categorie di popolazione sono poco presenti o addirittura escluse (come esposto nel secondo capitolo, al paragrafo riguardante il digital divide): solo un esiguo numero di cittadini utilizza la Rete per informarsi e discutere di questioni d’interesse collettivo. L’esclusione può poi essere determinata – per chi va online e intende discutere – da circostanze che provengono dall’esterno del discorso (da restrizioni formali o informali all’accesso), oppure da disuguaglianze che si creano all’interno della discussione, a causa delle capacità e dei ruoli degli attori.

Un secondo aspetto è quello della deliberazione, da mettere in relazione con la proprietà e l’amministrazione dei siti. Non vi è accordo sul fatto che si possa creare discorso pubblico “dal basso” sia in luoghi pubblici che privati. Da una parte alcuni autori ritengono che possa essere creato in condizioni di libertà sia da attori economici che dal soggetto pubblico, e che quindi non sia necessaria alcuna moderazione, mentre altri studi, come quello di Dahlberg al presentare esempi di esperimenti di sfera pubblica “riusciti” online, riportano casi come quelli di portali gestiti da operatori pubblici. Jensen (2002) definisce queste visioni discrepanti come prospettiva “anarchica” ed “interventista”: la prima posizione sostiene che Internet di per sé porta a situazioni di dialogo ideali tra persone fisicamente remote ma virtualmente connesse, mentre quella interventista postula che il coinvolgimento del governo sia necessario al fine di moderare e regolare il dibattito online, che altrimenti potrebbe essere caotico, non inclusivo e disequilibrato.

Noi riteniamo che perché possa sussistere la deliberazione, diversamente da quanto sopra esposto, non sia necessario che lo spazio sia pubblico. In primo luogo perché il numero di utenti che cercano di discutere su forum gestiti dal pubblico è certamente più limitato di quanti non lo facciano su Facebook, e che quindi si possa parlare di partecipazione “elitaria” più nel primo che nel secondo caso. In secondo luogo, anche in spazi di proprietà di corporations gli utenti possono usare gli strumenti “del potere” per portare avanti processi di “contropotere” (Castells, 2007), attraverso quelle stesse applicazioni che vengono utilizzate per il loro controllo – e che permettono la vendita dei loro dati personali – per un’alta diffusione delle informazioni politiche ed un importante livello di interattività.

Riteniamo invece che il problema per il raggiungimento di una discussione paritaria e democratica si presenti nel caso delle bacheche pubbliche di Facebook. Infatti, se una pagina viene creata da un utente, egli ne diventa amministratore e proprietario, ed assume

quindi il potere di decidere cosa in quella pagina debba essere censurato, e quali persone debbano essere espulse (“bannate”) o meno da essa. Se in una pagina personale questo meccanismo è chiaramente lecito, nel caso di una pagina a carattere pubblico diventa problematico. Prevediamo quindi che sia possibile porre in essere un tipo di discussione deliberativa in Internet, attraverso l’utilizzo di altre piattaforme (wiki, forum, mailing list, etc.), e sullo stesso Facebook, e quindi anche in piattaforme private, ma che essa sia maggiormente presente in spazi ristretti e privati, mentre sulle bacheche pubbliche sia minima. Infatti riteniamo che pagine come quella in oggetto, caratterizzate da brevità della comunicazione e partecipazione di molti soggetti con istanze diverse, accentuino la dispersività nel ragionamento collettivo e provochino l’esacerbarsi di posizioni contrastanti. Quindi, si ritiene che le pagine aperte siano uno strumento essenziale per i nuovi movimenti per informare su eventi, iniziative, notizie di cronaca, ma in ogni caso il loro ruolo si limita a fornire un supporto per la diffusione di contenuti elaborati altrove, di decisioni già prese in precedenza, mentre il processo che porta ad esse è difficile da ritrovare in questi luoghi.

Da questi ragionamenti deriva la nostra seconda ipotesi: e cioè che la partecipazione che avviene in questi luoghi non è finalizzata al raggiungimento del consenso e alla deliberazione, e la logica sottostante ad essa non è tanto strumentale bensì prevalentemente espressiva (Svensson, 2009). In quest’ottica, non si deve ritenere che per sua capacità intrinseca Internet porti allo sviluppo di forme di discussione democratiche, né, al contrario, le inibisca, ma bisogna indagare ove ciò avvenga attraverso la ridefinizione delle pratiche di “publicness” e della comunicazione politica. In questo senso, la comunicazione degli utenti su tale pagina sarebbe da far rientrare nella definizione di “contentious politics communication” (Grossi, 2011, pp. 55-56), con cui si intende quel tipo di comunicazione politica che riguarda la società civile che agisce al di fuori del contesto istituzionale, e che non mira ad influenzare i suoi rappresentanti né è orientata al raggiungimento consenso, ma al riconoscimento delle istanze soggettive dei partecipanti.

La nostra terza ipotesi prende spunto dall’analisi di Sunstein della comunicazione online, e sui rischi di frammentazione della sfera pubblica e polarizzazione delle posizioni dei partecipanti, esposti nel terzo capitolo. Inoltre facciamo riferimento per le nostre tesi alla “tesi dell’involontarietà” di Brundidge (2010), che sottolinea quello che è l’aspetto

involontario di molti incontri in Internet. Nella sua ipotesi, gli effetti dell'esposizione selettiva alle informazioni sarebbero compensati dai legami deboli che gli individui hanno su questo social network. Infatti, riteniamo di rigettare l'ipotesi di frammentazione di Sunstein per tre ragioni. La prima è che, se è vero che gli individui cercano informazioni dai fonti che – se non rinforzano – quantomeno si pongano in linea con le loro rappresentazioni precedenti, lo stesso può dirsi del loro comportamento offline: ad esempio, scegliere di seguire un particolare telegiornale, o partecipare a discussioni pubbliche in determinati luoghi fisici e in determinati gruppi politici, implica comunque una scelta a priori del proprio canale. Inoltre, ci aspettiamo che le scelte di carattere informativo che le persone fanno su Facebook in parte replichino le loro scelte offline. In altri termini, riteniamo che i link più frequenti “postati” dagli utenti si riferiscano alle maggiori fonti d'informazione italiane. Avendo scelto di esplorare un movimento che non è di nicchia e che utilizza un social network generalista, è probabile che – come avviene anche su altre piattaforme, come Google o Youtube - gli utenti facciano riferimento ai giornali e ai programmi televisivi “mainstream”. Ma quel che è più facile su Facebook rispetto alla strada, ritenuto spazio pubblico per eccellenza, è che qui si incontrano e si leggono le opinioni di persone con cui non si hanno né legami stretti né si condividono le stesse visioni politiche. Insomma, la tecnologia può portare sia all'effetto di segregazione, sia di apertura ad altre comunità che nella vita offline sarebbe più difficile avvicinare. Per questo riteniamo che, anche involontariamente, questo social network possa contribuire alla maggior esposizione a diverse idee politiche. Ciò che però ci aspettiamo di ritrovare è un fenomeno di polarizzazione delle opinioni espresse sulla pagina: come dai risultati della ricerca sui SNSs di Kushin e Kirchner (2009) citata nel terzo capitolo, ci aspettiamo di trovare la maggior parte dei commenti in linea con la posizione dominante del gruppo, mentre solo una piccola parte di essi che si ponga in opposizione ad essa.

Un ulteriore aspetto è la qualità dell'interazione che avviene sui SNSs. In questo caso, ipotizziamo che la partecipazione politica online segua gli andamenti di quella offline: una piccola parte di persone svolgerà la gran parte delle attività presenti, mentre la maggior parte delle persone contribuirà in misura minore. Inoltre, focalizzando la nostra attenzione sui repertori d'azione possibili su Facebook, ovvero post, commenti e “mi piace”, riteniamo che la maggior parte delle attività svolte saranno quelle che comportano il minore sforzo da parte dell'utente (i “mi piace”), seguiranno i messaggi che vengono scritti in

risposta ai post, e cioè i commenti, mentre le attività maggiormente propositive, i post principali, saranno numericamente inferiori.

Tenteremo poi di indagare chi e quanti siano i partecipanti alla discussione, e che tipo di configurazione assuma la loro interazione. Ci aspettiamo che vi sia una ristretta cerchia all'interno delle centinaia di migliaia di iscritti che contribuisce in maniera fortemente predominante - in termini sia quantitativi che qualitativi - alla discussione, che vi sia un più ampio gruppo che partecipa in maniera sporadica, e che infine la stragrande maggioranza di essi assuma il ruolo di "lurker", ovvero si limiti a leggere i contenuti della pagina senza intervenire nel dibattito.

È poi importante sottolineare che quand'anche vi fosse un'alta partecipazione sulla pagina oggetto dell'analisi, un alto numero di messaggi non corrisponde necessariamente ad una interattività tra i partecipanti. Riteniamo infatti di poter distinguere tre possibili strutture di conversazione. La prima vede gli amministratori della pagina assumere un ruolo preponderante. Può accadere che gli unici post ammessi dal gruppo siano quelli dei gestori, e che quindi la gerarchia di ruoli assuma dei tratti molto marcati. In questo caso, spesso i commenti accettati e pubblicati sono quelli che si pongono in linea con la posizione espressa dai leader del gruppo. Un secondo tipo di configurazione di una discussione all'interno di un gruppo è quella composta da commenti per lo più isolati. Anche in questo caso, sebbene possano esserci molte persone che utilizzano la stessa piattaforma per esprimere le proprie idee, il fatto che non si sviluppi un dialogo tra partecipanti porta ad escludere il processo deliberativo in questo luogo. Infine, la conversazione può essere diffusa, ovvero coinvolgere differenti gruppi e persone in maniera fluida.

Ipotesi di ricerca sulle relazioni tra partecipazione online ed offline

Per quanto riguarda la partecipazione online in generale, prendiamo parziale spunto dalla teoria dell'"heterogeneous internet effects", che sostiene che l'effetto di Internet è differente per differenti gruppi della popolazione (Best and Krueger 2005; Norris 2005; Krueger 2002). Dal momento che Internet riduce i costi per la partecipazione, a beneficiarne in misura maggiore saranno quelle categorie che tradizionalmente sono meno attive. La nostra previsione è che vi siano alcune categorie di soggetti generalmente meno attive nelle tradizionali forme di attività politiche che potrebbero trarre benefici dall'uso di Internet, poiché Internet riduce i costi relativi all'informazione e alla partecipazione, e al

contempo offre nuovi strumenti interattivi per partecipare (piattaforme e applicazioni), dimostrandosi un mezzo efficiente per esprimersi politicamente. Riteniamo che tali categorie siano i giovani, poiché sono “nativi digitali” o in ogni caso maggiormente esperti nell’uso delle nuove tecnologie; le donne, poiché potrebbero beneficiare dell’autonomia di tempi che questo tipo di partecipazione comporta, ed inoltre potrebbero essere incentivate dalla “protezione” data dal mezzo dietro al quale stare, poiché i movimenti, nelle pratiche di espressione e nei partecipanti, sono ancora fortemente maschili; ed infine coloro che svolgono professioni scarsamente qualificate, a causa dell’abbassamento dei costi in termini di tempo e denaro necessari a partecipare. Viceversa, riteniamo che non vi sia un incremento di partecipazione online di chi possiede un titolo di studio poco elevato rispetto a quanto avviene nella partecipazione politica offline, poiché numerose ricerche dimostrano come l’educazione sia un fattore ancora determinante sia nell’accesso a Internet che nella spinta alla partecipazione politica.

Ci aspettiamo di trovare poi delle associazioni positive tra uso intensivo di Internet e di Facebook e partecipazione politica offline. Le ricerche empiriche illustrate nel secondo capitolo, condotte in ambito sia statunitense che europeo, pur trovando diverse esplicazioni a tale fenomeno, concordano sul fatto che il semplice utilizzo di Internet – non solo politico, quindi – sia correlato ad una maggiore partecipazione, e che ad una maggiore intensità del suo utilizzo corrisponda un più elevato impegno politico. Tale premessa ci porta a rigettare la “time replacement hypothesis”, secondo la quale il tempo speso su Internet eroderebbe il tempo speso per finalità civiche.

Riteniamo poi necessario indagare come le diverse attività in uno e nell’altro spazio siano correlate. Si può infatti parlare di un “effetto supplementare” di Internet sulla partecipazione politica (Calenda e Mosca 2007, p. 7), poiché esso non è un qualcosa di separato dalle vite degli individui, ma è da considerarsi un’estensione del mondo offline in quanto “embedded”, radicato, nelle vite reali dei soggetti, e nelle attività che essi svolgono a livello offline (ibidem, si veda Haythornthwaite e Wellman, 2002, p. 7). Sostenendo quindi che il comportamento politico online rifletta quello portato avanti nel mondo offline, sia in termini quantitativi che qualitativi, ci aspettiamo di trovare che ad una più ampia varietà di attività politiche online corrisponda una più vasta gamma di attività svolte online, e in

secondo luogo, che attività online più impegnative siano compiute da coloro i quali a livello offline svolgono attività che comportano un coinvolgimento maggiore.

In conclusione, se da una parte Facebook può essere uno strumento per rafforzare ed espandere gli strumenti partecipativi per chi è già interessato alla politica, dall'altra il fatto che esso stia diventando sempre più pervasivo nella società e nella vita quotidiana degli individui può avere come conseguenza il fatto di espandere conoscenza e interesse per la politica anche in chi non l'aveva prima. Tuttavia non è detto che ad un aumento di informazioni corrisponda una maggiore partecipazione nelle piazze. Non riteniamo che la partecipazione che avviene in Rete non sia da etichettare tout court come "slacktivism", poiché vi sono persone che spendono molte ore ed energie a partecipare su questa piattaforma, ma la nostra ipotesi è che Facebook possa servire a riattivare i già interessati alla politica, fornendo continue occasioni di generare legami tra persone con le stesse istanze, favorendo la circolazione di notizie, colmando il vuoto lasciato dagli organismi di rappresentanza (partiti e sindacati) per far incontrare direttamente tra loro i membri della società civile per discutere di temi pubblici, e tuttavia questa grande rivoluzione online non basta di per sé ad attivare coloro che non sono già coinvolti a livello offline.

4.2 Basi di dati e strumenti di analisi

Mentre negli Usa esistono dagli anni '90 studi sistematici sul comportamento politico che si sviluppa in Rete, in Italia mancano ricerche sistematiche sull'argomento. Di conseguenza, si è deciso di optare per lo studio di un caso, quello del movimento Viola, nato come Popolo Viola nel dicembre 2009, in occasione della manifestazione "No B. Day", indetta per chiedere le dimissioni del Presidente del consiglio Berlusconi, e poi divisi in Popolo e Rete Viola.

Questo movimento, la cui configurazione verrà presentata nel capitolo seguente, risulta adatto ad essere studiato poiché si tratta del primo movimento italiano nato e sviluppatosi quasi completamente in Rete, e in particolare sul SNS Facebook. È inoltre interessante la sua natura quasi completamente virtuale: benché il movimento abbia organizzato diverse manifestazioni di piazza, la sua azione si svolge per lo più in Internet. Esso presenta poi delle caratteristiche emblematiche dei movimenti odierni: forma acefala, collaborazione con partiti solo marginale e per eventi *ad hoc*, scarsa propensione all'incorporazione nelle

istituzioni, assenza di leadership chiara, decentramento organizzativo. Appare poi come un agglomerato di anime molto diverse, accomunate per lo più unicamente dall'“antiberlusconismo”, e quest'identità scarsamente definita fa sì che esso non si configuri come un movimento di nicchia, ma che apra al coinvolgimento di soggetti anche scarsamente o per nulla impegnati politicamente.

La nostra ricerca empirica consiste di quattro fasi:

1) Rilevazione dei dati della pagina ufficiale del Popolo Viola su Facebook

Per cominciare, si è voluto avere un quadro generale del tipo di partecipazione che si ritrova in questo luogo virtuale. La scelta di analizzare questo spazio è derivata dal fatto che si tratta di una pagina che – all'inizio dell'analisi – contava di un altissimo numero di iscritti, circa 390.000, il che ci ha permesso di rilevare un gran numero di attività partecipative portate avanti da molti soggetti diversi. I dati sono stati raccolti manualmente, adempiendo alle norme imposte dall'azienda⁷⁰, e per motivi etici abbiamo trattato unicamente i dati che compaiono sulla pagina, tralasciando informazioni – seppure pubbliche – appartenenti ai profili personali degli utenti.

Si sono pertanto raccolti i dati relativi alle attività della pagina selezionando il mese che va dal 19 aprile al 19 maggio 2011. Dopo aver osservato la partecipazione in tale periodo, ci si è concentrati sulla settimana del 19-26 aprile 2011. Abbiamo infatti riscontrato una significativa continuità e somiglianza di caratteristiche tra le quattro settimane prese in esame. Dunque, la nostra ricerca è proceduta attraverso un ulteriore restringimento del campo di osservazione, data l'enorme quantità di dati a nostra disposizione. Pertanto, una terza fase della nostra analisi riguarderà le interazioni avvenute in tale settimana tra le ore 12.00 e le 13.00. Si tratta di un periodo in cui la discussione non verte ancora sulle elezioni primarie che sarebbero avvenute nel mese di giugno – e quindi è più eterogenea – sebbene pian piano si configuri come ricorrente il tema dei referendum, avvenuti anch'essi nel giugno del 2011.

Si è scelto questo periodo della giornata in quanto la precedente esplorazione della stessa pagina ci ha portato ad escludere le fasce orarie notturne, in cui gli interventi sono sporadici, nonché quelle mattutine, in cui presumibilmente gli utenti sono per lo più

⁷⁰ “Non raccogliere contenuti o informazioni degli utenti, né accedere in altro modo a Facebook, usando strumenti automatizzati (come bot di raccolta, robot, spider o scraper) senza la nostra autorizzazione.” Su <https://www.facebook.com/legal/terms>.

giovani-studenti, e quindi poco eterogenei tra di loro. Ci si è inoltre basati su alcune statistiche di accesso ai siti di giornali online: l'orario appena prima della pausa pranzo è quello in cui vi è un maggior numero di visualizzazioni. Dal momento che la pagina oggetto dell'analisi è un luogo di condivisione di informazioni di carattere politico, le cui fonti sono spesso giornali online, si è ritenuto che tale orario fosse il più interessante. La rilevazione è consistita della mappatura di tutti gli interventi "postati" dagli utenti.

Inoltre, si è ritenuto opportuno replicare l'analisi a distanza di sei mesi dalla prima rilevazione. Si sono quindi raccolti ed analizzati gli interventi relativi alla settimana che va dal 19 al 26 Novembre 2011. Anche in questo periodo si è deciso di proseguire l'analisi selezionando un'ora al giorno, e in questo caso, si è scelto l'orario serale che va dalle 20.00 alle 21.00.

Siamo consapevoli che l'analisi di periodi così limitati di tempo non è rappresentativa di come avvenga la partecipazione "in generale" su Facebook. Tuttavia questo non è l'obiettivo di tale tesi, in quanto il nostro lavoro è teso allo studio di un caso, quello del movimento Viola, e la nostra analisi vuole presentare una sorta di "fotografia" di come avviene la partecipazione di un gruppo politico su Facebook; inoltre, ci siamo trovati di fronte ad un'enorme mole di dati raccolti, e ad ogni modo abbiamo previamente riscontrato come anche un periodo di monitoraggio più lungo (un mese) non avrebbe apportato un valore ulteriore alla nostra analisi.

La distinzione di due periodi dell'anno diversi è stata poi effettuata per raccogliere un più ampio spettro di dati. Ciò significa che nel secondo monitoraggio sono state introdotte due modifiche alle variabili "periodo dell'anno" ed "ora di rilevazione". Siamo consapevoli che quindi, non avendo effettuato una sola variazione, i cambiamenti del trend partecipativo nei due periodi possono essere dovuti sia alla prima variabile che alla seconda (ad esempio: un numero più elevato di commenti a novembre rispetto ad aprile sarà attribuibile al cambiamento di mese o di orario?). Innanzi tutto, abbiamo rilevato i dati su due settimane di controllo (sia in aprile che novembre, in cui l'analisi è stata effettuata sulle ventiquattr'ore), che ci dicono quale sia la media oraria degli interventi, per cui possiamo vedere se i nostri risultati si discostano da questa, ed eventualmente scartare l'ipotesi che sia l'ora ad incidere sulla partecipazione. Ma in realtà la questione è che non ci interessa rilevare la differenza di quantità di interventi tra i due periodi. È invece interessante vedere il cambiamento, se c'è, dei temi trattati su questa pagina, e ciò dipende non già dall'orario, ma dalla situazione e dall'agenda politica diverse nei due periodi (ad esempio, il referendum

di giugno 2011 inciderà sui temi discussi di aprile, e la caduta del Governo su quelle di novembre). Infine, presentiamo qui sotto le due griglie d'analisi che abbiamo realizzato per la nostra analisi:

Tabella 4.1 – Griglia d'analisi per la pagina ufficiale nazionale del Popolo Viola

| GRIGLIA D'ANALISI. PRIMO DATABASE | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|--|---|--|---|---|--------|--|---------------------------------------|--|------------|------------------------------|---|-----------------|
| Scrittore | Ricevente | Tempo | Tipo intervento1 | Tipo intervento2 | Allegato | Fonte | Topic | Rilevanza | Conflittualità | Dimensione | Fine | Tipo di mobilitazione | Corpo del testo |
| Nome 1 | Nome 2 | Data Ora | Post Commento Mi piace | Solo scritto Solo link Scritto e link | Video Foto Redazioni online Pagine Facebook Sito/blog | Nome 3 | Tema generale Politica-Parlamento Ambiente Diritti civili Movimenti Economia Lavoro Tema specifico (...) | Nazionale Locale Internazionale | Supporto Critica Neutro Autodiretto | Nr righe | Riflessione Mobilitazione | Offline Petizione Evento Corteo Class-action Donazione Online Contatto istituzioni Causes E-mail Mediaset Segnalazioni | ... |
| GRIGLIA D'ANALISI. SECONDO DATABASE | | | | | | | | | | | | | |
| Scrittore | Ricevente | Topic | Conflittualità | | | | | | | | | | |
| Nome 1 | Nome 2 (occulto=diverso da apparente) | Tema generale Politica-Parlamento Ambiente Diritti civili Movimenti Economia Lavoro | Supporto Critica Neutro Autodiretto | | | | | | | | | | |

2) Comparazione della pagina ufficiale del Popolo Viola con altre quattro pagine Facebook di partiti italiani

Sono stati scelti alcuni parametri relativi all'analisi della settimana⁷¹ della pagina ufficiale del Popolo Viola, per renderla comparabile con altre quattro pagine Facebook ufficiali di partiti politici.

Sono state selezionate le pagine del PdL, il partito di maggioranza allora al governo, quella del PD, il maggior partito di opposizione, di Sinistra e Libertà e del Movimento Cinque Stelle, promosso da Beppe Grillo. L'analisi di tale rilevazione, che è consistita della mappatura di tutti gli interventi "postati" dagli utenti, ha il fine di verificare se i repertori comunicativi abbiano a che vedere con la struttura formale dei gruppi.

Lo scopo sottostante alla comparazione tra pagine dei vari partiti e quella di un movimento è tesa ad evidenziare le differenze tra la gestione di una pagina Facebook da parte di un soggetto istituzionale e quella appartenente a soggetti della società civile, aspettandoci di riscontrare dinamiche di interazione decisamente più gerarchiche poco dinamiche nelle pagine dei partiti – e per certi gruppi in modo sensibilmente più marcato – rispetto a quelle dei movimenti.

3) Somministrazione di questionari online

Come ulteriore tecnica di rilevazione si è scelta quella del questionario. Data la diffusa dimestichezza dei membri del movimento nell'uso di Internet, si è optato per l'invio di questionari online, scelta consigliata dagli stessi membri del movimento, che hanno spesso giudicato più comodo per loro il supporto virtuale rispetto a quello cartaceo.

Come software si è utilizzato Netquest, la cui licenza è stata fornita dall'Universitat Oberta de Catalunya. Si è effettuata una prima fase dell'indagine, cominciata il giorno 23 giugno 2011 e conclusasi il 31 luglio 2011, in cui il questionario è stato inviato per e-mail ai contatti dei vari gruppi, nazionali e locali, il cui indirizzo fosse disponibile in Rete. In tutto si tratta di 133 soggetti (amministratori, responsabili, uffici, etc.). Ove non fosse possibile raggiungere i coordinatori, si è effettuato l'invio del questionario tramite e-mail Facebook. Si sono contattate circa 200 persone.

⁷¹ Durata del monitoraggio: 24 ore al giorno, per una settimana (19-26 aprile 2011)

Dopo aver invitato tali soggetti di compilare il questionario, è stato loro chiesto il permesso di pubblicarlo sulle pagine – Facebook, blog o siti web - dei rispettivi gruppi. Tuttavia solo in un caso (una pagina di un gruppo locale appartenente alla Rete Viola) si è ottenuta l'autorizzazione alla pubblicazione. Poi, un problema di tipo tecnico ha rallentato il raggiungimento dei destinatari: ci si è dovuti scontrare con il limite massimo di messaggi contenenti lo stesso link che quotidianamente è possibile inviare tramite questo social network. Infatti, per contrastare il fenomeno dello spam, all'incirca dopo cinque messaggi consecutivi ci è apparsa automaticamente la minaccia di cancellazione del nostro account, il che ha comportato che ogni giorno fosse possibile raggiungere solo un numero molto limitato di persone. Di conseguenza, dopo che il nostro account Facebook è stato temporaneamente sospeso, si è deciso di cessare l'invio del questionario per circa due mesi.

In questa prima fase abbiamo raccolto solamente 39 risposte. Si è dunque deciso di effettuare una seconda ondata di questionari: l'indagine è cominciata il giorno 19 settembre 2011 ed è proseguita sino al 19 novembre 2011. Dati gli scarsi risultati della prima ondata, si è ritenuto opportuno ritentare l'invio dei questionari attraverso una differente modalità di contatto: si è deciso di contattare i membri del movimento Viola a cui sono state effettuate le interviste in profondità e di diffonderlo ai rispettivi gruppi. Si riteneva infatti che la mediazione di soggetti già conosciuti dal gruppo avrebbe spinto i partecipanti a rispondere. Infatti, nonostante chi compilasse il questionario poteva risalire alla nostra identità attraverso l'account di Facebook, riteniamo che la mancanza di fiducia nei confronti dell'investigatore sia stato un fattore importante nella scelta di non partecipare alla prima fase dell'indagine. È stato altresì influente l'aiuto da parte di un membro della Rete Viola, che ha postato il nostro questionario attraverso il suo account su diverse pagine della Rete. Visto l'aumento delle risposte nei giorni successivi al suo intervento, è ragionevole supporre che l'apporto dato da tale persona, estremamente attiva su Facebook e avente un certo grado di autorevolezza all'interno del movimento, sia stato fondamentale ai fini dell'indagine. In questa seconda fase sono state raccolte 115 risposte, che ci hanno fatto quindi raggiungere un totale di 154 intervistati (casi validi: 153).

Il fatto che si tratti di un campione auto-selezionato determina il fatto che presumibilmente a rispondere siano solamente le persone più fortemente motivate a raccontare in qualche modo la loro esperienza politica. Questo non ci permette di ottenere risposte che abbiano un alto livello di generalizzazione, tuttavia riteniamo che i rispondenti siano rappresentativi dei soggetti più attivi sia in Rete che offline (dalle interviste emerge

come al momento i partecipanti più assidui non siano più di 200), e che quindi ci permetta di approfondire il nostro argomento d'analisi. Il nostro lavoro è quindi da ritenere mirato allo studio di caso, sebbene possa essere considerato come esplorativo riguardo al tema, più ampio, della partecipazione in Rete.

Rispetto alle caratteristiche socio-demografiche del nostro campione, rimandiamo alla tabella 1 e alla figura 1 in Appendice A. Rileviamo che esso risulta bilanciato per genere. Per quanto riguarda le classi d'età, la più numerosa è quella di coloro che si collocano tra i 51 e i 60 anni (24,3%). La metà del campione (il 50,0%) si colloca sotto ai 40 anni e l'altra metà al di sopra. Abbiamo inoltre chiesto agli intervistati la regione di domicilio, e come ipotizzato, sia per numero di popolazione che di gruppi attivi sul territorio, le regioni più rappresentate sono il Lazio (21,6%) e la Lombardia (19,6%). Aggregando le regioni in zone geografiche, risulta che il Nord è la zona più rappresentata (45,4%), segue il Centro, dal quale proviene il 31,6% degli intervistati, mentre il 18,4% vive al Sud e nelle Isole. Per quanto riguarda l'ampiezza demografica del comune di domicilio, da segnalare è che il 38,7% vive in aree urbane con più di 250.000 abitanti. Rispetto al titolo di studio raggiunto, il 38,5% del campione dichiara di aver conseguito il diploma di maturità; segue il numero di coloro che hanno la laurea specialistica (25,0%). Infine, il 53,8% dichiara di essere occupato, mentre il 46,2% di non esserlo. Tra questi ultimi, il 13,1% dichiara di essere in cerca di nuova occupazione. Pochi sono studenti (8,3%), mentre di più sono i pensionati (data anche l'elevata età media del campione).

4) *Interviste in profondità*

Abbiamo poi ritenuto che per cogliere la complessità di temi come quello identitario o organizzativo di gruppi tanto diversi tra loro fosse necessario un approfondimento con gli attivisti condotto attraverso colloqui individuali.

Si sono selezionati alcuni soggetti, appartenenti sia al Popolo Viola che alla Rete Viola, a cui è stata inviata, oltre al questionario, la richiesta di un'intervista. Una volta contattati i primi soggetti, sono stati loro stessi ad indicarne altri che fossero significativi per diversi aspetti. Ci si è così rivolti ad alcune persone che hanno contribuito a far nascere il movimento, alle quali rivolgere domande relative alla storia del Popolo Viola, ad altre che sono entrate in tempi più recenti, e ad altre ancora che hanno intessuto con il movimento

un rapporto solo marginale. Si è inoltre cercato di avere tra gli intervistati non solo persone molto attive nel movimento (amministratori di pagine e referenti di gruppi locali), ma anche “semplici” attivisti, dodici in totale. Proprio per cogliere le differenze tra gruppi locali del movimento, si è deciso di condurre interviste a persone appartenenti a gruppi di varie città d’Italia (e uno all’estero). Come emerge dalla tabella 4.2, vi è una maggioranza di persone appartenenti alla Rete Viola (RV), che è fortemente più attiva del Popolo Viola (PV).

La maggior parte di loro è stata intervistata in presenza, faccia-a-faccia, mentre per alcuni colloqui ci si è avvalsi – sempre dietro loro esplicita richiesta - di Skype. Data la dimestichezza dei soggetti intervistati con il mezzo tecnologico non sono state riscontrate particolari differenze tra i due tipi di colloquio. Probabilmente, nel caso di quelli condotti via Skype, il fatto di non avere la compresenza fisica ha inciso sulla fluidità della conversazione nei primi minuti del colloquio, ma tuttavia le interviste sono durate diverse ore. Inoltre, due fattori hanno fatto sì che quest’ostacolo fosse superato. Il primo è il fatto che la nostra webcam è stata sempre accesa, e quindi i tratti facciali, i gesti, etc., dell’intervistatrice sono stati visibili agli intervistati, e questo sicuramente ha contribuito a mettere a proprio agio gli intervistati. In secondo luogo, si trattava di persone che avevano grande interesse a raccontare la loro versione della storia del movimento, ed inoltre si parlava proprio del suo rapporto con le tecnologie, e quindi questo supporto era perfettamente in linea con il tema dell’intervista.

Tabella 4.2 - Caratteristiche degli intervistati

| <i>Nome</i> | <i>Età</i> | <i>Gruppo locale</i> | <i>Admin</i> | <i>Appartenenza</i> |
|-------------|------------|----------------------|--------------|---------------------|
| MO | 21-25 | Milano | No | RV+PV |
| RM | 21-25 | Milano | Si | RV |
| FC | 56-65 | Arezzo | No | RV |
| MC | 21-25 | Roma | Si | RV |
| CM | 18-20 | Lazio | Si | RV |
| SM | 56-65 | Roma | No | RV |
| DA | 56-65 | Roma | No | RV |
| FM | 41-45 | Catania | Si | PV |
| LM | 41-45 | Milano | Si | RV |
| AR | 35-40 | Roma | No | Nessuno |
| RP | 46-50 | Pavia | No | Nessuno |
| AA | 46-50 | Perugia | Si | RV+PV |

Capitolo 5. Il ruolo di Facebook nell'evoluzione del movimento Viola

Questo capitolo tratta della storia del caso di studio, dagli esordi sino ad oggi. Il filo conduttore del nostro lavoro è il rapporto tra Internet, e in particolare i social network, e la partecipazione politica. Abbiamo perciò deciso di raccontare l'evoluzione del Popolo Viola utilizzando come chiave di lettura il ruolo di Facebook in questo processo. Vediamo quindi in che modo esso abbia permesso l'aggregazione di cittadini intorno all'evento che ha fatto nascere il movimento, il No B. Day, così come in seguito evidenziamo quale sia stato il ruolo – fondamentale - giocato dal SNS nella strutturazione e poi nella scissione dello stesso nelle due fazioni attuali, il Popolo Viola e la Rete Viola.

Per cominciare a raccontare la storia della nascita di questo movimento è importante fare il quadro sulla situazione politica di qualche anno fa. I motivi scatenanti la protesta che ebbe luogo il 5 dicembre 2009 si possono far risalire a diversi fattori: innanzi tutto, in quel periodo stava montando in una parte della popolazione italiana una forte indignazione per le scelte politiche del governo Berlusconi, culminate, dopo circa 15 anni (con alcune alternanze di governo dell'opposizione), con una serie di leggi e di proposte di leggi definite “ad personam”, come la proposta sulle intercettazioni e quella – deflagrante per la protesta – del Lodo Alfano, una proposta di disegno di legge riguardante l'immunità per le alte cariche dello stato durante il proprio mandato. In secondo luogo veniva messa sotto accusa la vita “privata” dell'uomo pubblico Silvio Berlusconi, l'allora Presidente del consiglio dei ministri, la cui storia personale – specialmente negli ultimi anni – era stata costellata da numerosi casi di processi giudiziari e scandali sessuali: chi scese in piazza quel giorno sottolineava l'impresentabilità e la scarsa credibilità istituzionale del premier, in Italia e all'estero.

Ma la spinta a manifestare non è attribuibile al solo comportamento di Berlusconi: i cittadini che si sono autoconvocati per quel 5 dicembre avvertivano la forte inadeguatezza da parte dell'intera classe politica, in particolare dell'opposizione, principale interlocutore –

anche se non ufficiale - del movimento, ritenuto incapace di rappresentare gli interessi dei propri elettori, i quali sentivano quindi l'esigenza di riappropriarsi delle proprie istanze e mobilitarsi una volta che i rappresentanti istituzionali avevano abdicato al ruolo di essere portavoce delle loro richieste.

5.1 Gli inizi: un evento nato in Rete

I germi del No B. Day risalgono ad un incontro tra sei blogger che avviene in Rete alcuni mesi prima della manifestazione. Uno dei promotori era Franz Mannino, che gestiva una pagina di informazione alternativa su Facebook, "Berlusconi non mi rappresenta", con decine di migliaia di iscritti, e una piattaforma tra blogger, una sorta di redazione online, Freek (pensata per mettere in relazione vari blogger, tra cui San Precario). Poi vi era l'altro gestore di Freek, che ha preferito rimanere anonimo e presentarsi attraverso il nickname Freek, Franca Corradini, Giuseppe Grisorio, e coloro che uscirono molto presto dall'organizzazione dell'evento - quando cominciarono i primi problemi in merito all'organizzazione della manifestazione e alla gestione del rapporto con i partiti, che vedremo in seguito - ovvero Tony Troya, un cantante conosciuto su Youtube per caricare video di satira politica espressa attraverso la musica, e Franco Lai, attivo su Facebook con una pagina di satira nei confronti del tg5, "il tg5 sono loro" - che attraverso la pressione dei suoi utenti riuscì a far chiudere quella del tg5 ufficiale - e grafico per hobby. Quest'ultimo fornirà il primo logo al No B. Day, poi sostituito da quello creato da Vacon Sartirani (Mello, 2010, p. 35), in cui compare Berlusconi sullo schermo di un televisore che punta le mani mimando uno sparo di mitra. Si tratta di una foto del 2008 scattata durante una conferenza stampa tenuta da Berlusconi e Putin, in cui il premier rispondeva con questo gesto a una giornalista russa, Natalia Melikova, che aveva fatto una domanda "indiscreta" al presidente russo. L'immagine rappresentava, per chi stava organizzando la manifestazione, il conflitto d'interessi, la minaccia ai giornalisti, il tono scherzoso durante un meeting istituzionale: "Dietro quel gesto, in sostanza, c'è ciò che i ragazzi del No B. Day chiamano «il Berlusconismo»" (Mello, 2010, p. 42).

Infine, c'era San Precario, da cui nacque l'idea della manifestazione. San Precario è un'icona, un nome collettivo che nasce nel 2004, e che viene utilizzato come simbolo delle rivendicazioni dei lavoratori precari e diventa il "patrono" della May-Day, la manifestazione

che viene fatta annualmente in occasione del primo maggio, partita dal 2001 a Milano e diffusasi in molti paesi d'Europa. Ma il San Precario di cui parliamo non è lo stesso della May-Day. Si tratta di un caso di uso di un nome collettivo per creare, nel 2009, un profilo Facebook anonimo. Tale operazione è più che legittima, e anche efficace, poiché ha certamente attirato l'attenzione sull'evento, ma ha fatto successivamente scaturire molte proteste: il fatto che non fosse chiara dall'inizio l'identità di questo San Precario, sia per una diffidenza nei confronti dell'anonimato, sia per la confusione tra i due "san precari", ha prodotto "voci di corridoi virtuali" e dispute sulla sua identità. Da numerose fonti – interviste, ricerca attraverso il web, e-mail rese pubbliche – sono emerse diverse idee al riguardo: dall'idea che dietro a questo nome si celasse il partito Italia dei Valori, o Soros (Mello, 2010, p. 90), a quella che vi sia stata una sostituzione d'identità nel tempo (all'inizio era una persona, poi un'altra), o che sia uno degli amministratori attuali della pagina nazionale ufficiale del Popolo Viola, se non addirittura entrambi i gestori:

“Sembrano esserci due versioni di San Precario, quasi corrispondano a due tipologie diverse: quello che crede alla circolarità e all'orizzontalità e quello che censura e s'impone. E magari è proprio così. Forse esistono due San Precario...” (Mascia, 2010, p. 67).

Forse. Ma in ogni caso ai fini della presente ricerca, e agli stessi fini dell'uso del nome collettivo, questo non è così rilevante. Ad ogni modo, è importante ricordare chi siano i promotori della manifestazione per diverse ragioni. In primo luogo perché la paternità di un movimento come quello Viola in seguito ha creato profonde, e attualmente non sanate, divisioni al proprio interno, e perché il fatto che queste fossero delle persone con alte skills tecnologiche ha fatto sì che sapessero gestire in modo molto efficace la comunicazione dell'evento, anche attraverso i media tradizionali, e che sapessero usare le piattaforme virtuali per incanalare stati d'animo e rivendicazioni che potevano altrimenti – come accade spesso in Rete – disperdersi in una cacofonia di voci separate. Hanno saputo quindi trovare una chiave comune ad una molteplicità di istanze che, proprio per l'assoluta eterogeneità della composizione degli "scontenti", ma anche per la libertà di espressione possibile attraverso Facebook, poteva essere estremamente dispersiva.

Riguardo all'uso del mezzo tecnologico, la responsabile web del No B. Day, racconta di essersi subito accorta dell'importanza di situarsi su molteplici canali:

Si fece una copia esatta su tutte le piattaforme, quindi su Splinder, su Blogspot, su Youtube, su Wordpress, una copia di quello che c'era sul No Berlusconi Day, il sito... perché ci sono

dei blogger che hanno delle preferenze, no?, non si muovono fuori dal loro recinto. Per cui la mia idea era: spammiamo il più possibile... sembrava una cosa inutile... (FC)

Ma si dimostrò un'idea efficiente per diffondere l'appello a manifestare in modo che potesse essere raggiunto da persone che frequentavano diversi canali. Gli organizzatori ebbero sin da subito la percezione che la manifestazione stava raccogliendo molte adesioni, man mano che crescevano le visualizzazioni dei blog e dei video che alcuni attivisti avevano caricato su Youtube per pubblicizzare l'evento.

Ancor prima di parlare del No B. Day, però, è importante citare un evento che segnerà un precedente significativo alla manifestazione, e cioè il "No Gelmini Day". Franca Corradini gestiva diverse pagine Facebook e tre blog. Nell'agosto 2009 il suo blog "A scuola di bugie" era molto frequentato, ed era diventato un punto di riferimento per i precari della scuola. In quel periodo, dopo ferragosto, molti docenti avevano scoperto che dal primo settembre i loro contratti non sarebbero stati rinnovati, a causa delle modifiche introdotte dalla riforma Gelmini. Rivolgendosi ai propri sindacati non avevano però trovato nessun interlocutore – le sedi, essendo agosto, erano chiuse – e quindi hanno tentato di auto-organizzarsi. Franca capisce così che il suo spazio virtuale può diventare un punto di snodo d'informazioni dove dare voce alle notizie sui licenziamenti che stavano avvenendo in tutt'Italia, quelli che chiama "i bollettini di guerra", in modo che le proteste si propaghino e si autoalimentino.

Si fa quindi una manifestazione ad Arezzo, il 24 agosto, poi ripresa in molte città d'Italia, chiamata "precari in mutande", che, proprio per il nome "allettante" è riuscita ad incuriosire e richiamare la stampa, la quale - nonostante consista in una manifestazione di poco più di una ventina di persone - ha ripreso la notizia in modo estremamente forte, dandole gran risonanza. Alcuni giorni dopo la manifestazione di Arezzo, Franca viene contattata da San Precario, che già conosceva quando nel gennaio 2009 si erano entrambi infiltrati in alcune pagine Facebook che inneggiavano a Totò Riina e tramite "blitz" postavano video contro la mafia, il quale le propone di lanciare il No-Gelmini Day. In pochi giorni, alla fine di agosto, viene preparato il testo con cui promuovere la manifestazione, che sarebbe avvenuta il 5 settembre. Nonostante l'evento sia stato annunciato soltanto quattro giorni prima, ha un grande successo e si propaga in molte città d'Italia.

Ad Arezzo i manifestanti riescono a ottenere un incontro con il prefetto, per chiedere interventi di tutela alla categoria dei lavoratori della scuola. L'incontro va bene (ci sono delle aperture da parte delle istituzioni alle richieste dei manifestanti), ma Franca sostiene di essersi resa conto in quel momento che anche se quella rivendicazione fosse andata a buon fine, il quadro politico generale non sarebbe cambiato. Capisce insomma che non basta contestare quel ministro in particolare, ma occorre toccare i vertici istituzionali, ovvero il Governo e in particolare il suo capo. In quei giorni, tra l'altro, esponenti politici come Casini e Bersani lasciano intendere attraverso dichiarazioni pubbliche che si sarebbe potuto arrivare ad elezioni anticipate, quindi Corradini contatta San Precario via mail suggerendo l'idea di mobilitarsi per sfruttare il momento e chiedere le dimissioni di Berlusconi. San Precario, il 9 ottobre, le risponde che ha creato la pagina Facebook "una Manifestazione nazionale per chiedere le dimissioni di Berlusconi" e l'ha inserita tra gli amministratori.

L'apertura di questa pagina Facebook segna l'inizio della storia del movimento. Raggiunge in un paio di giorni le 10.000 adesioni, il 15 ottobre i 30.000 (Mello, 2010, p. 117) e nel giro di un mese supererà i 200.000 iscritti (Mascia 2010, p. 60). Nel frattempo su Facebook nascono altre decine e decine di pagine simili, cause correlate e il "tam tam" si propaga in Rete.

In poco tempo si aggiungono all'organizzazione della manifestazione, che si era deciso dovesse avvenire a Roma, individui ed associazioni provenienti da diverse realtà, le quali formano una sorta di collettivo informale di organizzazione della manifestazione. Si dividono i ruoli tra gestori della comunicazione web, addetti stampa, chi deve chiedere i permessi per il corteo (nel libro di Mascia viene evidenziato come un organizzatore, recatosi in questura a questo fine, si scontrò con dei problemi proprio perché non esisteva un ente formale che si potesse prendere la responsabilità di tale evento).

Una grossa parte del lavoro viene svolto online, grazie agli strumenti offerti dalla Rete sia perché molta gente venga a conoscenza di una mobilitazione, sia per costruire contenuti a livello virtuale, permettendo a molti di partecipare esclusivamente online. Un altro modo per coordinarsi è organizzarsi in gruppi locali per portare la manifestazione al livello offline, in modo che si radichi nelle varie città. In un centinaio di città italiane – qualcuna anche straniera - vengono creati dei collettivi autorganizzati di cittadini che decidono di contribuire all'evento attraverso banchetti e volantaggi, perché diffondano l'appello

nazionale⁷². Per dare visibilità alle proprie attività, i gruppi devono chiedere il permesso per registrarsi sulla pagina Facebook, e far apparire quindi il loro link nella pagina ufficiale.

I gruppi locali dovevano chiedere al nazionale di poter aprire un gruppo. O loro aprivano il gruppo con un amministratore che si chiamava “popolo viola gruppi” o qualcosa del genere, aprivano la pagina, o ti facevano amministratore, uno di quelli del territorio del gruppo locale. E loro rimanevano comunque amministratori della pagina. (...) Anche perché comunque tu considera che erano i primi tempi, cioè Facebook non era così conosciuto. Molti neanche avevano idea di come si facesse tecnicamente, o comunque c'era anche il bisogno del riconoscimento del link sul paginone, ed essere linkati come “popolo viola locale”, gruppo locale. Quello lì ti dava la possibilità di... chiaramente, aprendo il paginone, quello comunque parecchi iscritti, da lì molti vedevano il gruppo locale della città più vicina e si segnavano e lì... era abbastanza strategico, era la prassi. (AA)

Poi, viene indetta una riunione fisica a Roma, ad inizio novembre. A questa riunione emerge il primo problema, riguardante il rapporto da mantenere con la politica istituzionale. Ad essa partecipano infatti anche militanti di vari partiti, che intendono scendere in piazza con le rispettive bandiere, nonostante la precisa richiesta di evitarlo. Racconta un'intervistata:

A un certo punto viene offerta da parte dei partiti, di alcuni partiti, una collaborazione. Questa collaborazione viene accettata entro certi limiti, i partiti vengono in qualche modo tenuti un po' in retro, sul retro, insomma non possono partecipare in prima fila, si accettano comunque – sia da parte dell'Italia dei Valori, sia da parte di Rifondazione Comunista, degli aiuti, sia per l'organizzazione. Rifondazione per i pullman, l'Italia dei Valori per il palco, e tanto è vero che alla manifestazione poi il 5 dicembre c'erano anche i partiti, con tutte le loro bandiere, sia pure non in prima fila, ma c'erano. E quindi il rapporto coi vari partiti, si era messo in questi termini, al momento. (DA)

Infatti, per fare una manifestazione di tale portata servono dei finanziamenti, e si decide, nonostante le intenzioni iniziali e in maniera piuttosto travagliata, di accettare l'aiuto da parte dei partiti, pur cercando di stare attenti a non essere strumentalizzati da questi. Alla fine IdV contribuirà alla realizzazione del palco, e Rifondazione Comunista offrirà alcuni dei pullman che da tutt'Italia sarebbero dovuti arrivare a Roma. Uno degli organizzatori parla del ruolo dei partiti in questa fase:

⁷² Il testo dell'appello è riportato in Appendice B.

Hanno risolto un problema. C'era da pagare ad esempio la pulizia della piazza: noi avevamo messo su un'associazione che si chiamava cinque12. Ed era quella che doveva occuparsi proprio di fare la raccolta fondi, beh noi l'avevamo già iniziata, e abbiamo girato a loro i fondi raccolti... era troppo poco, (...) quindi di fatto c'erano tante spese che alla fine l'aiuto dei partiti e simili è stato comunque importante. (FM)

Questo porterà i primi dissidi all'interno del gruppo coordinatore e dei simpatizzanti, che proprio per evidenziare l'aparticità del corteo avevano scelto come simbolo comune il colore Viola.

Anche la scelta del nome "Popolo Viola" avviene in Rete, in una sinergia tra persone che discutono su Facebook su quale sia il simbolo migliore da adottare. I passaggi che hanno portato a questa decisione sono reperibili nel libro *Viola* (Mello, 2010), in cui è trascritta la discussione che in quei giorni era scaturita dal sondaggio fatto a tale proposito. Della molteplicità di proposte sui simboli da utilizzare – tra cui il tricolore - prevale il colore Viola. Dalle interviste e dalla discussione su Facebook di allora sono emerse le più svariate opinioni su cosa potesse rappresentare questo simbolo, ma in ogni caso, pare essere stato scelto principalmente perché si trattava di un colore non ancora usato dai partiti, e pertanto innovativo ed inclusivo.

5.2 Il No B. Day: Facebook nella diffusione di eventi

Si arriva alla manifestazione del 5 dicembre 2009 a Roma⁷³. Tutti i racconti che mi sono stati fatti parlano di forti emozioni, di "pelle d'oca" vedendo l'affluenza al disopra delle aspettative, di incredulità di fronte ad un evento di tale portata. Quante persone c'erano a Roma? Nel libro di Mascia si asserisce che c'erano più di un milione, e che la questura dichiarò un numero minore, 90 mila, perché altrimenti avrebbe dovuto dispiegare un numero di forze per la sicurezza molto maggiore. Altri hanno parlato di cifre attorno ai 200 mila, altri di 300 mila. Ma aldilà di questo aspetto, il nostro focus è inquadrare il fenomeno e capirne i motivi del successo sotto due punti di vista. In primo luogo, intendiamo capire in che modo abbia rappresentato un momento in cui la società civile – da tempo divisa – si sia aggregata in questa formazione eterogenea in antitesi al tradizionale modo di partecipare in cui la "chiamata" avviene da parte di un soggetto istituzionale

⁷³ Nello stesso giorno si sono tenute manifestazioni analoghe in diverse città italiane ed estere.

riconosciuto, e secondo, intendiamo capire quale sia stato l'impatto di Facebook su quest'evento.

Per quanto riguarda il primo aspetto, la preparazione del No B. Day rappresenta la volontà di indire un evento politico senza "l'ombrello" di un partito o un sindacato, attori istituzionali verso i quali la fiducia era calata, decisione che ha inciso positivamente sull'adesione della società civile. Un'intervistata racconta che il "test" sulla possibile riuscita di tale organizzazione era già emersa nel No Gelmini Day:

La cosa buffa è stata che nessuno sapeva chi l'aveva indetto. E forse è stata anche la cosa del successo, perché se indice una manifestazione la Cgil, quelli della Cisl non ci vanno. Invece così. Cioè se lo sono chiesti dopo, e quindi manifestazioni ovunque (...) E quindi questo non ha fatto che aumentare la mia convinzione che la strada era giusta, ma soprattutto che c'era tanta voglia di opposizione che non veniva raccolta. (FC)

L'affluenza e l'entusiasmo per quest'evento sono dovuti innanzi tutto al fatto che si è trattato di una presa di posizione da parte della società civile che prendeva in mano la propria esistenza politica.

Era un no Berlusconi Day. Ma non era solo un no. Più che altro era un sì. Da oggi ci sono anch'io. Da oggi faccio parte della società civile. Da oggi dovete ascoltarci. (FC)

Si tratta quindi dello stesso meccanismo che era alla base di movimenti precedenti come quello di Beppe Grillo e dei Girotondi, e successivi, come gli Indignados e Occupy Wall street. Certo, tra queste esperienze ci sono delle differenze, nel merito e nei metodi, ma il tratto comune a tutte è il rifiuto della delega della propria rappresentanza a terzi. La spinta ad aggregarsi è quindi la richiesta, non soddisfatta attraverso canali tradizionali, da parte della società civile di dar voce al proprio sconforto per le sorti della politica italiana, che gli organizzatori hanno saputo incanalare.

Alcune persone intervistate sottolineano proprio questo punto. Tutte loro si interessavano già di politica. Alcuni di loro avevano un passato di attivisti – in particolar modo i meno giovani, che avevano partecipato al movimento studentesco negli anni '70 – ma hanno raccontato di aver poi abbandonato la politica attiva per diverse ragioni, e che il No B. Day è sembrato una sorta di risveglio della società civile, una presa di responsabilizzazione da parte dei cittadini nei confronti della vita politica:

Tieni conto che quel periodo era un periodo di quasi torpore, per cui non c'erano spunti di reazione a una situazione politica che si andava via via manifestando. Pertanto questo

avvenimento (...) è frutto di situazioni contingenti, che hanno trovato un terreno molto fertile. (SM)

La gente aspettava che qualcuno lo facesse. E ha scoperto che l'ha fatto da sola, perché poi alla fine (...) noi siamo stati la miccia. Ma in realtà era già tutto pronto. Abbiamo dato solo fuoco alle polveri. Cioè non c'è un merito particolare se non una convergenza di situazioni che in quel momento l'hanno reso possibile. (FC)

In secondo luogo, quest'esperienza rappresenta l'effetto propulsivo della Rete verso i media tradizionali nella circolazione e nella ripresa "virale" di un'informazione, la divulgazione attraverso Facebook della notizia, e soprattutto evidenzia come sia possibile grazie ai social media creare un modo d'informazione dove tutti i cittadini (fatto salvo il discorso sul DD) possono partecipare alla costruzione di contenuti. In questo senso l'evento del No B. Day rappresenta come la Rete possa favorire l'"intelligenza connettiva", per dirla con De Kerchove (2001), di cittadini autorganizzati che generano collettivamente contenuti (user generated content).

Facebook quindi è stato fondamentale nella creazione dell'evento, ma quanto lo è stato per far arrivare la gente in piazza? Tutti gli intervistati che hanno potuto essere presenti al No B. Day mi hanno ripetuto che il fattore importante è stato il passaparola diffuso specialmente nel mondo fisico, attraverso volantini e banchetti, nelle varie città.

Facebook, e Internet, son serviti, ma non più di tanto (...) di 100 mi piace su Facebook, 20 persone in piazza si e no. (...) Quindi guarda Facebook poco, il 20%, web 30-33%, il resto è stato un passaparola grandioso. (FC)

La capacità attrattiva di Facebook quindi non è da sopravvalutare. È certo efficace il suo ruolo nel diffondere l'informazione, ma la presenza nella piazza è da spiegare attraverso una molteplicità di fattori tra loro contingenti. Scrive Mascia, uno degli organizzatori del No B. Day:

"Non abbiamo inventato niente, tutti insieme, collegati in Rete, abbiamo solo tirato le fila di qualcosa che – prima o poi – doveva esplodere, perché c'era un'esigenza politica grande come una casa, altro che antipolitica" (Mascia 2010, p. 12).

Lo stesso dice un intervistato: nonostante la mobilitazione sia nata da Internet, ciò che ha fatto raggiungere il successo è stata una serie di eventi, concause sociali, politiche e tecnologiche:

Si è creata la pagina giusta col nome giusto al momento giusto, si sono create tutte quelle circostanze che poi hanno fatto sì che si trasformasse in una vera e propria manifestazione (...) Facebook, ovviamente è un potenziale. Per sfruttarlo si devono creare delle condizioni favorevoli (...) però poi se tu non hai le giuste condizioni...comunque in Italia due anni fa non si facevano grandi manifestazioni da tanto, si era stufi dei partiti specie del PD, e quindi insomma questa novità è stata apprezzata. (MC)

Vi è stato poi un altro fattore che ha concorso a rendere il No B. Day una manifestazione di successo, e cioè la copertura mediatica dell'evento da parte dei canali tradizionali.

Da un lato, la cosa è nata su Facebook ed è stata, è cresciuta su Facebook. Però poi è anche vero che se n'è impadronita la stampa, gli ha dato un enorme eco. Per cui ... lo sapevano pure quelli che non lo volevano sapere. Se ne parlava... tutti. Perfino i politici andavano col coso Viola e così via. E tutti i giornali dicevano, ripetevano: "Ci sarà, ci sarà, ci sarà", quindi si creava quest'attesa. Quindi la gente: "Ah, ci sarà, quindi vado, per curiosità, vado a vedere. (DA)

Ma andiamo avanti con la storia. All'indomani della manifestazione No B. Day continuano i contatti tra le persone, sempre tramite Facebook e altre piattaforme online, e si cominciano a gettare le basi per pensare ai possibili sviluppi del movimento.

5.3 Dopo il No B. Day: il "paginone" e il problema della proprietà delle pagine Facebook

Dopo aver visto gli effetti positivi di Facebook nella nascita e nella trasmissione di idee ed eventi, cominciamo ad analizzare come la struttura di tale piattaforma e sue le regole possano influire in maniera negativa sul movimento. Quella che descriviamo in questo paragrafo è la situazione di scollamento venutasi a creare tra i gruppi locali e la pagina nazionale (chiamata anche "paginone"), tra la dimensione virtuale e quella fisica, derivante dall'accentramento decisionale da parte degli amministratori della pagina nazionale. Se da una parte vi sono dei fattori umani che hanno portato alle liti tra gli attivisti, ovvero comportamenti ritenuti scorretti da una parte e dall'altra del movimento, che non approfondiremo in questa sede, occorre sottolineare che vi sono dei problemi insiti nella struttura stessa della piattaforma Facebook.

Sino al corteo del No B. Day la pagina ufficiale dell'evento era stata "Una manifestazione nazionale per chiedere le dimissioni di Berlusconi", ma subito dopo il corteo si invitano attivisti e simpatizzanti a lasciare questo luogo per passare ad una nuova pagina, chiamata Popolo Viola (ve ne sono state altre, ma quella di cui parliamo è quella che ha preso il sopravvento), in quanto la prima era stata creata appositamente per la manifestazione, mentre questa rappresenta uno spazio aperto nell'ottica di cominciare un percorso di lungo periodo. È importante questo passaggio, poiché segna l'inizio della strutturazione di un movimento che sino al giorno prima non esisteva. O meglio, esisteva in quanto tentativo di riconoscersi attraverso un colore, il Viola, ma nulla di più. Ma è altresì importante per ciò che ne deriva, ovvero un motivo di crisi all'interno del movimento e nocciolo dei suoi mali futuri.

Questa pagina, nessuno si chiese allora: "Ma chi l'ha fondata, chi sono gli amministratori", no, tutto sembrava più che naturale, tutto doveva avvenire nello spontaneismo - almeno a noi sembrava - nello spontaneismo, e quindi, e poi come non fidarsi tra di noi, se noi eravamo proprio diciamo gli alfieri della democrazia, ti pare ...? (DA)

Questa ironica constatazione di un'intervistata deriva dalla delusione per come è stata gestita la pagina. Occorre sottolineare che chi fonda una pagina Facebook, in questo caso San Precario, ha il potere di "bannare" – cioè di espellere da essa - chiunque voglia.

Il fatto di essere bannato per un utente non comporta solo il fatto di non poter più scrivere sulla pagina, ma di non potervi nemmeno più accedere. Questo genera quindi il malcontento nei gruppi locali nati durante l'organizzazione del No B. Day, che continuano ad esistere e a crescere di numero. In alcuni casi si tratta di gruppi per lo più virtuali, ma altri associano alla comunicazione online attraverso mailing list interne e gruppi di discussione delle riunioni fisiche. A Roma, ad esempio, in quell'inverno alle assemblee partecipano centinaia di persone. I gruppi locali, che sono quelli che lavorano nel territorio, che promuovono iniziative e contattano nuove persone attraverso azioni come volantinaggi, flash mob e sit in, si sentono esautorati del proprio ruolo del movimento da parte di un nucleo centrale (gli amministratori del paginone), poiché non hanno il potere di decidere, ad esempio, chi espellere qualcuno dalla pagina, così come decidere quali iniziative rendere visibili su di essa, operazioni che invece spettano a chi ne detiene la proprietà.

Le realtà locali sono diciamo le radici nel territorio, sono l'anello di passaggio, appunto, dal virtuale al reale, quello che dici te, cioè il passaggio appunto dal virtuale al reale si crea sul

territorio e sono loro che l'organizzano, perché poi sono loro che di fatto, appunto, danno i volantini, prenotano la piazza, organizzano flash mob, o che quello che sia... e poi sono loro che come si dice, "stanno sul pezzo" (...) tengono viva l'attenzione, insomma. Tutti costoro (...) si arrabbiano perché si vede che si cominciano a prendere delle decisioni sopra la loro testa. Nel senso che la pagina lancia continuamente iniziative senza consultare nessuno. (DA)

Tu come facevi "ma...": boom (l'accesso, N.d.A.), ti veniva cancellato in sette secondi, dieci secondi, cose proprio fuori dal mondo (...). Non era accettabile un discorso di parlare di bavaglio, poi comunque neanche si poteva chiedere chi erano gli amministratori della pagina... (AA)

Comincia quindi il contrasto tra amministratori e gruppi che avvertono che, in un movimento che era nato e intendeva rimanere senza vertice, si è di fatto creata una leadership che è proprietaria del principale canale comunicazionale tra il movimento e l'ambiente esterno. Appare irrilevante, forse, la questione, ma in realtà la gestione formale ha delle forti ricadute sulla sostanza del movimento. Rappresenta le difficoltà a coordinare un gruppo tanto nuovo e tanto eterogeneo, la mancanza di legittimazione "dal basso" dei gestori della pagina.

Come detto precedentemente, aldilà delle decisioni personali degli amministratori, vi è un problema strutturale nell'architettura di Facebook, ovvero la proprietà della pagina che viene creata. Se tutti gli intervistati hanno confermato l'importanza di tale mezzo nella diffusione della notizia sulla manifestazione, essi sono altrettanto concordi nell'evidenziare che successivamente questo strumento si è rivelato un ostacolo all'evoluzione del movimento.

Evidentemente Facebook non era assolutamente adatto, perché Facebook per sua natura è stato creato per altre cose, per contatti personali. Quindi proprio per la sua struttura, poi, Facebook intanto è verticistico, cioè, c'è un proprietario di una pagina, il quale nomina amministratori di sua fiducia. E questo noi allora non lo sapevamo ancora. Ma questo è già, se vuoi, il nocciolo di tutti i nostri mali futuri. E cioè diciamo questo stesso Facebook che a noi c'ha fatto nascere, poi in qualche modo (...) c'ha dato veramente dei grossi guai. (DA)

Io molto lo attribuisco al mezzo, il pantano in cui siamo finiti. Sicuramente è dovuto in qualche maniera in buona percentuale a Facebook. (AA)

Coloro che rivendicano decisioni prese dal basso e criticano la gestione della pagina, si scontrano con l'insormontabile problema della sua proprietà.

Sono una che si è fatta delle domande. E ha chiesto perché una volta che è diventato Popolo Viola e quindi poteva connotarsi di una questione politica ci dovessero essere dei coordinamenti autonominati. Bisognava fare un'assemblea (...) Eh no, però la pagina è mia. Eh no, ma dio santo, ma perché la pagina è tua? Perché io ho fatto i pullman. E infatti c'è una mia famosa frase che dice: "Beh, menomale che l'organizzazione dei pullman del 5 dicembre non l'abbiamo data a un'agenzia di viaggi, sennò la nostra linea politica la gestiva l'agenzia di viaggi". (RP)

Il fatto che vi sia un proprietario della pagina implica che possa venire applicata la censura da parte di uno o pochi soggetti sui contenuti da pubblicare. "Attacchi" e incursioni in pagine di cui non si condivide il contenuto sono all'ordine del giorno su Facebook. Singoli o gruppi di persone che cercano di bloccare la comunicazione di una pagina, per screditarla o semplicemente scherzare cercando di far inceppare la discussione, sono in gergo chiamati "troll". Come vedremo in seguito, nell'analisi che abbiamo fatto proprio di questa pagina, vi sono alcune persone che vi scrivono al fine di conflitti al suo interno, principalmente attraverso due strumenti: il primo è postare qualcosa di contrario alla linea della pagina (ad esempio link favorevoli al PdL, in questo caso), in modo da generare un dibattito acceso, mentre il secondo modo è "esasperare" le posizioni del gruppo stesso cercando di ridicolizzarne i membri.

In realtà, nella nostra analisi abbiamo rilevato che sulla pagina sono pubblicate molte opinioni diverse, anche in merito all'organizzazione del movimento. Non è infatti realistico pensare che poche persone riescano a controllare una pagina aperta, con centinaia di migliaia di iscritti. Di fatto, anche gli stessi amministratori della pagina hanno riscontrato che l'effetto del bannaggio è molto più dannoso per chi lo compie che per chi viene escluso. In sostanza, spesso le pagine dei gruppi si autoregolano, nel senso che vengono popolate da una maggioranza di persone che condivide in qualche modo la linea del gruppo, e i detrattori di solito si spostano altrove. Ad ogni modo, lo strumento del bannaggio viene visto da Mannino come una risposta in quel momento forte ma necessaria nei confronti di chi intendeva infangare un movimento e destabilizzarlo:

La parola scritta è quella che rimane. E il fatto che comunque quando si scrive sei coperto... non ci si guarda negli occhi, puoi permetterti anche per divertimento tuo personale di attaccare veramente oltre la misura normale il tuo avversario. E noi ci trovavamo con la bacheca piena di insulti, piena di gente che si divertiva nell'alludere... cose del genere. Per noi era depotenziare comunque la nostra manifestazione. (FM)

Egli vede nei continui sfoghi sulla pagina un attacco reiterato e pubblico inaccettabile: la sua lettura è che il comportamento scorretto da parte di alcuni soggetti abbia fatto diventare gli amministratori obiettivo di attacchi, anche personali, molto pesanti, che in ogni caso ci sono stati, e che anche gli intervistati della Rete non hanno mai negato; sostiene quindi di aver dovuto cominciare ad allontanare coloro che tentavano di screditare il movimento, specialmente “troll” che con diverse identità entravano nella pagina per insultarlo, e di averlo fatto in buona fede. Non si trattava di eliminare le voci dissenzienti, poiché sostiene che alle domande che gli attivisti ponevano, essi rispondevano, con dati e testimonianze, ma solamente chi quelle domande le poneva mille volte per riempire la bacheca e depotenziare la proposta del Popolo Viola.

Noi a un certo punto vedevamo che la gente entrava lì soltanto per il piacere di venir là... e abbiamo cominciato a cancellare, poi ci siamo sentiti... gli incivili siamo noi. (...) Però noi tutto sommato ci sentivamo in buona fede no? Forse quello però ha creato alla fine - quel metodo - ha creato altri problemi, perché chi si vede in te un potenziale nemico (...) nel momento in cui lo allontani allora può anche rigirare la cosa e dire: “Ah, ma allora avevo ragione, sei anche antidemocratico!” (FM)

Sostiene quindi di essersi sentito in difficoltà, perché comunque, anche se si tratta di un procedimento legittimo, cominciano a piovere critiche e vengono alimentate le polemiche. Ad ogni modo, poiché sulla pagina ufficiale il dibattito viene moderato in maniera controversa, vengono creati altri luoghi dove si riversano gli attivisti scontenti. Ad esempio, nasce tra le altre una pagina Facebook che incanala il sentimento di contrapposizione nei confronti del paginone, che viene chiamata “pagina dei troll” proprio per la stigmatizzazione nei confronti di coloro che muovevano domande e accuse al paginone. Ora tale pagina è sparita da Facebook, e il sostituto è la pagina “Popolo degli innominati”⁷⁴, un luogo in cui compaiono screenshot di conversazioni, satira e provocazioni nei confronti sia del Popolo che della Rete Viola.

⁷⁴ Nome meno facilmente censurabile da Facebook, il quale tende automaticamente a cancellare pagine in cui compaia la parola “troll”.

5.4 Verso la scissione tra Popolo e Rete

Intanto, il movimento stava crescendo e lavorando offline. A gennaio del 2010 vengono organizzate le “giornate in difesa della Costituzione”, dei presidi in varie città d’Italia che raccolgono una grande affluenza, e viene organizzato il primo incontro del movimento, un’assemblea del Popolo Viola a Napoli, da cui nasce il gruppo di coordinamento nazionale. Molte persone ne escono scontente, poiché ancora una volta non si trova una chiave di lettura comune nell’immaginare la strutturazione del movimento. I dissidi che già c’erano dal principio si acuiscono e si trasformano in scontri più espliciti. I gruppi chiedono che da quel momento in poi le decisioni vengano prese consultando tutti i membri. Tuttavia, dopo alcune settimane, sulla pagina nazionale viene annunciato che il 27 febbraio ci sarebbe stata una seconda manifestazione a Roma, a Piazza del Popolo. Non si sarebbe trattato di un No B. Day2, poiché si capisce che i tempi non sono ancora maturi per convocare tanta gente e ripetere il successo della prima manifestazione, e si decide di organizzarla intorno al tema del legittimo impedimento. All’apprendere che di nuovo è stata presa una decisione “dall’alto”, alcuni gruppi locali protestano.

Il problema era che c’era sempre questo con questo santo Precario e qualunque cosa decideva lui era legge, e gli altri non avevano diritto di parola... (MC)

...Per cui si mette in discussione in maniera feroce la leadership, o meglio, la legittimità del paginone di convocare così il Popolo Viola senza chiedere ai gruppi locali, che sono il vero Popolo Viola. (RP)

Avviene quindi la prima scissione all’interno del movimento, poiché diventa sempre più evidente la frattura tra mondo “fisico”, quello dei militanti nei gruppi locali, e la realtà virtuale. Una frangia “intransigente”, formata da alcuni gruppi locali, decide quindi di staccarsi e formare “resistenza Viola”⁷⁵, che raggiunge più di 10 mila contatti in pochi giorni, ma che avrà vita breve (nonostante un gruppo sia ancora su Facebook).

Ad ogni modo, ciò che avviene a livello nazionale per quanto riguarda la scissione del movimento è difficile da analizzare nei particolari. Trattandosi di un movimento non strutturato, non è possibile stabilire nel dettaglio i passaggi che hanno portato alla formazione della Rete Viola. Attraverso le nostre interviste abbiamo però appurato che ciò

⁷⁵ Poi “resistenza continua”.

che è avvenuto a livello nazionale è riscontrabile anche in diverse realtà locali, che a volte hanno visto la scissione in più gruppi delle cellule originarie.

Un esempio quello di Perugia, in cui ha contribuito alla scissione in due del gruppo locale il fatto che l'amministratore nazionale avesse esercitato il diritto di sottrarre agli amministratori locali la gestione della propria pagina. Un altro caso è rappresentato dalla divisione in due del gruppo locale di Milano, da addebitare anche alle contrapposizioni in merito alla gestione della pagina Facebook. Tutto parte quando il referente di allora della pagina⁷⁶ decide di candidarsi alle elezioni regionali con l'IdV, utilizzando però la pagina del gruppo per promuovere la sua campagna.

Ha deciso di candidarsi con l'IdV, scrivendo una nota, sai che si possono scrivere queste note, in cui diceva che rimetteva comunque tutti i suoi impegni dal punto di vista del movimento che finché lui era candidato eccetera eccetera, lui usciva dal movimento per non inquinare l'apartiticità del movimento. Peccato che non ha messo a disposizione la password a nessuno, e si è fatto pubblicità con la pagina, dicendo “un punto Viola al comune di Milano”. Tu capisci che è venuto fuori un putiferio. (LM)

Insomma, come per la pagina nazionale, anche qui l'intento di lasciare “aperta” la pagina – senza però delegarne la gestione - e la promessa di farla rimanere un luogo di libera espressione, non convince una parte del gruppo, che quindi nel luglio del 2010 crea un'altra pagina, un altro gruppo che entrerà poi a far parte della Rete Viola⁷⁷.

Chiaramente, i problemi del movimento Viola non sono riconducibili solamente ad una pagina Facebook. Nel prossimo capitolo si cercherà di fare il punto su quali siano state altre concause che hanno portato alle divisioni tra i gruppi. È rilevante però notare come quello della gestione del mezzo di comunicazione sia il “fil rouge” che accompagna tutte le esperienze raccontate:

Siccome è sempre stato, e ci siamo sempre vantati, di essere un movimento orizzontale, questo assolutamente non andava bene. Quindi tutti quelli che si ritenevano tra virgolette “puri” nel movimento, si sono scissi dalle proprie realtà e hanno creato questa Rete. (LM)

È tutto basato su una pagina di Facebook. (...) tutto per una pagina Facebook. Perché poi tirano in mezzo sta cosa che Italia dei Valori ha pagato la manifestazione eccetera eccetera. Ma quando poi tu vai a litigarci, a discuterci su Facebook, loro ti dicono: “Io son stato

⁷⁶ <https://www.Facebook.com/PopoloViolaMilano?sk=wall>.

⁷⁷ <https://www.Facebook.com/PopoloViola.mi?ref=ts>. Link alla nota della scissione: https://www.Facebook.com/note.php?note_id=117660018280042.

bannato dalla pagina. Per aver fatto domande, per aver detto qualcosa”. Ma tu il tuo rancore lo basi sul fatto che sei stato bannato? Eh, così non puoi buttar giù Berlusconi. (MO)

5.5 La nascita della Rete Viola

Torniamo però a livello nazionale. Il tentativo di risposta alle problematiche intorno alla leadership e all'organizzazione avviene con la stesura della Carta Etica: alcuni gruppi locali si fanno promotori di un'iniziativa: stilare uno statuto del movimento, partendo dal presupposto che poiché il esso si sta ampliando sia necessario stabilire delle regole a priori attraverso cui strutturarsi e dirimere le questioni tra le varie parti, in caso di contrapposizioni tra i membri senza risultati nella mediazione. Infatti, in alcuni casi i dissidi interni – fisiologici specialmente in un movimento che è in continua evoluzione - possono essere risolti, ma come dice un'intervistata:

In altri casi non c'è mediazione, bisogna votare. E a questo punto bisogna essere sicuri che se si vota, quel voto vale, e ha un senso, non che immediatamente poi il giorno dopo me lo rimetti in discussione. (DA)

La Carta Etica viene stilata in maniera “corale”, congiunta, tramite discussioni online e assemblee fisiche, in cui emerge come coordinarsi online e portare avanti i principi di democraticità interna sia veramente difficile:

Abbiam cominciato a mettere giù una Carta, quello che doveva essere la Carta Etica, però su una chat di sedici persone, veramente è un lavoro, guarda, praticamente improbo. Alla fine dopo serate e serate passate a parlare su Facebook, su Skype, abbiam deciso che ognuno buttava giù la sua cosa, la faceva approvare dal proprio gruppo locale, la mandavamo, e poi si faceva una sintesi. (AA)

A livello locale - ad esempio a Perugia - tuttavia la questione crea dei problemi, specialmente nei casi in cui nuove persone si stavano avvicinando al movimento e probabilmente avrebbero voluto discutere di cosa fare praticamente nel territorio. Vi sono ulteriori divisioni tra i gruppi che approvano o meno l'adesione alla Carta. Dopodiché si fanno diverse assemblee fisiche in cui stilare una sintesi dei punti e coordinarsi tra gruppi locali, a Bologna, nel luglio 2010, a Modena e a Firenze, a cui parteciparono dei referenti per le varie realtà locali. Rivista ancora da una cinquantina di esse, la Carta viene approvata e messa sulla pagina della Rete Viola.

L'attacco alla leadership della pagina nazionale è chiaro in uno dei punti della Carta Etica: non sono ammessi personaggi anonimi. Ciò significa che San Precario ed i gruppi afferenti alla pagina nazionale sono di fatto esclusi dalla possibilità di adesione ad essa. Ma la scintilla per la scissione definitiva arriva nell'agosto del 2010. Attorno a ferragosto, infatti, dalla pagina nazionale viene lanciata l'idea di indire il No B. Day2. Ma non è esattamente un momento di forza e compattezza del movimento, e molti sono contrari a continuare ad agire come un soggetto unico. Si alzano quindi le proteste e i gruppi locali della Rete che si stava formando decidono di non aderirvi: si creano quindi le condizioni per la scissione definitiva del movimento, sancita nel settembre del 2010⁷⁸. L'11 settembre 2010 infatti avviene la fondazione del "gruppo degli etici", (che da lì a breve si chiamerà Rete Viola). Viene fatta la scelta di mantenere il "viola" nel nome nonostante da allora i gruppi abbiano condotto vite autonome e separate, anche se ciò continua a creare ancora ad oggi confusione tra le due entità: per molti soggetti esterni al movimento non è chiara la natura e i confini dell'uno e dell'altro gruppo.

(Volevamo, N.d.A) mantenere Viola come segnale indicativo, per dare un'idea di chi siamo e cosa vogliamo, no? Dato che questo è un nome intanto che ci apparteneva, perché noi ci sentivamo parte proprio fino in fondo e tutt'altro che trascurabile, anzi, parte protagonista del movimento, e quindi non vedevamo perché dovevamo a loro il viola. Quindi il viola non lo regalavamo a nessuno, però volevamo essere identificabili, riconoscibili per il nostro metodo e l'abbiamo chiamato Rete Viola. (DA)

Arriviamo quindi al 2 ottobre 2010, data del secondo No B. Day, nel quale, come era prevedibile, non si è ripetuto il successo del primo No B. Day. Dopodiché, vi sono stati alcuni tentativi di ricomposizione tra le due fazioni. Ad esempio, all'inizio dello scorso anno il gruppo nazionale del Popolo Viola indice una riunione a Roma per aprire alla Rete la possibilità di ridefinire insieme la struttura del movimento. La maggior parte dei gruppi locali boicotta l'iniziativa, dal momento che in ogni caso non sarebbe stata messa in discussione l'amministrazione della pagina Facebook, mentre alcuni di loro ritengono che si possa provare a lasciare alle spalle le precedenti lacerazioni e tentare una riunificazione, in modo da rafforzare l'azione del movimento che altrimenti, frammentato in piccoli gruppi, si sarebbe indebolito. Da questa riunione nasce quindi il coordinamento del Popolo Viola, allargato rispetto agli amministratori della pagina, e formato anche da alcune persone appartenenti alla Rete. In questa posizione intermedia tra i due schieramenti vi sono due

⁷⁸ Su Facebook nasce il 2 ottobre, proprio in occasione del secondo No B. Day.

persone che abbiamo intervistato. Una di loro racconta il suo percorso da “bannato” dal paginone a membro del coordinamento: dopo aver egli stesso criticato i metodi utilizzati da parte degli amministratori della pagina nazionale, ricuce il rapporto con questi (decisione non approvata da una parte della Rete), anche per sottolineare quello che dal suo punto di vista è un paradosso, e cioè che se le finalità sono le medesime, agire in maniera parcellizzata indebolisce il ruolo del movimento.

Il ruolo che m'ero dato era quello di fare da trade union e dire: ok, io sono etico. Io sono passato di qua, voglio dimostrare che non esiste... che non c'è questa differenza, perché in realtà... ok, questo c'avrà bannato, gli chiediamo di sbannare chi vuol essere sbannato, se il problema è questo lo risolviamo così... facciamo delle cose insieme... se tu c'hai la tua caratteristica, la tua pagina, qual è il problema? Tu c'hai la tua pagina, quello c'ha la sua pagina... c'è un obiettivo, il referendum? Facciamo le cose insieme per il referendum. (AA)

È una prospettiva praticabile quella di una ricomposizione? E quanto è condivisa? Nel prossimo capitolo esamineremo quali siano le ragioni, aldilà dei bannaggi e dell'amministrazione delle pagine Facebook, che hanno portato alla scissione del movimento.

Capitolo 6. Oltre Facebook. Questioni di forma e contenuto in un movimento non strutturato ed eterogeneo

6.1 L'organizzazione in un movimento non strutturato: il concetto di orizzontalità

Nel capitolo precedente abbiamo fatto un excursus nella storia del movimento utilizzando come chiave di lettura lo strumento Facebook. Ma la sua evoluzione e le fratture al suo interno non possono essere ridotte unicamente alle dinamiche presenti su Facebook, nonostante siano emblematiche di come venga inteso il movimento stesso. Quella tra Popolo Viola e Rete Viola non è una scissione che ha a che fare con le istanze promosse dai due gruppi, che non sono in contrapposizione, ma con le modalità da utilizzare per raggiungere i propri obiettivi.

Il primo nodo critico è da ricondurre alla questione di come strutturare il movimento. A questo proposito riteniamo interessante fornire le due declinazioni del concetto di “movimento orizzontale”, inteso in maniera opposta da parte degli attivisti del Popolo Viola e da quelli della Rete. Per i primi, il movimento non deve in nessun modo essere strutturato, ma deve rimanere un'aggregazione spontanea e contingente, in cui ciascuno è libero di proporre i propri contenuti. Per i secondi, invece, la democraticità del movimento può essere raggiunta solo attraverso una struttura chiara del movimento stesso, costituita da ruoli precisi, scadenze dei mandati e votazioni. La visione del Popolo Viola è racchiusa in queste frasi dell'amministratore della pagina nazionale:

Noi diciamo, no: non dobbiamo strutturare, perché dev'essere una cosa fluida...alcuni di noi la chiamavamo: dev'essere un movimento molecolare (...) Tu fai una proposta. La gente la trova valida? (...) È la proposta che vince, nel nostro caso. Questa è l'orizzontalità. (FM)

Dall'altra parte vediamo la posizione della Rete: l'orizzontalità è un obiettivo comune, poiché si vuole essere un soggetto politico che non si basi su leader carismatici, ma che sia distribuito in maniera capillare nei territori e che si basi sull'intelligenza collettiva degli

individui. Ma per la Rete è il metodo proposto che non funziona, ed i concetti di molecolarità e liquidità non sono applicabili nella pratica, poiché si parte dal presupposto che chi detiene la proprietà della pagina nazionale ha una maggiore visibilità e non concorre alla pari degli altri nella diffusione delle proprie proposte.

I gruppi locali poi confluiti nella Rete, quindi, contestano principalmente la calata dall'alto delle iniziative da parte del nucleo centrale: essi propongono che ogni gruppo locale, ogni assemblea, elegga dei propri rappresentanti, i quali formino un coordinamento eletto dai membri del movimento. Tale visione confligge con l'idea del Popolo Viola, secondo il quale verrebbe così distorta la natura stessa di un'esperienza che si pone in maniera antitetica alle strutture istituzionali come i partiti, e che contesta proprio quelle stesse gerarchie e gli stessi verticismi che intende ricreare:

Ok, ma poi di fatto, tu vuoi un Popolo Viola che sia orizzontale, però alla fine sempre rappresentativo, un sistema verticistico, piramidale, allora non stai inventando niente rispetto a quello che c'è già, e allora non hai capito forse neanche tu, forse cosa vuol dire orizzontale, se proponi una cosa e poi di fatto vuoi un vertice. (FM)

E allora come devono essere prese le decisioni? Secondo il Popolo Viola su molte questioni non occorre votare: chi propone un'iniziativa, verrà o meno seguito grazie alla reputazione che si è creato attraverso il proprio percorso politico, e grazie al fatto di avere un proprio seguito sui canali virtuali. Vediamo qui come ci si basa sul concetto di affidabilità che un soggetto si guadagna attraverso la propria storia (seguendo una logica meritocratica di molte piattaforme virtuali), per cui è il consenso ricevuto dalla propria posizione che dà legittimità alle scelte dei leader. In quest'ottica, se qualcuno propone un'iniziativa che non viene condivisa dal gruppo, egli può in ogni caso scendere in piazza a nome del movimento, con o senza consultare gli altri membri. Ciò implica che “ognuno può essere Popolo Viola”, individualmente, e veicolare le proprie battaglie appropriandosi di quest'identità. Certo, nascono spesso delle problematiche, ad esempio relative al rapporto con i media tradizionali, poiché spesso la stampa ha “appiattito” il movimento sull'immagine di Mascia che manifesta davanti a Montecitorio. Tuttavia, questa logica è alla base di molte esperienze politiche contemporanee: la vediamo riflessa in quel “we are the 99%” che presuppone – come abbiamo visto nel primo capitolo – un approccio individuale ed autonomo all'azione collettiva. Per la Rete, invece, il modo per tutelare lo sviluppo dell'intelligenza collettiva è dotarsi di una struttura interna, per quanto leggera:

Io dico: sarò vecchia e sarò obsoleta, però mi viene fatto di pensare che la liquidità è come un fiume: se non viene, diciamo, aiutato nel suo incedere da un albero, tracima, va fuori, esonda... distrugge, non crea. (SM)

La Rete infatti propone che i gruppi locali vengano interpellati su ogni questione: sebbene sia utopistico pensare che possa esistere un'orizzontalità totale all'interno del movimento - non è possibile consultare tutti i partecipanti ogni volta che si intende prendere la parola e lanciare un'iniziativa - il fatto che vi sia un'elezione dei propri rappresentanti garantirebbe di per sé il processo democratico di presa delle decisioni:

La condivido la spontaneità sulle azioni. Nel senso che se una persona del Popolo Viola si mette con una bandiera Viola qui davanti con dei cartelli che comunque seguono una linea, perché no. Però se tu devi dire delle cose generiche sul Popolo Viola, su che cos'è, su come la vedi quella determinata situazione, non puoi prenderti la libertà di parlare a nome di tutti. (LM)

Il problema non è quindi che esista un coordinamento, di cui sia Popolo che Rete sono dotati. Il problema per la Rete è che il coordinamento del primo, e i suoi leader, non sono stati eletti ma nominati, criticati quindi per la loro presunta autoreferenzialità. I membri del Popolo Viola a cui ho parlato, in realtà, sostengono che il coordinamento è stato lasciato aperto a chiunque si fosse voluto mettere in gioco: il fatto i membri siano "nominati" dai leader e non eletti dalla base è dovuto semplicemente al fatto che la maggior parte dei gruppi locali non ha partecipato alla riunione in cui esso è nato, dati gli screzi precedenti. Inoltre, viene sollevato anche da alcuni membri della Rete il fatto che fossilizzarsi su principi di strutturazione interna ha alimentato le divisioni tra le persone, ha confuso quello che era un mezzo per decidere quali obiettivi porsi con il fine stesso del movimento.

(Alcuni, N.d.A) insistevano su quella via dell'organizzare il gruppo, mentre per esempio io, avendo notato che è una cosa che tende a dividere piuttosto che includere, io l'avrei... l'avrei lasciata sicuramente da parte. (MC)

Ad ogni modo, il dibattito sull'orizzontalità ha toccato molti gruppi locali. La spaccatura nel gruppo romano, ad esempio, è emblematica di come l'aspetto dell'organizzazione interna sia stato rilevante. Questo gruppo è stato fondamentale per il movimento, sia perché numericamente all'inizio è il più importante - un centinaio di attivisti - sia perché le manifestazioni nazionali vengono organizzate a Roma, per motivi di centralità e visibilità. In esso c'erano state delle divergenze di opinioni rispetto a come era

stata organizzata la manifestazione del 27 febbraio 2010, ma si era deciso di andare avanti insieme comunque, per paura di indebolire un movimento che prometteva di porsi come soggetto forte nella scena politica, nonché di prestare il fianco a strumentalizzazioni da parte dei media, i quali lo avrebbero catalogato come l'ennesimo esperimento della sinistra italiana fallito non già per colpa del suo nemico, ma a causa di divisioni e lotte interne (il "fuoco amico").

Ecco, questa preoccupazione di non far vedere che siamo divisi è stata fortissima, e ha tenuto diciamo un'unità artificiale per molto tempo, mentre ribollivano questi contrasti. (DA)

Arriva infatti il momento in cui il gruppo comincia a porsi il problema della propria organizzazione. Da una parte c'è chi rivendica la necessità di non strutturarsi, mentre altri non sono d'accordo. Insomma, viene anche in questo caso criticato il fatto che vi siano delle persone che, pur informalmente, hanno in mano la leadership del movimento, e che non hanno dei vincoli di mandato da rispettare. Da una parte del gruppo viene quindi sollevata la richiesta che vengano istituiti dei ruoli predefiniti, che ci siano delle elezioni, che gli incarichi siano assegnati a rotazione e che siano temporanei, e che ogni decisione debba esser frutto di un'elaborazione collegiale in cui si voti a maggioranza. Si arriva quindi al momento in cui tale proposta viene messa all'ordine del giorno dell'assemblea romana. Vengono fatte delle mozioni (contrarie) da parte di chi invece sosteneva l'idea della "molecolarità". Ma in ogni caso, si vota e viene approvata l'istituzione di una struttura del gruppo. Il problema si ripresenta però all'assemblea successiva, quando i risultati della votazione vengono messi in discussione da chi ritiene che poiché il gruppo non è strutturato (non ha iscritti, o tesseramenti), la sua composizione cambia repentinamente (la gente entra e esce dal movimento), e quindi vincolare le scelte successive a decisioni prese da assemblee "precarie" appare un limite all'evoluzione dello stesso. Questa prospettiva viene allora appoggiata dalla maggioranza, e la votazione precedente viene annullata.

Questo ha creato un'enorme trauma interno al movimento Viola, perché se, diciamo, una cosa appena decisa viene rovesciata, a questo punto non ci sono più punti fermi...quindi si è cominciato a avere l'impressione che così non si va più avanti, non si va da nessuna parte (...). Alcuni avevano notato che "il movimento è fluido, il movimento è fluido" però quando nessuno comanda, quando tutti sono uguali, a volte qualcuno è più uguale degli altri. (DA)

Una parte dei partecipanti decide allora di formare un gruppo chiamato "Viola verso", che comincia a lavorare sull'idea di come articolare l'idea di democrazia interna non solo

all'assemblea romana, ma a tutti i gruppi locali, che si sarebbe voluto estendere a tutto il movimento. Ad ogni modo, i problemi all'interno del gruppo romano non si risolvono, e dopo qualche mese esso si scioglierà.

Anche all'interno della Rete Viola, in ogni caso, sorgono spesso dei problemi di tipo decisionale. Alcuni membri infatti mi hanno parlato di differenze di visioni al proprio interno sia in merito alle pratiche da utilizzare come forme di protesta, sia in merito ai contenuti delle battaglie da appoggiare o meno. Per quanto riguarda le prime, ad esempio, sono emerse delle diverse opinioni in merito alla questione della disobbedienza civile, poiché si tratta di una pratica che sta ai confini tra la legalità e l'illegalità, problematico per un movimento che si pone come primo obiettivo quello dell'osservanza della Costituzione:

Proprio sulla val di Susa (...) si è discusso a lungo anche sulla disobbedienza civile, violenta o non violenta, e su questo alla fine siamo riusciti ad arrivare al punto che facciamo delle votazioni, quindi come Rete discutiamo tutti insieme e votiamo se sia il caso di appoggiare o meno questa battaglia. (...) se magari la Rete si è espressa a sfavore, va bene, si è espressa a sfavore ma magari come gruppo locale ci andiamo, o se anche il gruppo locale è a sfavore, scendiamo come singolo. Però appunto c'è una grade libertà, non si è vincolati e c'è libertà di agire in qualsiasi modo. (CM)

Sorgono spesso, poi, delle divergenze di opinioni in merito ai contenuti delle proprie lotte. Un esempio in questo caso è stata la decisione di appoggiare o meno la raccolta firme per il referendum sulla legge elettorale, promossa dall'IdV (poi bocciata dalla Corte Costituzionale).

Noi come Rete Viola (...) non siamo voluti aderire perché non vedevamo la grande differenza tra Mattarella e la Calderoli (...) però ci sono stati alcuni gruppetti locali che hanno detto: secondo noi invece, col momento politico che c'è, è importante anche prendere quel poco che possiamo trarne, quindi appoggiamo. Non gli è stato dato contro, anzi, se loro facevano i banchetti noi gli facevamo girare gli eventi... (CM)

In questi casi, se un gruppo locale intende appoggiare una determinata causa non sostenuta dalla maggioranza del movimento nazionale, può farlo in maniera autonoma. Se invece si tratta di un individuo singolo, invece, esso non dovrebbe presentarsi utilizzando il colore viola, per rispettare la linea generale del movimento.

Le questioni sinora affrontate, che hanno a che vedere con la forma del movimento, sono associate anche ad una forte disomogeneità valoriale dei singoli, gruppi od individui, che lo compongono, tema che approfondiamo nel paragrafo successivo.

6.2 La mancanza di ideologie comuni

Come vediamo in questo paragrafo, oltre a problematiche relative alla forma da dare al movimento ci sono state alcune difficoltà a mantenere un percorso comune che scaturiscono dall'eterogeneità identitaria dei suoi membri. All'inizio dell'esperienza del Popolo Viola la frammentazione e la sovrapposizione di molteplici identità politiche ha rappresentato un fattore attrattivo verso coloro che non si sentivano "militanti" in senso stretto e che desideravano confluire in un movimento estremamente inclusivo. Già dall'inizio infatti, al corteo No B. Day, emerge la volontà di portare in primo piano istanze di diverso tipo: se le dimissioni del Presidente del consiglio sono il comun denominatore dei partecipanti, quel giorno si parla di differenti questioni, politiche e sociali, ritenute stringenti, come la corruzione nella sfera politica e i rapporti tra Stato e mafia, il tema dei diritti dei lavoratori e del precariato, così come di questioni locali come il ponte sullo stretto di Messina e il terremoto dell'Aquila. Emerge insomma come l'antiberlusconismo sia parte di un quadro, abbastanza coerente, di istanze che ruotano attorno alla cattiva gestione della cosa pubblica da parte delle istituzioni: le dimissioni di Berlusconi sono il simbolo, per i partecipanti, della volontà del cittadino di acquisire voce nel dibattito pubblico, e di ristabilire i principi di legalità e rispetto della Costituzione nella politica. Teoricamente, questi valori sono slegati da quella che è la tradizionale appartenenza politica che si basa sulle categorie destra e sinistra. Il movimento infatti si pone come post-ideologico:

Specie all'inizio, si tendeva molto a distinguere che noi non eravamo sinistra, che tra noi ci potevano essere persone di tutti i partiti, di tutte le aree politiche, anche di destra, in effetti qualcuno anche di destra c'era, diciamo di una destra che ci tiene molto alla pulizia, all'onestà... al decoro delle istituzioni. (DA)

Tuttavia, in concreto, Berlusconi rappresenta al momento del No B. Day il centro-destra, e l'appoggio alla manifestazione, come abbiamo visto, viene dato da partiti che erano all'opposizione, tranne dal maggior attore in questo senso, ovvero dal Partito Democratico. In generale, quindi, la connotazione di quella manifestazione è certamente di

sinistra. Quel che è vero, però, è che vi partecipano molte correnti diverse, da militanti nella sinistra radicale ad elettori, ad esempio, del Partito Democratico (che non presenza ufficialmente al corteo), che non trovano il modo di vedere espresse le proprie rivendicazioni da parte dei partiti esistenti. Il termine “berlusconismo” infatti allora non viene utilizzato solo nei confronti del PdL, ma è un'accusa mossa anche alla sinistra: con esso si identifica il degrado della politica, il cui nocciolo si ritiene essere Berlusconi, e che si vede espanso a tutto il sistema dei partiti, anche a quelli a cui si continua a dare il proprio voto. È per questo che dopo quel 5 dicembre si decide che vi sono le premesse per un percorso politico comune, basato sulla volontà di rivitalizzare la politica italiana coordinandosi all'interno della società civile, da una parte, e dall'altra pretendendo di dettare le regole da seguire ai rispettivi partiti.

Ciononostante, sebbene il movimento si presenti come post-ideologico, come in genere fanno i movimenti attuali, i membri che lo compongono spesso non lo sono. Intendevamo attraverso la nostra ricerca capire se questa eterogeneità sia stata una sorta di compromesso tra le parti per raggiungere degli obiettivi comuni, oppure se, presi individualmente, i partecipanti davvero non si ritenessero “né di destra, né di sinistra”. Per indagare sulla loro area ideologica di appartenenza, abbiamo quindi chiesto agli intervistati tramite i questionari online di distribuirsi lungo un continuum relativo alla vicinanza sentita con i classici schieramenti di destra/sinistra, in cui il valore 1 rappresentava l'estrema sinistra, e il 10 l'estrema destra. Dalla tabella 1 in Appendice C emerge come più della metà del campione si colloca nell'area dell'estrema sinistra (valori 1 e 2), e in generale circa il 90% in quella del centro-sinistra. Solamente il 2,7%, quindi, si avvicina al centro-destra, mentre vi è un 8,6% che non intende, o non sa, collocarsi politicamente. Abbiamo deciso di mantenere nell'analisi l'item “non so/preferisco non rispondere”, che abbiamo invece eliminato in molte delle analisi successive, in quanto in questo caso è decisamente più consistente che su altre domande (gli “indecisi” sui temi che analizziamo nei capitoli successivi sono significativamente più bassi). Ciò potrebbe anche significare che si tratta di un tema che gli intervistati preferiscono mantenere privato, e tuttavia ci sentiamo di ritenere poco probabile questa spiegazione poiché tutto il questionario verteva su specifiche questioni politiche, ed era poi rivolto ad attivisti, i quali, tra l'altro, hanno risposto in misura maggiore a domande in cui si chiedeva di fornire dati particolarmente sensibili, come ad esempio il livello di scolarizzazione e la propria condizione professionale. Avanziamo quindi l'ipotesi che vi sia un effettivo numero di persone non disinteressate alla politica, ma

per cui la partecipazione coincide con il superamento delle tradizionali classificazioni ideologiche.

Un'altra domanda che abbiamo posto agli intervistati tramite questionario è se il movimento Viola abbia secondo loro una chiara identità o meno, o se sia prevalente l'eterogeneità delle rappresentazioni al suo interno, e l'88,0% dei rispondenti dichiara che nel movimento coesistano molte anime diverse⁷⁹.

Ovviamente più passa il tempo e più i nodi vengono al pettine, no? Siamo tanta gente: giovani, vecchi, gente insomma che sta in politica da trent'anni, gente che invece gli si è accesa la lampadina adesso, estremisti, moderati, rivoluzionari, anarchici... quindi insomma i litigi ce li facciamo anche noi... (MC)

(Parlando di un gruppo locale, N.d.A): Loro, bene o male si sopportano, perché uno è... diciamo democristiano, quello viene dalla destra, quello viene dall'estrema sinistra, quello viene dalla realtà radicale... e che c'hanno assieme ste persone? Litigano su qualsiasi argomento (...) non c'è un'idea politica condivisa. (RP)

Come in molti movimenti contemporanei, non vi è una linea chiara – almeno per gli “esterni” - su temi quali l'immigrazione, il lavoro, insomma, una visione complessiva del modello sociale a cui tendere. Per chi intende avvicinarsi al movimento, questo può non essere un vantaggio. Se infatti è un modo per essere inclusivi, si rischia di essere confusi o sostituibili con altri soggetti politici, e limitarsi ad appoggiare battaglie altrui senza formulare una proposta articolata delle proprie istanze. Ad esempio, molti considerano il Popolo Viola come emanazione dell'IdV o del Movimento 5 Stelle, poiché a quest'ultimo l'accomuna la similarità dei temi trattati, e il percorso di nascita in Rete. Dice infatti un'intervistata:

I cinque stelle, se mi chiedi di cosa parlano i cinque stelle, ti so dire per certo che parlano di ecologia, democrazia diretta, Wi-Fi, Parlamento pulito e riduzione delle...di decrescita, e cioè di queste cose parlano (...). Questi qui (parla del Popolo Viola, N.d.A) sono contro... sostanzialmente cioè ogni tanto linkano qualcosa sulla decrescita, ogni tanto linkano qualcosa su Parlamento pulito, ogni tanto sull'acqua-bene pubblico, però non hanno una linea chiara. (AR)

⁷⁹ Appendice C, Tab. 2.

Da qui, ci siamo chiesti quali siano i valori che leghino i suoi membri. Dalle interviste in profondità è emerso che ciò che lo ha contraddistinto in questi anni è principalmente la battaglia per la legalità ed il rispetto della Costituzione italiana:

Il nostro fondamento principale resta la Costituzione italiana. Per noi appunto è abbastanza esauriente... cioè spesso ci è stato detto: “Eh, la costituzione, ma voi come vi ponete?” Eh, ma io penso che la Costituzione, su 139 articoli, dia una vastità immane di come ci proponiamo. Poi magari ci saranno le piccole differenze tra ogni attivista... magari io penso che bisogna agire più sul fronte informativo, qualcuno più sul fronte dell’attivismo, però sono piccole differenze, è normale, siamo duecento teste, per dire... è normale che ognuno di noi abbia una sua idea. Forse è anche propositivo in questo, perché almeno si hanno una varietà di idee, appunto, e ti rendi conto che ognuno ha una sua idea reale che non dipende dagli altri. (CM)

Ogni gruppo locale si confronta con le problematiche relative al proprio territorio, agendo però sotto le linee guida comuni a livello nazionale - sotto le linee guida della Carta Etica, per quanto riguarda la Rete Viola, ma in generale sotto quelle della Costituzione. Secondo alcuni, trovare come punto unificante un elemento talmente condivisibile come la Costituzione è una cosa positiva, in quanto amplia l’inclusione a molti soggetti, mentre altri ritengono questa caratteristica sia stata una cosa positiva solamente all’inizio, nella fase di “brainstorming” e chiamata generale dei cittadini alla mobilitazione. Infatti, nel momento iniziale di entusiasmo, quando c’era da lottare contro il berlusconismo, il fatto di avere un obiettivo chiaro e specifico ha attirato una gran quantità di persone. Non solo i delusi da altre forme di politica, non solo ex attivisti, ma anche persone che non si erano interessate precedentemente, e che non avevano esperienza politica, perché la partecipazione richiesta da questo movimento era, per così dire, “leggera”.

Finché la faccenda era: “io sto arrabbiata, tu stai arrabbiato, egli sta arrabbiato, facciamo qualcosa e andiamo”, era facile. (RP)

Tuttavia, nel lungo periodo sono emerse quelle problematiche relative all’incompatibilità tra rappresentazioni del mondo e vissuti politici tanto diversi, ed è venuta a mancare la fase di costruzione di una reale proposta, coerente ed unitaria, di strutturazione della visione politica del movimento.

Secondo me un movimento è un movimento, cioè un movimento di per sé nasce per morire, per far crescere qualcosa di diverso. Ecco, lì è mancato il salto di qualità, non c’erano, ti

ripeto, non c'era la capacità, perché ci siam trovati con una cosa così grande che non sapevamo gestire. (FC)

Da lì... finito il No B. Day, che aveva un intendimento, ed era quello di iniziare e chiudersi quel giorno, come un flashmob enorme, che non avrebbe dovuto, e poi non avrebbe dovuto avere dei risvolti o delle implicazioni. (...) Non si può pensare che Berlusconi, cioè il No Berlusconi Day doveva rimanere in eterno. Doveva essere quello il motivo. Ma poi dovevi agganciarci una serie di questioni. Che altrimenti non ti danno la possibilità di mettere in atto la scelta che hai fatto postuma, cioè di costituirti come un movimento. Allora dovevi finirli lì. Era un "flashmobbone", come lo chiamo io, che finiva lì. (SM)

Vi è quindi la critica, da parte di alcuni attivisti, di non aver saputo accettare che quell'esperienza si sarebbe dovuta concludere con il grande corteo di quel giorno. Si è invece cercato di creare un movimento, senza però porre delle basi solide, dei punti fissi da cui partire che servissero da chiave comune a tutti i partecipanti. Si è quindi effettuata un'operazione di creazione di una realtà basata su un'identità contingente, senza che ad essa sia seguita alcuna progettualità. Non è quindi bastato il collante dell'antiberlusconismo.

La grossa novità che aveva fatto il No B. Day era stata è stata alla fine quella di aver messo in contatto persone che fino allora erano comunque isolati. Io avevo le mie idee, non è che le ho cambiate nel frattempo, però da solo. Mi si sono dati comunque gli orizzonti: sono entrato in contatto con gente di Milano, di Pavia, di Roma, di Catanzaro, di Reggio Calabria, di Latina, di Macerata... che più o meno la pensano come me. Il problema che poi quel "più", non ce ne frega niente. Del "meno" siamo andati proprio a spaccare il capello in quattro su quel meno, e quindi ci siamo stra-divisi sulle differenze che c'abbiamo l'un con l'altro. (AA)

Tra gli intervistati, vi è quindi chi pensa addirittura che il Popolo Viola non sia un movimento, e che, sebbene molte persone avevano sperato che lo fosse, non è riuscito a costituirsi come soggetto politico.

Fisicamente il Popolo Viola non esiste. (...) L'unico modo sarebbe quello di dimenticarsi, probabilmente, no, del Popolo Viola come soggetto politico, e usarlo come cassa di risonanza, come capacità di contatto. (...) Stiamo parlando di una comunità virtuale. Punto. Non è un soggetto politico. Non è neanche un movimento politico, perché non ha un'idea politica comune. (RP)

Si tratterebbe, in quest'ottica, di una comunità che solo virtualmente riuscirebbe a sostenere il peso delle contraddizioni che ha al suo interno. Oppure, come vediamo in

seguito, di una “cassa di risonanza” per soggetti e gruppi che decidono di lottare, in maniera contingente, per degli obiettivi comuni.

6.3 La situazione attuale: disincanto e proposta

6.3.1 Il disincanto

Al momento della conduzione delle interviste, ovvero nell'ottobre 2011, la situazione è di stanchezza e amarezza generale. Vi è chi ha smesso di credere in questo movimento, non per ciò che era, ma per ciò che è diventato, ovvero un “guscio vuoto” virtuale. E tuttavia ritiene di poter continuare a portare avanti le proprie idee e il proprio impegno politico, ma attraverso un ripiegamento nell'azione individuale, non riconoscendo più il valore di quella collettiva espressa attraverso il movimento. Gli stessi membri della Rete raccontano che le emorragie di attivisti non riguardano solo il Popolo Viola, ma che ci sono anche tra le loro file, e mi dicono che attualmente vi sarebbero circa 200-300 attivisti in tutt'Italia. Il problema, secondo alcuni, non è più quindi quello di persone che vogliono assumersi *ad libitum* la leadership del movimento, anzi, accade esattamente il contrario: il movimento non riesce ad attrarre nuovi simpatizzanti perché sia a livello nazionale che locale le fratture sono diventate insanabili:

Si dice: “Ragazzi, chi vuole fare l'ufficio stampa, chi vuole gestire il sito, chi vuole gestire la pagina, chi vuole trattare un argomento”... così, eccetera eccetera, no? E noi nemmeno li troviamo quelli che lo fanno, cioè dobbiamo stare lì a scongiurare quelli che lo facevano di continuare a farlo (...). Io protagonismi non ne vedo (...) forse è proprio tutto il contrario, che nemmeno va bene. avendo vissuto quell'esperienza, diciamo, che è finita male, col popolo viola, adesso succede proprio l'esatto contrario. (MC)

Oggi questa è la realtà: a Roma noi siamo quattro gatti. Perché poi c'è da dire anche questo purtroppo cara Valentina... questo è un dolore perché sinceramente era uno spirito molto bello quello nato tra i Viola. Anche questo sentire, questa freschezza presa a prescindere, ahimè, dalle persone, era... una cosa bella, che ci ha unito, diciamo. Però devo dire che ormai secondo me hanno contribuito anche ad affossarla loro stessi e quindi non so quanto oggi parlare di Viola abbia il sapore così buono, così come lo aveva all'inizio. (SM)

Questa è la grande tristezza, ecco, perché tutti questi gruppi che sono nati, Popolo Viola eccetera, cosa succede: fanno delle iniziative ma son sempre loro. Cioè non riescono a

muovere le persone (...) È quando riesco a far venire le altre persone, quelle che non son mai venute, che è il successo. (FC)

I motivi di tale impasse sono addebitati a due ragioni. La prima è attribuibile al movimento stesso: troppe lacerazioni interne lo hanno screditato agli occhi degli “esterni”, ovvero sia i mass media, che non riprendono quasi più le loro iniziative, sia possibili nuovi simpatizzanti. Gli eventi organizzati di recente non riescono a raggiungere molte persone, neppure quelli nazionali come PiazzaPulita, organizzata dal Popolo Viola nel settembre 2011 a Roma, dove abbiamo incontrato ed intervistato alcuni membri del movimento. Per molti poi non vi è chiarezza sulle differenze tra Rete e Popolo Viola, e per coloro che intendono avvicinarsi a questi gruppi, il fatto di doversi addentrare in questioni di contrapposizioni interne, passate e presenti, è certamente un deterrente.

Secondo me non se ne esce più. C'avevamo una speranza, la possibilità ce l'avevamo, ma ce la siam giocata in qualche maniera. (...) Io non volevo ricomporre, volevo che si potesse fare delle attività comuni perché comuni erano i fini, le attività comuni nel rispetto delle differenze (...) anche il popolo viola nazionale, quello per cui io sono un coordinatore, sarebbe anche disponibile a condividere dei percorsi, anche dei percorsi decisionali. Purtroppo dall'altro punto di vista c'è il muro, proprio il muro. (AA)

Adesso è un momento di stanca, per i Viola in generale... direi che c'è stata un'emorragia di persone, sia perché appunto tutte queste vicissitudini, tutti questi conflitti interni... era comunque una cosa diciamo già complicata da seguire. Bisognava schierarsi, bisognava informarsi, bisognava prendere posizione... (DA)

Una seconda ragione per cui il movimento ha perso forza potrebbe essere attribuita a fattori esterni alle dinamiche tra partecipanti. In Italia il quadro politico è cambiato, dal 2009: al momento della conduzione delle interviste, infatti, Berlusconi è ancora al governo (cadrà il mese successivo), ma il suo governo non è forte come prima. Dopo molti scandali infatti si è indebolito, la coalizione di maggioranza si è spaccata, e vi è chi ritiene che paradossalmente questa sorta di attesa da “deserto dei tartari” abbia sfiancato gli animi e portato ad un clima di rassegnazione generale:

Berlusconi allora era inamovibile – sembrava appunto che avrebbe governato per l'eternità, (...) Poi da un lato proprio la politica del Governo è andata in tilt, quindi già non si presenta più il governo di destra come una specie di coperchio che grava, già sembra sempre sul punto di cascare, sempre sul punto di cascare, e non casca mai. Però la gente sente forse meno la necessità di diciamo di far... saltare il tappo. (DA)

Insomma, in un certo senso la perdita di forza del PdL – che però non si traduce mai in un reale cambiamento – ha fatto perdere la voglia di lottare contro il “nemico”. Vi è una sorta di attesa, unita alla stanchezza derivante dal fatto che si moltiplicano le manifestazioni di protesta e soprattutto si sono moltiplicati i “nemici”, a causa dei cambiamenti subentrati con la crisi economica:

I movimenti di protesta si sono moltiplicati moltissimo. (...) quasi ogni giorno c'è una manifestazione... e a un certo punto si arriva alla saturazione, alla stanchezza. (...) Anche perché tu vedi che però tutti questi... tutto questo agitarsi non porta a nulla. E quindi le persone perdono l'interesse, dice: “Tanto non serve a niente”. Quando c'è stato il No B. Day sembrava che veramente bastasse, bastava proprio... “si da la spallata e via”. (DA)

6.3.2 La proposta: fare rete

Cosa comporta tutto ciò per il movimento, che tutt'ora esiste? Quali sono gli obiettivi attualmente, e la forma da darsi? Abbiamo chiesto cosa gli intervistati tramite questionario ne pensassero di una possibile fondazione di un partito Viola. Tale domanda scaturisce da affermazioni e discussioni ritrovate in Internet che aprono a questa possibilità, supportate anche da qualche nostro intervistato. Tuttavia altri sostengono che quest'idea non sia mai nata dai coordinatori del Popolo Viola, e che si tratti solamente di speculazioni e provocazioni fatte da alcuni individui isolati per screditare il movimento. Ad ogni modo, vi è un 23,8% per i quali sarebbe un'opzione plausibile, mentre la maggior parte degli intervistati (il 68,2%) si dichiara contrario ad esito di questo tipo, e tale è stata la linea che in questi anni ha caratterizzato il movimento⁸⁰. Non solo vi è un rifiuto di diventare un soggetto politico istituzionale. Di più, dalle nostre interviste emerge l'idea che ormai sia tardi anche per proporsi come movimento a se stante, ma che il ruolo del movimento ora sia fungere “da collante” tra altri soggetti politici, come partiti, sindacati, associazioni ed altri movimenti.

Secondo me ancora un ruolo da giocare nel gioco politico un movimento come il nostro ce lo avrebbe. Un ruolo anche essenziale. (...) A me andava bene anche che il popolo viola si scioglia per dar vita agli indignati, non è quello il problema, si chiama viola, indignati... cioè apartitico, un movimento apartitico comunque fuori dai partiti che dia comunque, che muova consensi... perché alla fine il movimento poi il ruolo che deve giocare è quello. (AA)

⁸⁰ Appendice C, Tab. 2.

Per quanto riguarda i partiti, la linea del movimento attualmente è quella di mantenersi neutrali ed autonomi rispetto ad essi, ma senza escludere collaborazioni per alcune battaglie comuni. Ad esempio, l'idea è che se un evento viene indetto dal movimento Viola, la sua apartiticità e la richiesta di non portare simboli e bandiere di partito dovrebbe servire da "garanzia" contro la monopolizzazione della manifestazione da parte dei partiti e come incentivo ad una partecipazione più ampia dei cittadini.

Se io faccio il presidio per... non so, il bavaglio, la legge bavaglio, e vengono quelli dei partiti, ma ben vengano. Cioè, io non ce l'ho mai avuta questa...anche perché da quando ho votato Berlusconi in poi la mia idea è stuzzicare questa benedetta opposizione. (...) Stuzzicarla e dargli il sale alla coda ecco... il sale alla coda. Oppure come ti dicevo fare da collante, e quindi essere quel personaggio o quei personaggi che riescono a unire gli altri su un'iniziativa comune. (FC)

Così, con i partiti ad esempio si sono fatte anche le ultime campagne referendarie, o la lotta contro il legittimo impedimento promossa dall'IdV, o a Milano, ad esempio, il gruppo della Rete Viola ha appoggiato la campagna di Pisapia, cercando di farlo seguendo alcuni criteri di rispetto di tutti i membri:

Senza bandiere Viola, senza identificarci come Popolo Viola perché rispettiamo comunque una carta etica, sappiamo comunque che se scendi per un partito non lo fai col Viola, perché magari gli altri Viola non sono d'accordo. Ci son dei Viola grillini, per esempio, che avrebbero detto: "Cos'è sta storia", capisci. Come Viola abbiamo fatto campagna contro la Moratti, quello si può: contro il sistema Berlusconi, per cui ok. Per Pisapia no... erano tutti d'accordo, ma come individui. (MO)

Vi è quindi un tentativo di continuare a marcare le distanze con i partiti, nei confronti dei quali la diffidenza è nata dalla paura di essere strumentalizzati - un esempio recente che gli intervistati mi hanno riportato e verso il quale nutrono delle diffidenze è il caso di "Se non ora quando", movimento di donne nato in maniera spontanea e poi "monopolizzato" dal PD. Tuttavia, spesso i partiti vengono essi stessi visti come "strumentali" per far arrivare le istanze del movimento in Parlamento. Ma si tratta in ogni caso di collaborazioni estemporanee, su singole battaglie.

Noi comunque cioè aderiamo a una manifestazione per il contenuto diciamo, per quello a cui punta e cioè non per chi la propone... (RM)

Quando io scendo in piazza per qualcosa, non mi interessa chi è che ho di fianco (...) le ideologie di trent'anni fa non sono le stesse di adesso. (MO)

Abbiamo tutti sempre all'interno del Popolo Viola la paura di essere monopolizzati e usati. Perché noi comunque un po' di gente la portiamo in piazza. Però alla fine, sai che c'è? Va bene pure così, nel senso che mi usi per portare la gente? Ma son io la prima che voglio che la gente venga (...). Per esempio domani la manifestazione che c'è in Piazza san Babila l'ha indetta il PD. Allora, discussione adesso in mailing list: "ah, io non ci vengo, io non mi affianco a quelli..." Ma chisseneffrega! Cioè non fa nulla, l'importante è: perché va in piazza il PD? Per chiedere le dimissioni. Noi siamo nati per quello, perché non esserci...finalmente qualcuno che lo urla quanto noi! (...) Per assurdo a me piacerebbe da matti che in una manifestazione qualsiasi ci fosse qualcuno del PdL che viene lì con noi e dice: "Sono d'accordo. Sta cosa la condivido. Perché quest'aspetto della lotta che state facendo va benissimo". (LM)

Può sembrare paradossale, ma in realtà più di un intervistato – specialmente i più giovani – dichiara di voler aderire ad iniziative anche qualora le organizzasse il PdL. Siamo in un quadro di sfiducia nella classe politica in generale, e di personalizzazione della stessa: si percepisce che è il politico-persona colui che dev'essere appoggiato o criticato, e che non fa differenza l'area da cui proviene. Per quanto riguarda i sindacati, alcuni vedono la collaborazione con loro come un "compromesso", mentre altri invece li ritengono soggetti completamente diversi dai partiti e sono più entusiasti di eventuali rapporti con essi. Tra tutti i sindacati comunque vi è un rapporto più stretto con la Fiom: si è collaborato con loro a livello nazionale per la manifestazione del 16 ottobre scorso, e a livello locale, ad esempio a Milano, per la manifestazione di Piazza Affari precedente lo sciopero generale del settembre 2011. Anche in questo caso l'alleanza con un soggetto importante come la Fiom serve sia per riuscire ad ottenere i permessi a manifestare (che un piccolo gruppo locale potrebbe non ricevere), che per mobilitare un gran numero di manifestanti, che questi soggetti hanno già tra le loro file. La collaborazione con associazioni e movimenti è invece molto più stretta e continuativa.

Con le associazioni e con i movimenti c'è proprio una rete. Riusciamo ad avere un'ottima collaborazione. Per esempio, capito, il 15 ottobre abbiamo creato un comitato che sta funzionando benissimo (...) con loro siamo riusciti a creare veramente un'unità di intenti che è bellissima. Con loro ci ritroviamo veramente come persone. Con i partiti magari collaboriamo solamente per un momento. (CM)

Abbiam collaborato con Adesso Basta, Libera, per le manifestazioni contro la mafia...si si. E questa cosa è nata ultimamente, cioè di unirci agli altri gruppi. Prima eravamo...diciamo lavoravamo separati, non riuscivamo tanto a tenerci in contatto. Ultimamente le riunioni si

sono allargate, riescono a partecipare anche gli altri gruppi, come gli indignati anche (...) perché man mano sai ci conosciamo durante le manifestazioni (...) da soli non si va da nessuna parte, siamo troppo pochi...anche gli altri eh, non solo noi, ci sono tanti gruppi composti da poche persone, e quindi o ci si unisce o non si ottiene niente. (RM)

Si capisce quindi che la strada del network è la migliore, per mobilitare molti soggetti. Inoltre, vi sono alcune questioni che il movimento Viola ha approfondito in questi anni, per le quali può essere un interlocutore credibile e riconosciuto, come l'attenzione alla questione morale e la difesa della Costituzione, mentre per altri tipi di battaglie – ad esempio su temi del lavoro o dell'economia – è necessario rivolgersi a soggetti che lavorino da tempo su queste tematiche. L'obiettivo è quindi porsi come “catalizzatore” di altri gruppi, formare una sorta di federazione di movimenti, partendo da quelle esperienze che abbiamo visto in questi ultimi mesi, create sul modello degli Indignados e di Occupy Wall Street. Crediamo sia riassuntiva l'idea di un'attivista, che ci dice come d'altra parte il nome Rete Viola sia stato scelto con l'intento di collaborare tra nodi locali e in maniera contingente con diverse realtà.

Rete Viola perché da noi nacque come rete di tutti i gruppi locali, e quindi volevamo fare una specie di rete in tutta Italia, qualcosa che collegasse, perciò per noi questo far rete con gli altri movimenti è la base fondamentale per riuscire ad andare avanti. Appunto, c'è la realtà che è più pratica, fare manifestazioni, (...) assemblee, flashmob, poi ci sono gli studenti, i precari... noi vogliamo riunire tutti quanti, collegarli insieme e fare una grande collaborazione (...) Per noi questa collaborazione è importante, è fondamentale, sta venendo fuori qualcosa di bellissimo appunto, ormai siamo diventati una rete tutti quanti, uniti però ognuno riesce a mantenere la sua identità, nessuno cerca di prevalere sull'altro. Siamo tutti uguali, tutti insieme perché abbiamo un fine, un'ideale comune. Che sia dal ragazzo di 18 anni che fa le superiori, al precario, al pensionato, a chi abita al nord, al sud, vogliamo tutti la stessa cosa, abbiamo tutti gli stessi metodi. Questo secondo me è il modo migliore per intendere unità d'Italia veramente. (CM)

Abbiamo visto dunque quali siano le difficoltà e i vantaggi dell'eterogeneità ideologica che caratterizzano il movimento, come esso cerchi di (non)strutturarsi ed intenda mantenere la forma del network al proprio interno e nelle relazioni con altri soggetti politici. Nei capitoli successivi cercheremo di analizzare come Internet e i SNSs servano da infrastruttura per la diffusione di informazioni, la comunicazione delle istanze, l'organizzazione degli eventi e per lo svolgimento dei processi decisionali.

Capitolo 7. La Partecipazione Politica su Facebook

In questo capitolo esploreremo i modi in cui viene utilizzato questo spazio per finalità politiche. Il primo paragrafo si apre con la presentazione dei dati dei questionari relativi alla frequenza con cui i soggetti dicono di utilizzare Facebook, in generale, e non solo per fini politici. Successivamente si analizzano invece proprio le attività politiche che il campione mette in atto su questa piattaforma: i nostri obiettivi sono in questo caso rilevare quali siano le attività più svolte dal campione, classificarle secondo criteri quantitativi e qualitativi per creare una tipologia di partecipanti, e rilevare differenze di comportamento tra categorie, per genere, età, luogo di appartenenza, titolo di studio e condizione occupazionale. Il secondo paragrafo presenta le analisi delle attività che vengono praticate sulla pagina nazionale del Popolo Viola nella settimana di aprile (monitoraggio di 24h/g), per confrontarle con le pagine di alcuni partiti. Nel terzo paragrafo le stesse analisi vengono effettuate sui dati complessivi di aprile e novembre (questa volta selezionando alcune ore del giorno per approfondire la rilevazione), e si prosegue con l'analisi del tipo di link, di allegati e delle fonti da cui essi sono presi, per investigare il modo in cui Facebook venga utilizzato come canale informativo. Successivamente si indagano i temi trattati sulla pagina (paragrafo 7.4), ed il modo in cui essi vengano discussi viene presentato nel quinto paragrafo.

7.1 Frequenza della connessione a Facebook e attività politiche

7.1.1 Frequenza dell'uso di Facebook

Vogliamo aprire questo capitolo con la presentazione dei dati raccolti attraverso i questionari. Abbiamo voluto avere un'idea di quanto gli intervistati usassero Facebook,

prima di proseguire con l'approfondimento sui tipi di attività che essi svolgono in questo luogo.

Come è possibile osservare dalla tabella che segue, l'88,3% degli intervistati fa un uso quotidiano di Facebook. Tra questi, il 50,3%, circa la metà dei rispondenti, visita Facebook qualche volta al giorno, mentre il 37,9% dichiara di usare Facebook tutti i giorni, di essere sempre connesso quando può. Più bassa la percentuale di chi dichiara di usarlo solo qualche volta a settimana (10,3%), e minima quella di chi ne fa un uso sporadico (1,4%). Nelle analisi successive abbiamo quindi deciso di utilizzare come categorie quella degli utenti "assidui" (chi è sempre connesso quando può) e dei "saltuari", accorpando quindi in quest'ultima coloro che si connettono qualche ora al giorno o più raramente (62,1% del campione).

Tabella 7.1 - Frequenza dell'uso di Facebook (valori percentuali)

| | | | |
|---|-------|---|------|
| Tutti i giorni, sono sempre connesso quando posso | 37,9 | } | 88,3 |
| Tutti i giorni, qualche ora | 50,3 | | |
| Qualche volta alla settimana | 10,3 | | |
| Qualche volta al mese (meno di quattro volte) | 1,4 | | |
| Totale | 100,0 | | |
| N | 145 | | |

Abbiamo poi effettuato alcune analisi per rilevare come le variabili socio-demografiche del campione potessero essere associate ad una diversa intensità nell'uso di Facebook, ovvero: genere, età, luogo di provenienza, dimensioni del comune di appartenenza, titolo di studio e condizione occupazionale (tabella 7.2). Commentiamo qui di seguito i dati dei più assidui. Le percentuali tra gli assidui frequentatori di Facebook non mostrano alcuna differenza tra i generi: i maschi sempre connessi sono il 37,5% del campione, le femmine il 38,0%. Per quanto riguarda le classi d'età, il 35,6% degli under-40 dichiara di essere sempre connesso, percentuale minore rispetto agli over-41 (di cui il 40,3% è sempre connesso). Se osserviamo il titolo di studio, i più connessi sono quelli che hanno massimo il diploma superiore (41,8%), contro il 35,5% di chi ha una laurea o un titolo superiore. Riguardo al luogo di appartenenza⁸¹, al Nord e al Centro Italia si situano i più connessi: rispettivamente, sono il 40,9% e il 39,1%, mentre al Sud e nelle Isole tali valori scendono di circa 10 punti

⁸¹ Sono stati esclusi dall'analisi i residenti all'estero, in quanto si tratta di soli tre casi.

percentuali (29,6%). Per quanto riguarda l'ampiezza del comune di appartenenza, si dichiara sempre connesso il 32,9% dei residenti in comuni sotto ai 10.000 abitanti, percentuale minore di coloro che vivono in comuni con più di 100.000 abitanti (41,8%) - probabilmente per la qualità della connessione disponibile. Infine, gli occupati passano più tempo dei non occupati su questa piattaforma: il 40,2% degli occupati è un utente assiduo, mentre lievemente minore è la percentuale dei non occupati (37,3%).

Tabella 7.2 - Frequenza della connessione a Facebook per profili socio-demografici (valori percentuali)

| | <i>Assidui</i> | <i>Saltuari</i> | <i>Totale</i> | <i>N</i> |
|---------------------------------|----------------|-----------------|---------------|----------|
| <i>Genere</i> | | | | 143 |
| Maschio | 37,5 | 62,5 | 100,0 (72) | |
| Femmina | 38,0 | 62,0 | 100,0 (71) | |
| <i>Età</i> | | | | 145 |
| Fino a 40 | 35,6 | 64,4 | 100,0 (73) | |
| 41 e più | 40,3 | 59,7 | 100,0 (72) | |
| <i>Titolo di studio</i> | | | | 141 |
| Max diploma | 41,8 | 58,2 | 100,0 (79) | |
| Laurea e più | 35,5 | 64,5 | 100,0 (62) | |
| <i>Condizione occupazionale</i> | | | | 138 |
| Occupati | 40,2 | 59,8 | 100,0 (87) | |
| Non occupati | 37,3 | 62,7 | 100,0 (51) | |
| <i>Residenza</i> | | | | 139 |
| Nord | 40,9 | 59,1 | 100,0 (88) | |
| Centro | 39,1 | 60,9 | 100,0 (46) | |
| Sud e Isole | 29,6 | 70,4 | 100,0 (27) | |
| <i>Ampiezza comune</i> | | | | 143 |
| Meno 100.000 | 32,9 | 67,1 | 100,0 (76) | |
| Più 100.000 | 41,8 | 58,2 | 100,0 (67) | |

7.1.2 Attività politiche praticate

Dopo aver rilevato l'intensità dell'uso di Facebook da parte del campione, il secondo passo è stato creare degli indicatori di attività praticabili su Facebook. Esaminiamo quindi quali di esse siano messe in atto dagli utenti, che tipo di impegno comportino e la loro frequenza, per poi porle in relazione con le differenti caratteristiche socio-demografiche.

Figura 7.1 – Frequenza delle attività svolte su Facebook (valori percentuali; base minima: 140)

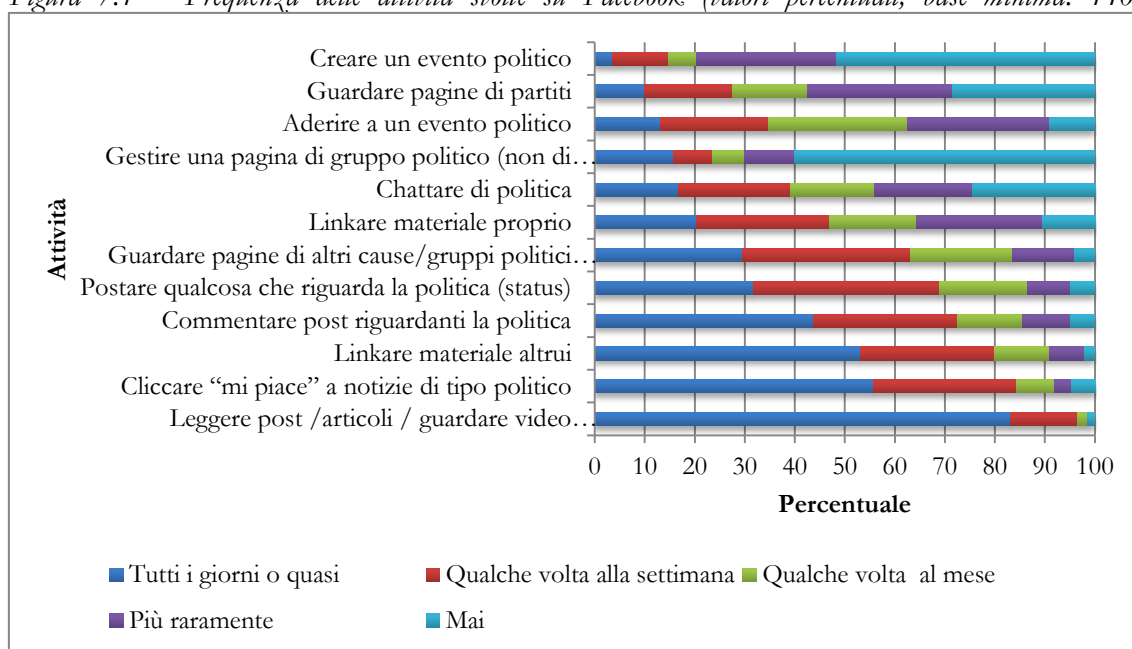


Tabella 7.3 – Frequenza delle attività svolte su Facebook (valori percentuali; base minima: 140)

| | Tutti i giorni o quasi | Qualche volta alla settimana | Qualche volta al mese | Più raramente | Mai | Totale | N |
|---|------------------------|------------------------------|-----------------------|---------------|------|--------|-----|
| Leggere post /articoli / guardare video riguardanti la politica | 83,1 | 13,5 | 2,0 | 0,0 | 1,4 | 100,0 | 148 |
| Cliccare "mi piace" a notizie di tipo politico | 55,8 | 28,6 | 7,5 | 3,4 | 4,8 | 100,0 | 147 |
| Linkare materiale altrui | 53,1 | 26,9 | 11,0 | 6,9 | 2,1 | 100,0 | 145 |
| Commentare post riguardanti la politica | 43,8 | 28,8 | 13,0 | 9,6 | 4,8 | 100,0 | 146 |
| Postare qualcosa che riguarda la politica (status) | 31,7 | 37,3 | 17,6 | 8,5 | 4,9 | 100,0 | 142 |
| Guardare pagine di cause/gruppi politici (non di partito) | 29,5 | 33,6 | 20,5 | 12,3 | 4,1 | 100,0 | 146 |
| Linkare materiale proprio | 20,3 | 26,6 | 17,5 | 25,2 | 10,5 | 100,0 | 143 |
| Chattare di politica | 16,7 | 22,5 | 16,7 | 19,6 | 24,6 | 100,0 | 138 |
| Gestire una pagina di gruppo politico (non di partito) | 15,7 | 7,9 | 6,4 | 10,0 | 60,0 | 100,0 | 140 |
| Aderire a un evento politico | 13,2 | 21,5 | 27,8 | 28,5 | 9,0 | 100,0 | 144 |
| Guardare pagine di partiti | 9,9 | 17,7 | 14,9 | 29,1 | 28,4 | 100,0 | 141 |
| Creare un evento politico | 3,5 | 11,2 | 5,6 | 28,0 | 51,7 | 100,0 | 143 |

Come è possibile vedere dalla tabella 7.3, e in modo ancora più chiaro dal grafico a barre (figura 7.1), le attività che vengono svolte con maggiore frequenza, e quindi ogni giorno o quasi, sono: leggere post/articoli o guardare video riguardanti la politica (svolta quotidianamente dall'83,1% del campione), cliccare "mi piace" a notizie di tipo politico (55,8%), linkare materiale altrui (53,1%) e commentare post riguardanti la politica (43,8%). Viceversa, quelle che vengono svolte quotidianamente da meno persone sono: aderire a un evento politico (13,2%), creare un evento politico (9,9%) e guardare pagine di partiti (3,5%).

Dopo aver raccolto questi dati, abbiamo effettuato un lavoro di sintesi in modo da poter classificare i partecipanti. Per elaborare la tipologia di partecipanti sono stati necessari tre passaggi: il primo è consistito nel creare un indice additivo quantitativo delle varie attività svolte (poi sintetizzato aggregandone alcune modalità); il secondo nel creare un indice qualitativo in base al tipo di attività; nel terzo, elaborarne uno sintetico risultante dall'incrocio dei primi due. Di seguito esponiamo tali passaggi.

Abbiamo creato un indice dei partecipanti basato sulla frequenza con cui ognuno compie ogni attività. Il primo passo è stato creare un semplice indice additivo dicotomico, basato sulla presenza o assenza di attività, aggregando quindi le modalità "Tutti i giorni o quasi", "Qualche volta alla settimana", "Qualche volta al mese", "Più raramente". Come si può vedere dalla tabella 1, presente in Appendice D⁸², i rispondenti sono in genere molto attivi, e ben il 29,7% partecipa a tutte le attività. Questo indice così come impostato quindi serve a poco, di conseguenza abbiamo deciso di raggruppare in maniera diversa la frequenza delle attività. Abbiamo quindi creato un indice basato non più sulla dicotomia presenza/assenza di attività, ma su variabili a tre modalità: se una determinata attività non viene mai svolta, se viene svolta qualche volta al mese o più raramente, o tutti i giorni o quasi. Vedremo come questo indice viene usato per creare l'indice sintetico.

Passiamo ora all'indice qualitativo. I tipi di partecipanti infatti si possono classificare anche secondo tipologie basate sul tipo di attività che svolgono. Qui di seguito vi è la nostra proposta di classificazione. Chiariamo ora che il termine "post" sta ad indicare in generale un messaggio lasciato, in questo caso, su Facebook. Tuttavia con questo termine

⁸² Appendice D, Tab. 1.

intendiamo (da qui e per tutto il lavoro) un messaggio non conseguente ad un altro, che abbiamo invece chiamato “commento”:

0) *Inactive*: Al grado 0 vi sono coloro che non svolgono nessuna delle attività proposte

1) *Lurkers*: con questo termine vengono indicati coloro che si limitano a fruire contenuti della Rete senza produrli. In questo caso si tratta di chi svolge tali attività:

- Leggere post /articoli / guardare video riguardanti la politica
- Guardare pagine di altri cause/gruppi politici (non di partiti)
- Guardare pagine di partiti

2) *Followers*: in questa categoria rientrano coloro che producono contenuti ma si limitano a seguire messaggi scritti da altri e condividere materiale altrui:

- Cliccare “mi piace” a notizie di tipo politico
- Commentare post riguardanti la politica
- Linkare materiale altrui

3) *Proposers*: chi propone delle conversazioni e che quindi svolge le seguenti attività:

- Postare qualcosa che riguarda la politica (status)
- Chattare di politica
- Linkare materiale proprio
- Aderire a un evento politico

4) *Engaged*: coloro che svolgono attività che solitamente richiedono grande impegno e ruoli di responsabilità nella gestione delle pagine Facebook:

- Creare un evento politico
- Gestire una pagina di gruppo politico (non di partito)

Abbiamo supposto, e così è stato confermato dalle analisi, che coloro che svolgono attività più impegnative svolgano sempre anche quelle meno impegnative, mentre non avviene il contrario. Ciò sta a dire, ad esempio, che gli engaged svolgono tutti anche le attività dei proposers, dei followers e dei lurkers; i proposers sempre quelle dei followers e dei lurkers, e i followers quelle dei lurkers.

Ciò è stato importante per costruire un indice di partecipanti, che tiene conto sia della frequenza che della qualità delle attività svolte. Abbiamo quindi assegnato valore 1 all'indice nel caso gli individui si limitino ad effettuare attività da lurkers, valore 2 nel caso in cui si

limitino ad eseguire attività da followers, valore 3, 4 e 5 nel caso in cui siano al massimo dei proposers⁸³, a seconda della frequenza con cui svolgono ogni attività, e i valori massimi, 6 e 7, per gli engaged, con lo stesso metodo.

La tabella sottostante dimostra come gli inattivi e i lurkers sono l'1,4% del campione, i followers lo 0,7%, i proposers - coloro che quindi oltre a svolgere le precedenti attività producono contenuti - sono il 41,3% del campione, e gli engaged ben il 55,1%.

Tabella 7.4 – Indice qualitativo dei partecipanti su Facebook (valori percentuali)

| | | | |
|-------------|-------|---|------|
| Inactive | 1,4 | | |
| Lurkers | 1,4 | | |
| Followers | ,7 | | |
| Proposers_1 | 18,1 | } | 41,3 |
| Proposers_2 | 15,2 | | |
| Proposers_3 | 8,0 | | |
| Engaged_1 | 31,9 | } | 55,1 |
| Engaged_2 | 23,2 | | |
| Totale | 100,0 | | |
| N | 138 | | |

Dati questi risultati, abbiamo creato un secondo indice, sintetico (quali-quantitativo, in tabella 7.5) aggregando i primi tre gruppi (inactives, lurkers, followers) ai proposers saltuari, in modo da coprire il 21,7% del campione. Il secondo gruppo è formato dai proposers più attivi (23,2%), il terzo dagli engaged saltuari (31,9%) e il quarto da quelli maggiormente assidui (23,2%). Tale indice sintetico ci permetterà poi di mettere in relazione (nel prossimo capitolo) le attività online con quelle svolte offline.

⁸³ Una prima analisi è consistita nell'effettuare una scala di proposers: valore minimo se tali attività erano poco frequenti ed erano assenti attività di altri tipi (categorie lurkers e followers); valore medio-basso se tali attività erano poco frequenti ma gli individui svolgevano anche attività di altri tipi (categorie lurkers e followers); valore medio-alto se le attività erano frequenti ma erano assenti attività di altri tipi (categorie lurkers e followers); valore alto se le attività erano frequenti e gli individui svolgevano anche attività di altri tipi (categorie lurkers e followers). In tutti i casi è stato rilevato che non vi sono proposers che non svolgano anche le altre attività.

Tabella 7.5 – Indice sintetico dei partecipanti su Facebook (valori percentuali)

| | |
|---------------------------------------|-------|
| Inactive/lurkers/followers/proposers1 | 21,7 |
| Proposers2-proposers3 | 23,2 |
| Engaged1 | 31,9 |
| Engaged2 | 23,2 |
| Totale | 100,0 |
| N | 138 |

Vogliamo quindi analizzare le associazioni tra profili socio-demografici degli intervistati e gradi diversi di coinvolgimento nelle attività svolte su Facebook. Se guardiamo alla tabella 7.6, emerge che in primo luogo maschi e femmine risultano distribuiti equamente su tutte le varie modalità di partecipazione. Per quanto riguarda l'età, i più inattivi sono gli under-40 (il 25,7% contro il 17,2% degli over-41), mentre gli engaged sono più numerosi tra gli over-40 (34,4% engaged1 e 25,0% engaged2 contro 29,7% e 21,6%). Se osserviamo il titolo di studio, le differenze più significative emergono nella categoria proposers2-3: chi ha il diploma è al 27,0%, mentre chi ha la laurea o più, al 20,3%; e tra gli engaged2, in cui la proporzione è esattamente invertita. Anche la condizione occupazionale sembra essere importante: le differenze maggiori si hanno nella categoria proposers2-3, in cui gli occupati sono il 19,8% e i non occupati il 30,6%, e in quella engaged2, in cui gli occupati sono il 32,1% e i non occupati il 10,2%. Inoltre, i più engaged risiedono al Sud e nelle Isole (28,0% contro il 24,2% del Nord), ed infine, il 30,6% dei proposers2-3 vive in comuni con meno di 100.000 e il 14,1% di essi in comuni più ampi. Specularmente, gli engaged2 risiedono in 18,1% comuni con meno di 100.000 e il 29,7% in quelli con più di 100.000.

Tabella 7.6 – *Indice sintetico dei partecipanti su Facebook per profili socio-demografici (valori percentuali. Base minima: 132)*

| | <i>Inactive/ lurkers/ followers/ proposers1</i> | <i>Proposers2/ proposers3</i> | <i>Engaged1</i> | <i>Engaged2</i> | <i>Totale</i> | <i>N</i> |
|---------------------------------|---|-----------------------------------|-----------------|-----------------|---------------|----------|
| <i>Genere</i> | | | | | | 136 |
| Maschio | 20,9 | 25,4 | 29,9 | 23,9 | 100,0 (67) | |
| Femmina | 23,2 | 21,7 | 33,3 | 21,7 | 100,0 (69) | |
| <i>Età</i> | | | | | | 138 |
| Fino a 40 | 25,7 | 23,0 | 29,7 | 21,6 | 100,0 (74) | |
| 41 e più | 17,2 | 23,4 | 34,4 | 25,0 | 100,0 (64) | |
| <i>Titolo di studio</i> | | | | | | 133 |
| Max diploma | 21,6 | 27,0 | 31,1 | 20,3 | 100,0 (74) | |
| Laurea e + | 22,0 | 20,3 | 30,5 | 27,1 | 100,0 (59) | |
| <i>Condizione occupazionale</i> | | | | | | 130 |
| Occupati | 21,0 | 19,8 | 27,2 | 32,1 | 100,0 (81) | |
| Non occupati | 24,5 | 30,6 | 34,7 | 10,2 | 100,0 (49) | |
| <i>Residenza</i> | | | | | | 132 |
| Nord | 27,3 | 18,2 | 30,3 | 24,2 | 100,0 (66) | |
| Centro | 12,2 | 31,7 | 34,1 | 22,0 | 100,0 (41) | |
| Sud e Isole | 20,0 | 20,0 | 32,0 | 28,0 | 100,0 (25) | |
| <i>Ampiezza comune</i> | | | | | | 136 |
| Meno 100.000 | 22,2 | 30,6 | 29,2 | 18,1 | 100,0 (72) | |
| Più 100.000 | 20,3 | 14,1 | 35,9 | 29,7 | 100,0 (64) | |

Nel prossimo paragrafo analizziamo le attività che vengono praticate su Facebook attraverso l'analisi della pagina scelta come oggetto.

7.2 Le attività politiche sulla pagina ufficiale nazionale del Popolo Viola

Quella che prendiamo in considerazione è la pagina ufficiale nazionale chiamata “il popolo viola”⁸⁴, nata il 7 dicembre 2009 e di cui abbiamo presentato la storia nel capitolo 4. Ne esistono molte altre: alcune, che di volta in volta fungevano da nodo tra gli utenti a seconda delle loro migrazioni da un gruppo all’altro, sono nel tempo cadute in disuso (nonostante alcune abbiano ancora migliaia di iscritti), oppure sono nate in maniera antagonista alla principale, o ancora, erano già esistenti quando il movimento si trovava ad uno stadio embrionale e continuano a rappresentare modi di intendere il movimento diversi dalla linea “ufficiale”. Infine, esistono le centinaia di pagine locali aggregano soggetti a livello territoriale.

Il fatto che la nostra analisi sul web sia stata condotta sulla pagina nazionale non è quindi da intendersi come una scelta che riflette l’idea che essa sia lo “specchio” del movimento, né che le pratiche di comunicazione messe in atto in questo luogo siano rappresentative della miriade di interazioni che avvengono altrove. La nostra scelta è stata dettata da tre considerazioni principali: il suo carattere nazionale consentiva di rilevare un più ampio ventaglio di temi trattati e di capire quali fossero gli argomenti rilevanti per il movimento, e l’alto livello di attività condotta in questo luogo permetteva più ampie generalizzazioni su come funzioni la comunicazione politica sui social network.

7.2.1 Pratiche 2.0 e pratiche 1.0: comparando la Pagina Nazionale Ufficiale del Popolo Viola e le pagine dei partiti

Per cominciare a presentare il tipo di interazione presente sulla pagina del Popolo Viola, l’abbiamo comparata con quelle ufficiali di alcuni partiti: PdL, PD, SeL e Movimento 5 Stelle. In questo modo si cerca di delinearne le caratteristiche fondamentali e spiegare i motivi che hanno portato alla scelta di studiare la comunicazione di tipo politico che avviene sulla pagina di un movimento, e non su quella di un altro soggetto come ad esempio un partito. Come prima considerazione, rileviamo che le attività sulle pagine dei

⁸⁴ Nonostante esista ancora, e abbia quasi lo stesso numero di iscritti di quella presentata, quella chiamata “una manifestazione nazionale per chiedere le dimissioni di Berlusconi”, con cui è stata lanciata la manifestazione del No B. Day.

partiti sono generalmente scarse. Vi sono su Facebook molti altri luoghi – pagine correlate a quella ufficiale – dove i cittadini hanno sicuramente più spazio per esprimere in misura maggiore e più liberamente le proprie idee, ed inoltre, nelle pagine ufficiali dei partiti solitamente la comunicazione è gestita dall'amministratore in modo quasi totale. L'interazione che si genera è di tipo "1.0": non vi è differenza tra un sito e Facebook in questo senso. Laddove invece gli utenti esterni invece hanno modo di esprimere la propria voce, produrre contenuti e dividerli, allora si realizza la funzione primaria dei social network, ovvero uno scambio (semi)paritario di opinioni tra utenti.

Il periodo di rilevazione dei dati delle pagine da comparare è stata la settimana dal 19 al 16 aprile 2011, e si sono mappate tutte le attività presenti sulla pagina. Dalla nostra analisi sono state escluse le pagine di partiti nelle quali non vi è stata alcuna o una scarsissima attività durante tale periodo. Per prima cosa, chiariamo che il numero di iscritti di tali pagine è estremamente disomogeneo. Nel periodo di rilevazione infatti la pagina con più iscritti è quella del Popolo Viola, circa 395.000; segue quella del M5S, circa 125.000; quella del PD, con circa 47.000 persone; del PdL, circa 33.000 ed infine di SeL, circa 10.000. Tuttavia il numero di iscritti non ha rilevanza ai fini della comparazione che andiamo a presentare. Infatti, se osserviamo la tabella 7.7, appare come in tutti e cinque i casi le attività degli amministratori sono abbastanza sporadiche.

Tabella 7.7 – Frequenza dell'attività degli admin sulle rispettive pagine Facebook ufficiali nei vari giorni della settimana (valori assoluti)

| | <i>Lun</i> | <i>Mar</i> | <i>Mer</i> | <i>Gio</i> | <i>Ven</i> | <i>Sab</i> | <i>Dom</i> |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Popolo Viola | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 4 |
| PdL | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 |
| PD | 7 | 7 | 8 | 1 | 6 | 6 | 0 |
| SeL | 3 | 1 | 7 | 7 | 4 | 1 | 0 |
| M5S | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |

La decisione di intervenire poche volte viene così spiegata da un amministratore della pagina:

Dai una personalità alla pagina, la gente l'apprezza. (...) Stai attento a non commettere errori, come quello di postare troppo, per esempio. Come... se fai aggiornamenti ogni 5 minuti la

gente poi non ti vede più. Quindi stiamo attenti a farne ad esempio 4, 5 al giorno, non di più.

(FM)

La cosa che è interessante osservare è che vi è una differenza estremamente significativa nel seguito che gli amministratori del Popolo Viola hanno rispetto a quelli dei partiti: se guardiamo alla tabella 7.8, osserviamo quella che abbiamo chiamato “estensione”⁸⁵ – definendo così il numero di interventi scaturiti da ogni post – e risulta che gli amministratori del Popolo Viola accumulano in media per ogni loro post circa 150 commenti, dieci volte superiori a quelli di PD, PdL e M5S, che ne ricevono circa 15, mentre SeL ha una media di 1 commento per ogni post.

Per quanto riguarda i “mi piace”, il Popolo Viola ne ha in media circa 900 per ogni post, segue il M5S con circa 200, mentre gli altri partiti registrano un consenso decisamente minore.

Tabella 7.8 – Frequenza dell'attività degli admin sulle rispettive pagine Facebook ufficiali e seguito degli utenti (valori assoluti)

| | <i>Popolo Viola</i> | <i>PdL</i> | <i>PD</i> | <i>SEL</i> | <i>M5S</i> |
|-------------------------------------|---------------------|------------|-----------|------------|------------|
| <i>Attività sulla pagina</i> | | | | | |
| Numero di post admin | 19 | 7 | 35 | 23 | 8 |
| Numero di commenti a tot post admin | 2923 | 104 | 655 | 27 | 107 |
| Numero di like | 17296 | 309 | 2070 | 543 | 1580 |
| <i>Estensione</i> | | | | | |
| Media commenti per post admin | 154 | 15 | 19 | 1 | 13 |
| Media like per post admin | 910 | 44 | 59 | 24 | 197 |

Infine, abbiamo rilevato quale sia la percentuale di intervento da parte degli amministratori sul totale degli interventi (utenti + amministratori). Come emerge chiaramente dalla tabella 7.9 e dalla figura 7.2, solo il Popolo Viola e SeL hanno una pagina in cui gli utenti postano qualcosa, ovvero dove sono messi in grado di farlo perché vi è una minore censura oppure perché in ogni caso sono propensi a proporre le loro idee in questi spazi, configurando un uso realmente interattivo delle pagine, in cui non vi sia un solo senso nella direzione dello scambio di materiali e opinioni.

⁸⁵ Dati arrotondati al numero intero più vicino.

Figura 7.2 - Autori dei post sulle rispettive pagine Facebook ufficiali (valori percentuali)

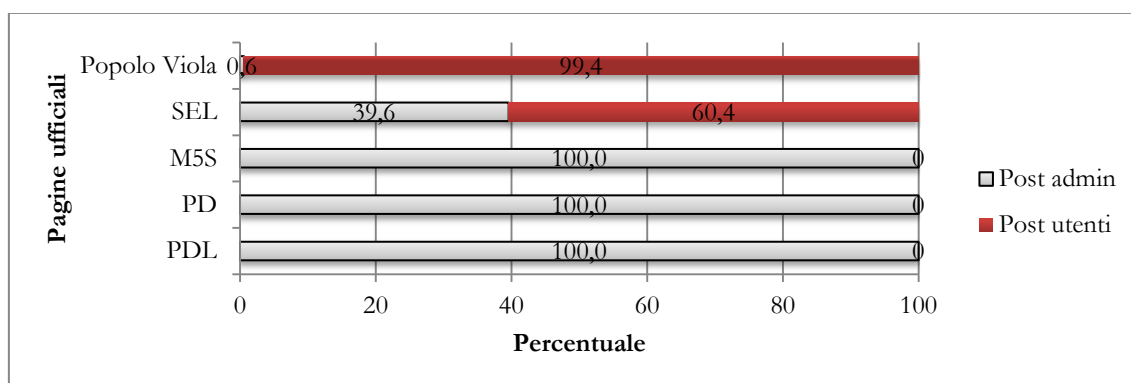


Tabella 7.9 – Autori dei post sulle rispettive pagine Facebook ufficiali (valori percentuali)

| | Popolo Viola | PDL | PD | SEL | M5S |
|-------------|--------------|-------|-------|-------|-------|
| Post admin | 0,6 | 100,0 | 10,0 | 39,6 | 100,0 |
| Post utenti | 99,4 | ,0 | ,0 | 60,4 | ,0 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| N | 3069 | 7 | 35 | 58 | 8 |

Questi risultati ci hanno portato anche a definire il criterio di analisi che abbiamo fatto della pagina del Popolo Viola: dal momento che le attività degli amministratori sono bassissime (0,6% del totale) e che però riscuotono centinaia di commenti e anche migliaia di like, la loro analisi avrebbe comportato delle distorsioni nei risultati. Abbiamo perciò deciso di analizzare solamente le attività degli utenti: i loro post, commenti e like che non siano di risposta ad un post dell'amministratore, ma che vengano generati in seguito a discussioni proposte dagli utenti, poiché quello che vogliamo esplorare non è il consenso – ovvio, per lo più – con la linea generale di una pagina Facebook, ma le relazioni tra gli utenti esterni ad essa.

7.2.2 Attività sulla pagina ufficiale del Popolo Viola - frequenze giornaliere e orarie

L'analisi che segue è relativa agli interventi postati sulla pagina nazionale ufficiale del Popolo Viola, e deriva dal monitoraggio di una settimana (19-26 Aprile) della pagina. Con il termine “intervento” intendiamo ogni azione che avvenga sulla pagina, sia essa un post, un commento o un “mi piace”.

Come emerge dalla tabella 7.10 e dalla figura 7.3, su un totale di interventi di 12.936, quasi la metà è composta dalla tipologia meno impegnativa, i “mi piace”, 5.791. Seguono i commenti, 4.095, ed infine i post, 3.050, l’attività più impegnativa delle tre. Per quanto riguarda l’“estensione”, il numero di interventi scaturiti da ogni post, vediamo che in media il rapporto di like sui commenti è di circa 2 a 1, mentre quello dei commenti sui post di circa 1 a 1⁸⁶.

Figura 7.3 - Tipi di intervento sulla pagina ufficiale del Popolo Viola (valori percentuali; N=12.936)

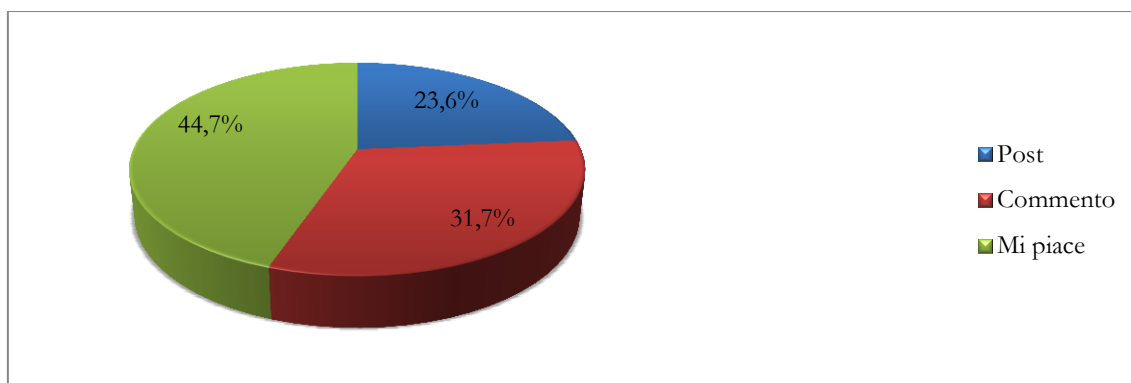


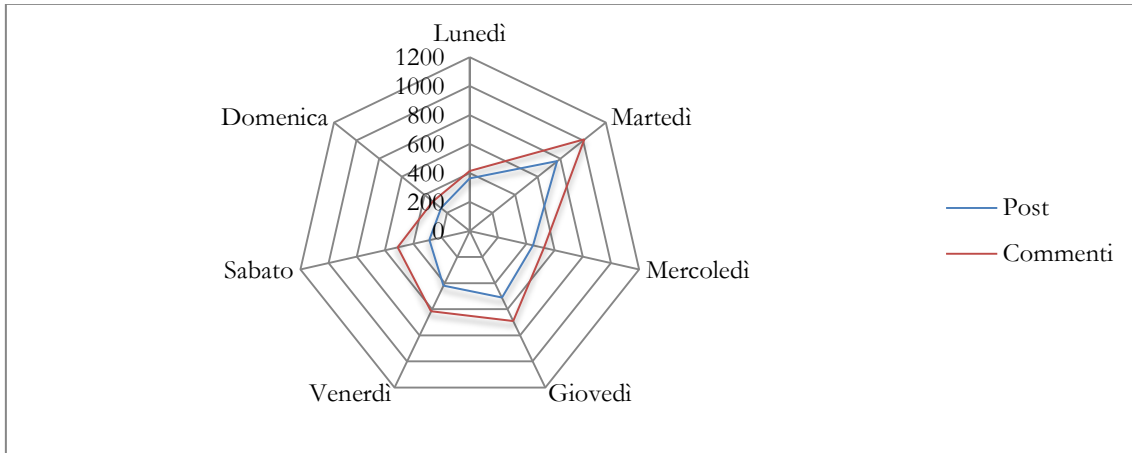
Tabella 7.10 – Tipi di intervento sulla pagina ufficiale del Popolo Viola (valori percentuali)

| | |
|----------|--------|
| Post | 44,7 |
| Commento | 23,6 |
| Mi piace | 31,7 |
| Totale | 100,0 |
| N | 12.936 |

Abbiamo poi cercato di rilevare se vi fossero differenze negli afflussi partecipativi nei diversi giorni della settimana. Come emerge dal grafico seguente (figura 7.4), vi è un picco di attività al martedì, dovuto alla grande partecipazione nel giorno festivo del 25 aprile – data simbolicamente rilevante per gli utenti della pagina, come vedremo in seguito. Il grafico mostra solamente l’andamento dei post e dei commenti: in media, ogni giorno, vengono scritti circa 436 post e 585 commenti. Non è possibile rilevare la data in cui sono stati effettuati i like, poiché non siamo in possesso delle statistiche in mano agli amministratori, tuttavia, la media calcolata sul loro numero totale è di 827 like al giorno.

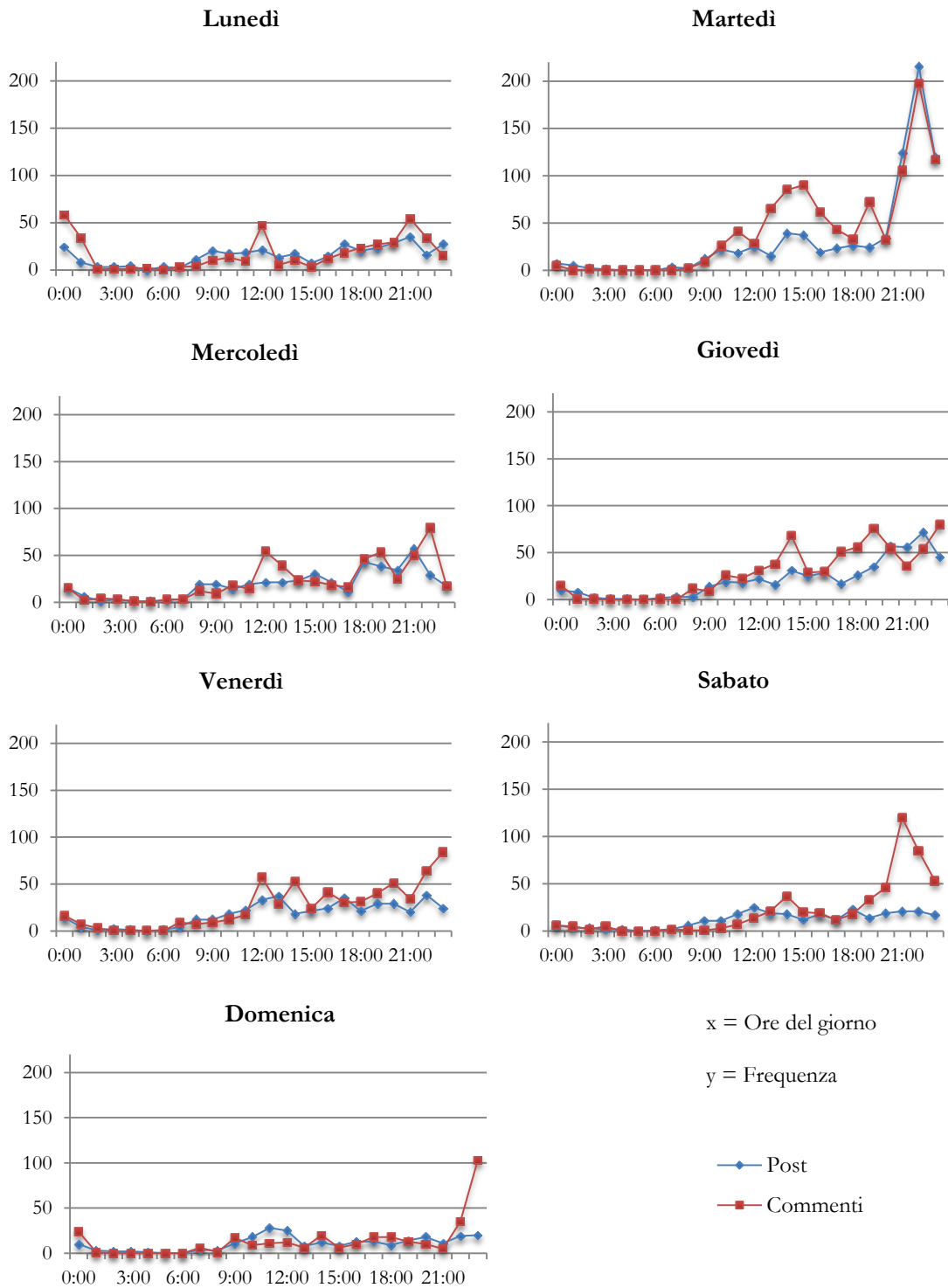
⁸⁶ Estensione = Media di commenti per ogni post: 1,3; media di like per post: 1,8.

Figura 7.4 – Trend settimanale degli interventi sulla pagina ufficiale del Popolo Viola (valori assoluti)



Abbiamo poi osservato le differenze tra le diverse ore della giornata. Presentiamo i grafici derivanti dal conteggio degli interventi in ciascuna ora del giorno, nei vari giorni della settimana (figura 7.5). In media, ogni ora gli utenti scrivono circa 18 post, 24 commenti e 34 like. L'andamento della discussione tuttavia non è costante: i picchi di partecipazione si hanno all'incirca intorno all'ora di pranzo e all'ora di cena. Ci siamo quindi focalizzati su questi due momenti della giornata per approfondire l'analisi della discussione sulla presente pagina.

Figura 7.5 – Trend degli interventi nelle diverse ore del giorno (valori assoluti)



7.3 Analisi dell'attività sulla pagina

Il passo successivo è stato selezionare due orari in particolare: da questo momento le analisi che presenteremo sono state effettuate sui dati di un'ora al giorno, per due settimane e a distanza di sei mesi, ovvero ad aprile e a novembre 2011.

Per quanto riguarda aprile, l'analisi deriva dalla mappatura di tutti i post compresi tra le 12.00 e le 13.00, dei relativi commenti, che si susseguono anche oltre all'orario di rilevazione dei post, e dei like - rilevati due giorni dopo, in modo da rendere più completa la loro raccolta. Per i dati di novembre, si è analizzata l'ora che va dalle 20.00 alle 21.00, con lo stesso procedimento. Si ricorda che dalle seguenti analisi sono esclusi gli interventi relativi agli amministratori della pagina, che sono stati analizzati in maniera separata nel paragrafo precedente per evitare distorsioni sulle distribuzioni di frequenza degli interventi che invece riguardano i partecipanti "esterni". Abbiamo quindi esaminato un totale di 1528 interventi (753 ad aprile e 775 a novembre).

Repertori d'azione sulla pagina del Popolo Viola

Come prima cosa abbiamo rilevato quali siano le modalità d'intervento più utilizzate sulla pagina. Come si può evincere dalla tabella seguente, la maggior parte delle azioni sono del tipo che comporta il minor sforzo. Nel 40,8% dei casi ad aprile e nel 37,3% a novembre infatti l'utente si limita a cliccare il "mi piace" come espressione di condivisione delle idee di un altro utente. Seguono in entrambi i periodi gli interventi che scaturiscono dallo stimolo di qualcun altro, e cioè i commenti (36,4% ad aprile e 36,3% a novembre), mentre i post sono meno frequenti (22,8% ad aprile e 26,5% a novembre). I risultati sono praticamente uguali nei due periodi. La figura che segue (figura 7.6) è simile alla figura 7.3, che era basata sui dati dell'intera settimana di aprile. Questa, invece, riporta la media di interventi di aprile e novembre.

Figura 7.6 - Tipi di intervento totali (valori percentuali; N=1528)

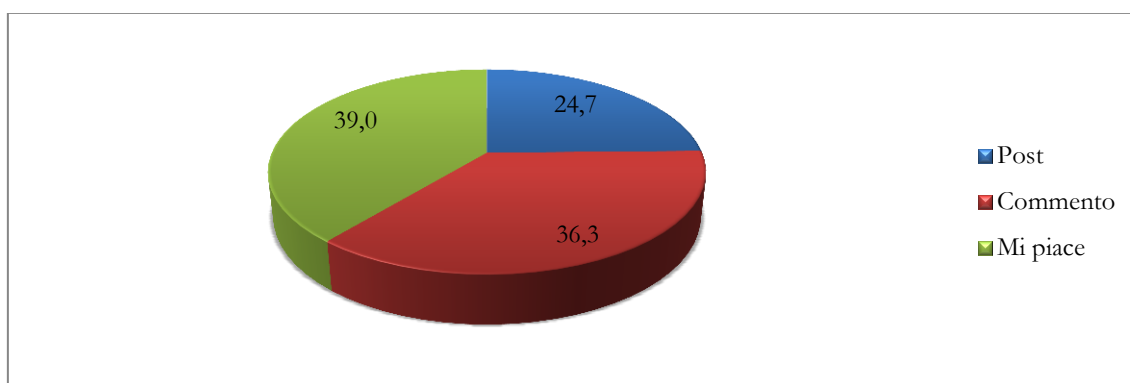


Tabella 7.11 – Tipi di intervento (valori percentuali)

| | <i>Aprile</i> | <i>Novembre</i> | <i>Totale</i> |
|----------|---------------|-----------------|---------------|
| Post | 22,8 | 26,5 | 24,7 |
| Commento | 36,4 | 36,3 | 36,3 |
| Mi Piace | 40,8 | 37,3 | 39,0 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| N | 753 | 775 | 1528 |

I link

Vi è un ulteriore passaggio che abbiamo effettuato per classificare i post e i commenti. Essi possono essere di diverso tipo: consistere nella sola scrittura, in link senza commento, oppure in scrittura più link allegato. Anche in questo caso abbiamo analizzato entrambi i periodi per verificare eventuali differenze tra di essi. Le percentuali sono praticamente uguali, quindi commentiamo unicamente i risultati che appaiono nell'ultima colonna della tabella 7.12, quella relativa all'analisi totale. In essa si può vedere come la maggior parte degli interventi consista nella sola scrittura (più del 70%), mentre nel rimanente 28,9% dei casi si fa uso di link che rimandano a materiale di diverso genere.

Per quanto riguarda i post, dalla tabella 7.13 emerge come la maggior parte di essi consista nel solo invio di link (38,5%), seguono i post in cui al link l'autore associa un commento introduttivo (31,3%), mentre i post in cui l'utente esprime le sue idee senza fornire un supporto di altro tipo sono il 30,2%. In questa tavola vengono rilevati anche i tipi di commento, che invece nel 98,9% dei casi consistono invece nella sola scrittura.

Tabella 7.12 – Presenza di link negli interventi (valori percentuali)

| | <i>Aprile</i> | <i>Novembre</i> | <i>Totale</i> |
|--------------|---------------|-----------------|---------------|
| Scritto | 71,1 | 71,2 | 71,1 |
| Link | 15,2 | 16,7 | 16,0 |
| Scritto+Link | 13,7 | 12,1 | 12,9 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| N | 446 | 486 | 932 |

Tabella 7.13 – Presenza di link in post e commenti (valori percentuali; N=932)

| | <i>Scritto</i> | <i>Link</i> | <i>Scritto_Link</i> | <i>Totale</i> | <i>N</i> |
|----------|----------------|-------------|---------------------|---------------|----------|
| Post | 30,2 | 38,5 | 31,3 | 100,0 | 377 |
| Commento | 98,9 | ,7 | ,4 | 100,0 | 555 |

7.4 L'informazione su Facebook

Su Facebook è estremamente facile poter cercare e linkare contenuti provenienti dallo stesso Facebook o da differenti spazi virtuali. Non occorre andare a cercarli al di fuori: se vogliamo diffondere il link che ha postato un nostro contatto, Facebook ha a disposizione il tasto “condividi” e immediatamente questo appare sulla propria bacheca. Un’analisi interessante sarebbe stata quella di analizzare quante siano state le condivisioni di un post o di un link di contenuti proposti dal Popolo Viola, tuttavia è solo da pochi mesi che su Facebook si può leggere tale informazione, e quindi sarebbe stato possibile utilizzarla solo per il mese di novembre. Ci limitiamo quindi ad analizzare i contributi che vengono immessi sulla pagina, e non quelli che vengono “esportati” da essa. Abbiamo quindi focalizzato la nostra attenzione sul tipo di link allegati, come abbiamo visto, appartengono a più del 70% degli interventi.

Di che genere sono? Abbiamo creato diverse categorie di allegati: video; foto (qualora siano linkate senza essere associate ad altri tipi di contenuti, ad esempio, non siano delle immagini che appaiono automaticamente come presentazione di una pagina Facebook, ma che vengano caricati direttamente dagli utenti); redazioni online, ovvero sia testate online che aggregatori di notizie; siti e blog di altro genere; pagine Facebook. Nella prima fase di raccolta dei dati avevamo deciso di distinguere le ultime due categorie in due sottogruppi,

nel caso si trattasse di fonti appartenenti allo stesso autore del post o meno. Tuttavia, considerando il problema dei nicknames, la molteplicità e la mutevolezza degli account gestiti dai soggetti, abbiamo creduto che il fatto che autore e fonte non coincidessero non fosse di per sé una prova del fatto che si trattasse di due soggetti diversi, e abbiamo optato per accorparli. Qui sotto presentiamo i risultati complessivi di aprile e novembre:

Tabella 7.14 – Tipi di allegato (valori percentuali)

| | |
|------------------|-------|
| Redazione online | 29,7 |
| Pagina Facebook | 28,6 |
| Sito/Blog | 15,6 |
| Video | 13,8 |
| Foto | 12,3 |
| Totale | 100,0 |
| N | 269 |

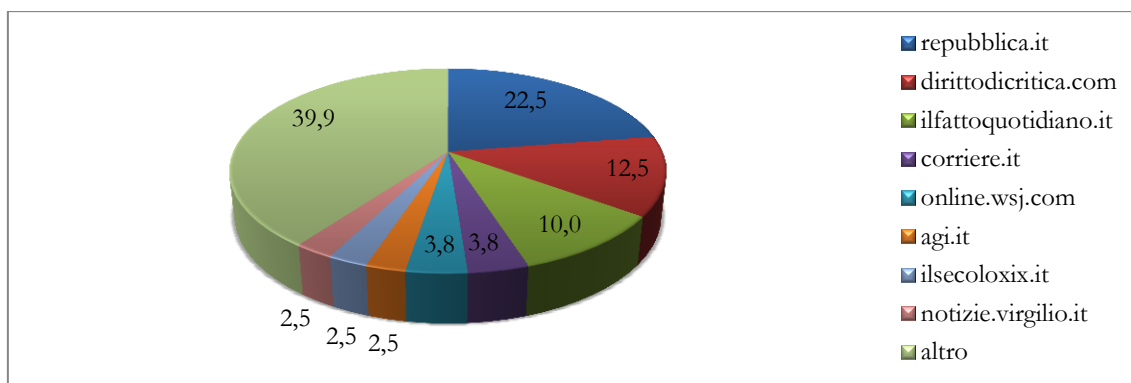
Come emerge dalla tabella 7.14, nella maggior parte dei casi il link rimanda ad articoli di testate online o aggregatori di notizie, le redazioni online (29,7%). Seguono i link provenienti da altre pagine dello stesso social network (28,6%). Decisamente più bassa è la percentuale di link di siti o blog che non siano impostati come testate giornalistiche (15,6%), di video (13,8%) e foto (12,3%). Da questi risultati emerge come i link postati siano prevalentemente provenienti da due tipi di piattaforme, e cioè lo stesso Facebook e le redazioni online. In primo luogo, quindi, osserviamo che gli utenti spesso si limitano a condividere contenuti provenienti da questo particolare ambiente. Inoltre, quando le notizie provengono da piattaforme esterne a Facebook, si tratta di siti o blog che hanno come principale fine quello di trasmettere (o ritrasmettere) articoli di carattere pubblico.

Abbiamo poi analizzato le fonti dei link, e abbiamo rilevato che la maggior parte dei video sono stati caricati direttamente da Youtube, senza quindi che vi sia stata l'intermediazione di altre piattaforme; mentre per le categorie foto, siti/blog e pagine Facebook, abbiamo riscontrato un'altissima frammentazione delle fonti, poiché difficilmente queste vengono riprese in più di un caso. Tralasciamo quindi l'analisi di queste e ci concentriamo invece sulla categoria delle redazioni online, alla quale appartengono le fonti più citate sulla pagina. Tra tutte, infatti, la seconda fonte in ordine di citazione dopo Youtube è il sito del quotidiano Repubblica; seguono il giornale online Dirittodicritica.com

(creato da un assiduo frequentatore della pagina del Popolo Viola), Ilfattoquotidiano.it, Pasquinoweb.wordpress.com (un blog d'informazione che funziona prevalentemente da aggregatore di giornali online), e il sito del quotidiano Il Corriere.

Appare quindi come questa pagina sia utilizzata prevalentemente come aggregatore di informazioni provenienti da fonti istituzionali, e che sono canali esistenti anche nel mondo offline (giornali e televisione). Non sembra quindi essere uno spazio dove ritrovare informazioni da siti o blog “di nicchia”; inoltre, l'informazione è fortemente polarizzata su fonti che appartengono all'area del centro-sinistra. La figura seguente presenta le fonti dei link che riguardano articoli provenienti da giornali online o di siti di informazione aggregatori di notizie (presenti in figura quelle che appaiono più di una volta).

Figura 7.7 – Redazioni online più citate sulla pagina (valori percentuali; N=80)



Questi dati ci fanno capire che il fenomeno della convergenza, così evidente sui SNSs, spinge gli utenti a confluire in un unico spazio e a utilizzarlo come fonte prevalente d'informazione online. Facebook in questo caso supplisce al costante calo della tiratura dei giornali cartacei, e diventa un mezzo importante per le testate giornalistiche per raggiungere la popolazione.

Devo dire, da quando c'è Facebook uso quasi solo quello... di siti non me ne viene in mente nessuno... anche perché ormai tutti i gruppi, le associazioni, hanno una pagina Facebook che magari rimanda anche al sito, però raramente vado a guardarlo. (RM)

Ormai la carta stampata... sta perdendo un po' di smalto no? Quindi noi spesso linkiamo articoli, linkiamo cose che magari la gente non ha voglia non ha tempo, non vuole comprare il giornale perché ormai anche 1 euro e 20 al giorno... (LM)

Non si tratta, in ogni caso, solamente di un fenomeno di sostituzione del supporto cartaceo con quello virtuale. Facebook infatti spinge qualcuno ad abbandonare anche la frequentazione di altre piattaforme virtuali. Le varie redazioni online non aspettano quindi che sia l'utente ad andare a cercare l'informazione sui propri siti, ma si collocano esse stesse sui SNSs. In questo modo cambia il tipo di fruizione della notizia: è quest'ultima che raggiunge l'utente, e non viceversa. Qui infatti l'informazione viene selezionata dalle persone attraverso due criteri, e cioè sia l'attendibilità della fonte (vediamo come vengono per lo più riprese le pagine di grandi testate), sia l'attendibilità del contatto che posta la notizia. Ed infine, gli utenti hanno la possibilità di interagire con le testate online in maniera più libera che sui loro siti ufficiali.

Facebook comunque mi sembra la piattaforma migliore. Primo, perché i siti non sono frequentati da milioni di persone. A parte, che ne so, i siti dei giornali... però che ci fai sui siti dei giornali: ci scrivi il tuo commento su un articolo, basta... è frequentato da milioni di persone, puoi fare tutto... metterci foto, link, video... (...) Poi io Facebook lo uso per quasi tutto, cioè io m'informo prevalentemente su Facebook, perché non compro i giornali, perché mi rifiuto di dare i soldi ai giornali, non guardo la tv perché mi ha scocciato la tv (...) E comunque anche i siti esterni a Facebook li guardo solo attraverso Facebook. Non mi verrebbe mai a mente di prendere, aprire la pagina di Repubblica per conto mio. Facebook è la prima pagina che apro quando accendo il computer, ed è l'ultima che chiudo. (MO)

Abbiamo anche chiesto al campione intervistato attraverso i questionari cosa ne pensasse dell'informazione che riceve tramite Facebook⁸⁷, e più della metà dei rispondenti (il 55,0%) è molto o abbastanza d'accordo sul fatto che l'informazione ottenuta attraverso Facebook sia sufficiente ad informarsi su ciò che accade in Italia (cifra che ci aspettavamo essere più bassa). Il 45,0% invece non ritiene che Facebook sia una piattaforma che basti di per sé ad informarsi sui fatti della politica, e non ha affatto abbandonato altri canali.

La tabella seguente mostra come infatti quasi la totalità del campione faccia un uso frequente di altri canali virtuali: il 94,7% di testate online, preferiti rispetto alle versioni cartacee (77,3%). Il 90,0% si informa frequentemente su altri siti online, mentre un ruolo ancora importante – benché minore – lo svolgono canali tradizionali quali la televisione (73,0%) e in ultimo la radio (61,1%). In questo senso, Facebook, come in generale Internet, nel nostro caso pare aver integrato, e non sostituito, il ruolo informativo di altri canali.

⁸⁷ Appendice D; Tab. 2.

Tabella 7.15 – Canali informativi (valori percentuali; base minima=149)

| | <i>Spesso/ qualche volta</i> | <i>Raramente/ mai</i> | <i>Totale</i> | <i>N</i> |
|--|----------------------------------|---------------------------|---------------|----------|
| Radio | 61,1 | 38,9 | 100,0 | 149 |
| Televisione | 73,0 | 27,0 | 100,0 | 152 |
| Quotidiani online | 94,7 | 5,3 | 100,0 | 151 |
| Altri siti Internet (diversi da quelli dei quotidiani) | 90,0 | 10,0 | 100,0 | 150 |
| Quotidiani / periodici cartacei | 77,3 | 22,7 | 100,0 | 150 |

La tabella seguente poi presenta i dati degli assidui fruitori dei diversi canali, messi in relazione con le caratteristiche socio-demografiche del campione. Se osserviamo il genere, le donne registrano valori superiori agli uomini nell'informazione tramite televisione (75,3% a 71,1%) e quotidiani online (97,3% a 92,0%), e minore attraverso la radio (56,3% a 65,3%). Se guardiamo all'età, in generale gli over-35 sono i maggiori fruitori di televisione. Gli over-50, poi, sono i più assidui nell'ascolto della radio (68,8%), e i meno assidui nella lettura dei giornali online (90,0%), mentre la categoria dei 36-50 è quella che fa un maggiore uso di siti online (95,3%) e un minore uso di giornali cartacei (64,3%). Il titolo di studio pare essere correlato solo all'ascolto della radio (laureati: 69,4%, diplomati: 54,9%), e la condizione occupazionale solamente alla fruizione di radio (occupati: 64,0%, non occupati: 53,8%) e televisione (occupati: 75,0%, non occupati: 69,2%), mentre sugli altri canali non si riscontrano differenze significative tra le due condizioni. Infine, se guardiamo alla zona di residenza, osserviamo che i residenti al Sud e nelle isole ottengono valori superiori su tutte le modalità di informazione. Abbiamo inoltre provato a rilevare se vi fossero differenze di comportamento in base alle caratteristiche socio-demografiche degli intervistati per quanto riguarda l'utilizzo di una sola "dimensione" informativa, ma abbiamo riscontrato soli quattro casi di individui che utilizzano unicamente i canali tradizionali e soli otto casi quelli virtuali, mentre il 92,0% del campione dichiara di servirsi sia di canali offline che di quelli online⁸⁸.

⁸⁸ Appendice D; Tab. 3.

Tabella 7.16 - Tabella sintetica degli assidui sui vari canali per profili socio-demografici (valori percentuali; assoluti in parentesi. Base minima=141)

| | Radio | Tv | Quotidiani online | Altro online | Giornali cartacei |
|---------------------------------|-----------|-----------|-------------------|--------------|-------------------|
| <i>Genere</i> | | | | | |
| Maschio | 65,3 (49) | 71,1 (54) | 92,0 (69) | 90,7 (68) | 76,0 (57) |
| Femmina | 56,3 (40) | 75,3 (55) | 97,3 (71) | 88,9 (64) | 77,8 (58) |
| <i>Età</i> | | | | | |
| Fino a 35 | 57,9 (33) | 59,6 (34) | 96,5 (55) | 89,5 (51) | 80,7 (46) |
| 36-50 | 58,1 (25) | 79,5 (35) | 97,7 (42) | 95,3 (41) | 64,3 (27) |
| 51 e più | 68,8 (33) | 82,0 (41) | 90,0 (45) | 85,7 (42) | 84,0 (42) |
| <i>Titolo di studio</i> | | | | | |
| Max diploma | 54,9 (45) | 73,5 (61) | 93,9 (77) | 89,0 (73) | 78,0 (64) |
| Laurea e più | 69,4 (43) | 73,4 (47) | 95,3 (61) | 90,5 (57) | 78,1 (50) |
| <i>Condizione occupazionale</i> | | | | | |
| Occupati | 64,0 (56) | 75,0 (69) | 94,5 (86) | 90,0 (81) | 76,9 (70) |
| Non occupati | 53,8 (28) | 69,2 (36) | 94,2 (49) | 88,5 (46) | 80,8 (42) |
| <i>Residenza</i> | | | | | |
| Nord | 56,7 (38) | 71,0 (49) | 94,2 (65) | 87,0 (60) | 72,5 (50) |
| Centro | 65,2 (30) | 74,5 (35) | 93,5 (43) | 88,9 (40) | 80,4 (37) |
| Sud e isole | 71,4 (20) | 78,6 (22) | 96,4 (27) | 96,4 (27) | 88,9 (24) |

Dopo aver visto in che modo gli utenti ricercano le notizie, e quale sia il ruolo di Internet e di Facebook nell'ampliamento dei possibili canali d'informazione, spostiamo la nostra attenzione su quali siano i temi di cui si parla sulla pagina oggetto d'analisi.

7.5 I temi proposti

In questo paragrafo ci occupiamo dei temi trattati sulla pagina durante le settimane monitorate. Nei capitoli precedenti abbiamo presentato quali siano le istanze comuni al movimento: abbiamo visto come esso, nato con un obiettivo specifico che ruotava attorno all'antiberlusconismo, abbia poi cercato di strutturare il proprio discorso politico legandolo ai temi della Costituzione e della legalità, e abbiamo ripercorso i passaggi che lo hanno

portato a cercare dei denominatori comuni con altri soggetti politici, istituzionali o meno, nel tentativo di “fare rete” con essi su specifici obiettivi contingenti.

Attraverso le analisi che seguono intendiamo rilevare quali siano gli argomenti più trattati sulla pagina, in modo da capire quali siano i topic più proposti e più seguiti da chi partecipa alla discussione. In pratica, intendiamo rilevare attorno a quali temi specifici si struttura il movimento “ufficialmente”.

Mediante l’analisi del testo, sia qualitativa che quantitativa, abbiamo per prima cosa creato alcune macro-categorie tematiche, che verranno in seguito approfondite attraverso l’esposizione di quali siano gli specifici temi che vengono toccati. Abbiamo anche cercato di capire quale sia la portata della notizia, che abbiamo chiamato “rilevanza”, dei temi proposti: ci siamo chiesti se il Popolo Viola utilizza questo luogo per discutere di temi che attengono alla sfera nazionale, locale od internazionale. In queste analisi è importante comparare le due settimane, di aprile e novembre, poiché presumibilmente, cambiando il momento storico-politico tra le due rilevazioni, vi sarà una diversità dei temi trattati.

Il primo passo è stato fare una tag cloud, attraverso il software Tagcrowd⁸⁹, delle parole presenti sulla pagina in modo da farci una prima idea delle parole più utilizzate dagli utenti. Nella figura 7.8 presentiamo quelle che vengono citate più di tre volte nei testi di aprile e novembre. È interessante notare alcuni punti di continuità “semantica” tra i due periodi, e altri che segnalano invece un forte cambiamento nel panorama politico italiano avvenuto durante i mesi tra la prima e la seconda rilevazione.

Benché sia evidente dall’immagine che il topic maggiormente proposto è quello di Berlusconi, è importante ricordare due grandi limiti delle tag cloud: in primo luogo, il programma da noi utilizzato non permette (se non in inglese) di raggruppare parole simili. Ad esempio, hanno contiguità semantica parole come “Silvio”, Berlusconi”, “belusconismo”, oppure “berlu”, o “mr. B.”, insomma, soprannomi – anche estremamente offensivi – con cui viene spesso chiamato l’ex Presidente del consiglio su questa pagina, ma ciò non viene effettuato automaticamente dal software ed è necessaria quindi l’interpretazione del testo da parte del ricercatore.

Inoltre, aspetto ancora più importante, l’oggetto di un post o di un commento spesso non è scritto. Ad esempio, nelle foto non compare il nome di chi è ritratto, o nell’articolo di un giornale spesso si allude ad un soggetto senza nominarlo. Per non parlare dei “like”:

⁸⁹ tagcrowd.com.

per capire su che tema le persone stanno esprimendo il proprio gradimento è necessario analizzare ogni singolo intervento per interpretare quale sia il soggetto di riferimento.

È inteso quindi che tale “cloud” non è da utilizzare come uno strumento di precisione analitica. Tuttavia fornisce un’immagine abbastanza chiara ed emblematica degli argomenti che vengono trattati più frequentemente: se ad aprile prevale l’attenzione per la cronaca parlamentare, con “Berlusconi”, “PD”, “PdL” e “sinistra”, a novembre, causa la crisi e il cambio di governo, compaiono termini come “euro”, “Monti”, “pagare” e “tasse”.

Figura 7.8 – Tag cloud delle parole più frequenti sulla pagina



Il passo successivo è stato effettuare un’indagine di tipo qualitativo sul testo della pagina, dalla quale sono state create sei categorie tematiche degli interventi. Tali macro-categorie sono: Politica-parlamento; Ambiente; Diritti civili; Movimenti; Economia; Lavoro.

Nella figura 7.9 e nella tabella 7.17 vediamo la loro distribuzione di frequenza:

1) Politica-parlamento: questa categoria consiste in notizie di cronaca parlamentare ed opinioni sui politici. Si tratta del tema predominante nella pagina sia ad aprile che a

novembre (67,7% degli interventi in aprile, e 44,3% in novembre), tuttavia vi è un importante decremento nel secondo periodo (- 23,4%).

2) **Movimenti**: in questa categoria rientrano quegli interventi tesi ad esempio a discutere dell'organizzazione interna del Popolo Viola stesso, oppure che si riferiscono ad azioni intraprese da altri movimenti. Vediamo come il tema sia particolarmente seguito ad aprile.

3) **Economia**: ad aprile il tema non viene quasi toccato (solo nell'1,7% dei casi), mentre a causa dell'evolvere della crisi economica, a novembre si arriva a discutere di questo argomento nel 21,1% dei casi, con un incremento di 19,4 punti percentuali.

4) **Ambiente**: tema non particolarmente rilevante su questa pagina, viene in ogni caso maggiormente discusso ad aprile a causa della coincidenza con la campagna pro-referendum in cui uno dei quesiti riguardava la costruzione di centrali nucleari in Italia.

5) **Diritti civili**: questo tema rimane stabile nei due periodi, con scarsa attenzione da parte del gruppo.

6) **Lavoro**: di questo argomento praticamente non si parla ad aprile, mentre diventa un tema rilevante a novembre (incremento del 7,5%).

Figura 7.9 – *Categorie semantiche degli interventi nei due periodi di rilevazione (valori percentuali)*

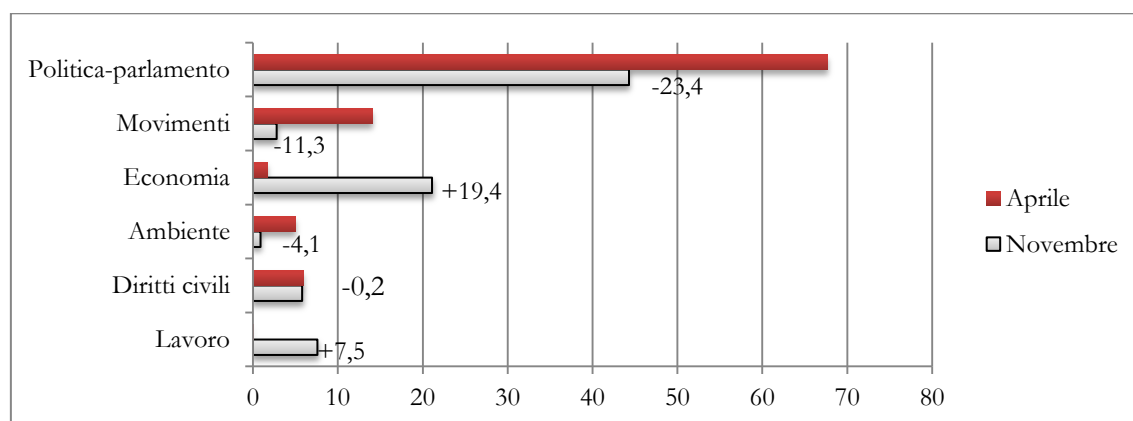


Tabella 7.17 – *Categorie semantiche degli interventi nei due periodi di rilevazione (valori percentuali)*

| | <i>Aprile</i> | <i>Novembre</i> | <i>Differenza</i> |
|---------------------|---------------|-----------------|-------------------|
| Politica-parlamento | 67,7 | 44,3 | -23,4 |
| Movimenti | 14,1 | 2,8 | -11,3 |
| Economia | 1,7 | 21,1 | +19,4 |
| Ambiente | 5,0 | 0,9 | -4,1 |
| Diritti civili | 6,0 | 5,8 | -0,2 |
| Lavoro | 0,1 | 7,6 | +7,5 |
| Altro | 5,3 | 16,1 | +10,8 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | |
| N | 753 | 775 | |

All'interno dei macro-temi esposti, sono racchiusi differenti temi specifici. Di seguito elenchiamo i principali, e cioè quelli di cui si parla più di una volta. Come prima cosa, intendiamo sottolineare che i temi scelti sono tra loro mutualmente esclusivi. Per evitare sovrapposizioni, abbiamo quindi cercato di rilevare dagli interventi quello che era l'argomento principale, nonostante in diversi casi vi siano dei temi collaterali che vengono proposti nella stessa frase o nello stesso link.

La prima riga della tabella 7.18 mostra la categoria “politica-parlamento”, più numerosa ed articolata. Osservandola, vediamo che in entrambi i mesi si parla in generale dei parlamentari una cinquantina di volte, di cui una trentina rivolgendosi a loro come “casta”, esprimendo quindi una profonda critica nei loro confronti. Vi è un riferimento pressoché uguale allo schieramento del centro-destra e del centro-sinistra. A novembre invece non ci si riferisce più a questi soggetti in maniera distinta: vi è una critica alla totalità dei parlamentari, anche perché è ormai cambiato il quadro politico che vedeva i due schieramenti come opposti.

Il partito maggiormente citato ad aprile è il M5S, date le elezioni amministrative che si sarebbero tenute a giugno e verso cui molti utenti esprimono sostegno. La Lega Nord è invece abbastanza criticata in entrambi i periodi. Per quanto riguarda i personaggi politici, quello maggiormente citato ad aprile è Berlusconi, circa 200 volte, mentre vediamo come a novembre se ne parli solo in 29 occasioni. Chiaramente la caduta del suo governo ha fatto distrarre l'attenzione dell'opinione pubblica dalla sua persona, mentre il nuovo “bersaglio” è Monti (62 citazioni). Altri temi importanti in aprile sono poi quello della giustizia (31 volte), della ricorrenza del 25 aprile e del referendum sul tema del legittimo impedimento

(entrambi citati 18 volte). Il tema del referendum viene poi toccato altre 14 volte con riferimento al quesito sul nucleare, che abbiamo quindi inserito nella categoria “ambiente”.

Vi è poi un totale disinteresse per le tematiche economiche in aprile – ad eccezione del “caso Parmalat” che in quel periodo occupava le cronache - mentre a novembre si parla di crisi in una settantina di occasioni, e in una ventina della politica economica del governo Monti, di tagli e di tasse (in particolare la patrimoniale) e di evasione fiscale.

Per quanto riguarda i movimenti, ad aprile l'unico di cui si parla è il Popolo Viola. La riflessione sulla linea del movimento è presente in 34 casi, e un altro tema piuttosto discusso è ancora quello dei bannaggi, in 17 casi. Un altro tema che abbiamo inserito in questa categoria, perché evidenzerebbe il fatto che tra i partecipanti vi sia un senso di comunità, sono gli auguri, di pasqua e del 25 aprile, tra gli utenti (36 casi). A novembre invece solo 5 volte si parla del proprio movimento, mentre si è spostata l'attenzione sugli Indignados (citati 15 volte).

Nella categoria “diritti civili” abbiamo inserito le riflessioni fatte nel mese di aprile sul caso Arrigoni (37), che hanno fatto scaturire il dibattito sulla situazione palestinese, e a novembre, quelle sulla situazione degli immigrati in Italia, in una cinquantina di occasioni.

Sempre a novembre, poi, emerge l'attenzione per i temi del lavoro, assente in aprile: si parla una ventina di volte dei diritti dei lavoratori e delle pensioni, aspetti che il Governo vorrebbe riformare, e ci si scaglia ancora sui privilegi che invece hanno i parlamentari per quanto riguarda la loro carriera. Infine, nella categoria “altro” si distacca a novembre il tema dell'alluvione siciliana (54 citazioni), ed inviti a seguire trasmissioni televisive come Serviziopubblico e Report.

7.5.1 La rilevanza dei temi

Un'ultima analisi sui temi trattati deriva dall'esigenza di rilevare se una bacheca di questo tipo sia usata prevalentemente per diffondere notizie che hanno rilevanza nazionale, locale – dal momento che Facebook permette che anche piccoli eventi sparsi nel territorio guadagnino molta visibilità – oppure riguardino tematiche di livello internazionale, in quanto nell'ultimo anno sono proliferati movimenti in diverse parti del mondo che hanno avuto come obiettivo principale la critica ad un certo tipo di modello di sviluppo globale⁹⁰.

Come emerge dalla tabella 7.19 e dalla figura 7.10, in entrambi i periodi gli argomenti sono prevalentemente a rilevanza nazionale, dal momento che come abbiamo visto trattano per lo più della “casta” parlamentare. Tuttavia in novembre, rispetto ad aprile, vi è una crescita di attenzione per temi internazionali (+7,3%), dovuta, come abbiamo visto, alla crisi economica – e per quelli locali (+6,1%), principalmente a causa dell'alluvione siciliana.

Figura 7.10 – Rilevanza dei temi nei due periodi di rilevazione (valori percentuali)

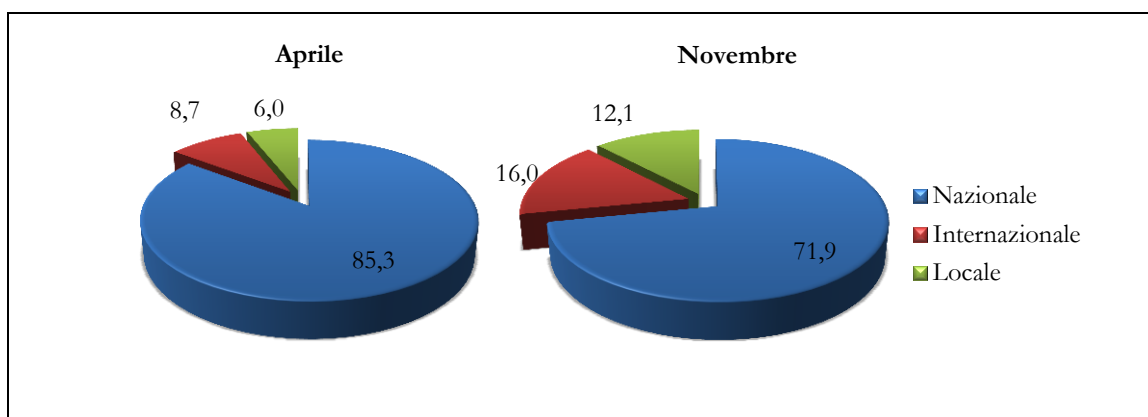


Tabella 7.19 – Rilevanza dei temi nei due periodi di rilevazione (valori percentuali)

| | Aprile | Novembre | Differenza |
|----------------|--------|----------|------------|
| Nazionale | 85,3 | 71,9 | -13,4 |
| Internazionale | 8,7 | 16,0 | +7,3 |
| Locale | 6,0 | 12,1 | +6,1 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | |
| N | 712 | 768 | |

⁹⁰ La base è di 1.480 interventi, poiché sono stati eliminati dall'analisi gli interventi non pertinenti.

Dopo aver visto di che cosa si discute, vediamo infine da chi e in che modo viene portata avanti la discussione su questa pagina.

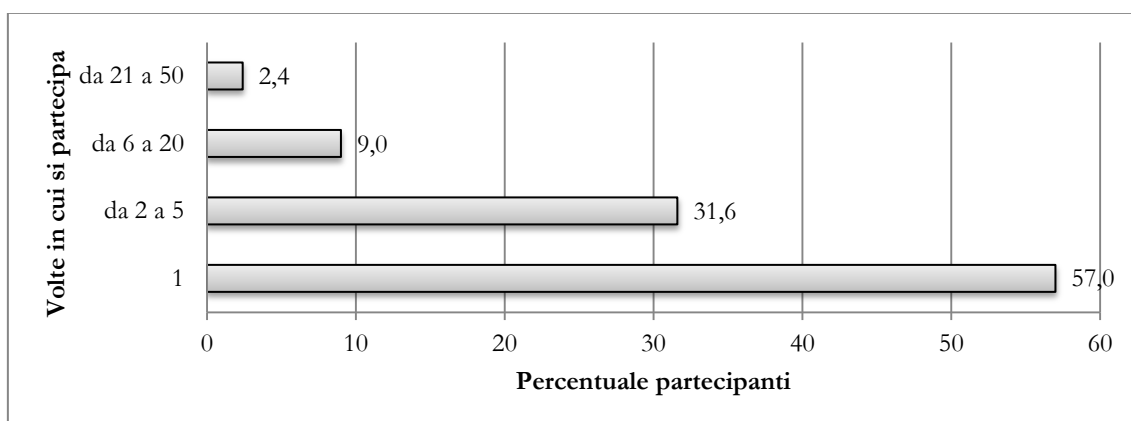
7.6 Dinamiche della discussione politica su Facebook

7.6.1 Scriventi e riceventi

Abbiamo per prima cosa voluto indagare quanti siano i partecipanti sulla pagina durante i periodi monitorati. Ad aprile, gli autori dei 753 interventi sono 268 soggetti diversi, a novembre, quelli dei 775 interventi sono 258, e in totale, su 1528 interventi gli autori sono 503 (in media, quindi, ogni soggetto produrrebbe circa tre interventi). Per essere più precisi, quando parliamo di “soggetti diversi” intendiamo identità virtuali differenti. Infatti, teniamo conto che sotto diversi nicknames possa esserci a volte la medesima persona, e questo vale specialmente per i cosiddetti “troll”, soggetti che si inseriscono nella conversazione di un gruppo per disturbarla e creare conflitto. Tuttavia riteniamo, dopo il nostro monitoraggio, che il numero di chi agisce in questa maniera sia minimo, e che pertanto la sua presenza non influenzi la nostra analisi.

Analizzando le frequenze con cui i vari partecipanti si attivano, si può rilevare che solo un ristretto gruppo di persone è costantemente attivo, mentre la maggior parte dei soggetti partecipa una volta o al massimo due. Presentiamo nella figura 7.11 unicamente i dati complessivi di aprile e novembre, per rendere visibile graficamente la differenza esistente tra il numero, esiguo, dei partecipanti assidui e quello dei molti utenti sporadici. Il grafico illustra la frequenza con cui i vari partecipanti hanno collaborato alla discussione sulla pagina: vi è un gruppo di persone estremamente attive, il 2,4%, che ha scritto tra le venti e le cinquanta volte un 9,0% tra le sei e le diciannove volte, un altro 31,6% tra le due e le cinque, mentre la maggior parte delle persone ha partecipato solo una volta (il 57,0%).

Figura 7.11 – Frequenza della partecipazione individuale sulla pagina (valori percentuali; N=503)



7.6.2 Individui influenti

A questo punto vi è da fare una premessa. Sono stati creati due database differenti. Uno, il principale, è quello utilizzato finora. Il secondo rileva le reti che possiamo chiamare “occulte”. Nel primo database abbiamo rilevato i destinatari, per così dire, “diretti”, degli interventi:

Destinatario diretto = autore del post principale a cui è rivolto il commento o il like.

Nel secondo database abbiamo invece inserito i destinatari “indiretti”, che sarebbero coloro cui è rivolto realmente il post, nel caso non si tratti della medesima persona del destinatario “diretto”:

Destinatario indiretto = colui a cui è rivolto il commento. E’ un commentatore lui stesso, ovvero, non ha generato la discussione.

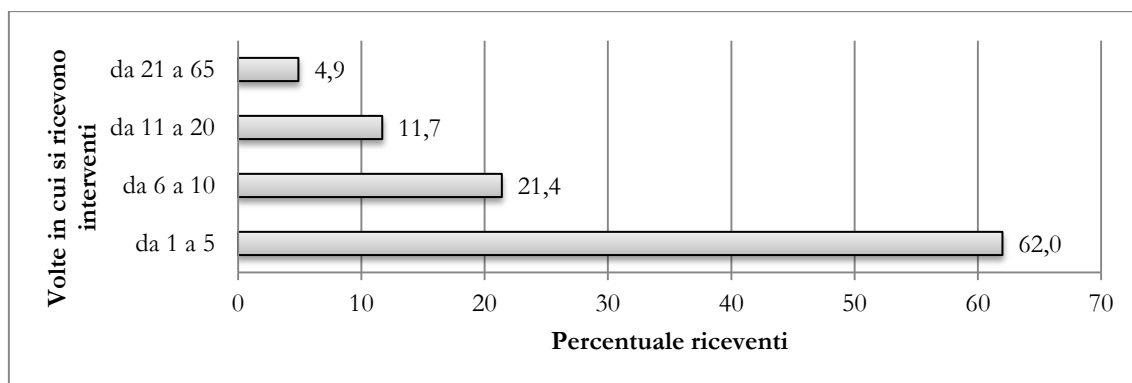
Facciamo un esempio:

- A posta qualcosa
- B scrive un commento ad A (A = ricevente diretto)
- C replica nella stessa conversazione (rispondendo quindi ad A), ma si rivolge a B, scrivendo “@B”, oppure cliccando il tasto “mi piace” sul commento di B (B = ricevente indiretto).

In questo caso, quindi, per capire se vi sono dei leader all'interno della discussione non è sufficiente soffermarsi solo su chi genera la conversazione, ma occorre anche tenere in conto coloro ai quali, in generale, vengono rivolti più interventi.

Analizziamo quindi 1151 interventi con destinatario (come abbiamo visto 377 sono post). In questo caso abbiamo unito i due database per rilevare quali e quanti siano in generale gli individui "leader" della conversazione. A chi sono destinati i commenti e i "mi piace"? Si tratta di 206 soggetti diversi. Ma di essi, la maggior parte (il 62,0%) riceve da 1 a 5 risposte, mentre man mano che il numero di risposte sale, la percentuale dei riceventi si restringe, sino ad arrivare ad un 4,9% di individui che ricevono un alto numero di interventi (figura 7.12).

Figura 7.12 – Riceventi (valori percentuali; N=206)



7.6.3 L'approfondimento della discussione

Il 74,0% del campione intervistato attraverso i questionari è molto o abbastanza d'accordo sul fatto che tramite Facebook esprime più frequentemente le proprie idee politiche⁹¹. In questo senso Facebook si è rivelato essere uno strumento in più, un luogo ulteriore dove poter esprimere la propria voce. Ma comunicare una propria posizione non significa necessariamente approfondire un argomento o instaurare uno scambio equo tra i partecipanti alla stessa. In questo sottoparagrafo ci occupiamo proprio di tali aspetti.

Il primo punto che tocchiamo è relativo alla velocità che assume la discussione su Facebook, specialmente in una pagina con moltissimi iscritti. Quello che è il pregio di un social network, ovvero la sua dinamicità, diventa un problema nel momento in cui si cerca

⁹¹ Appendice D; Tab. 2.

di articolare un discorso lineare. Il fatto che un messaggio venga recepito in tempo reale da molti utenti fa sì che vi sia una sovrapposizione di opinioni che non tengono conto delle precedenti, generando una cacofonia di interventi che spesso non ha un filo conduttore. In più, il fatto che la bacheca venga continuamente aggiornata fa scomparire in fretta i messaggi. In tal modo ogni argomento non viene approfondito:

I: Secondo te si riesce ad articolare una discussione, in generale, su Facebook?

In maniera approfondita no secondo me. Cioè vedo anche quando si apre una discussione... sì, magari all'inizio, un commento, ma poi non continua. Uno scambio di idee ma poi viene lasciata lì così... (RM)

Serve a una comunicazione breve. Non può essere di sostegno a una discussione. (SM)

Come nelle chat pubbliche, la bacheca scorre troppo veloce, no? il wall va veloce e quindi chi entra dopo non va di solito molto indietro a vedere se c'è qualche discussione interessante, o magari legge soltanto il topic, non legge tutti i commenti, ed entra totalmente a sproposito... (RP)

(La bacheca di Facebook, N.d.A) scorre a una velocità che è tremenda, per cui tu non riesci assolutamente a seguire una cosa, che l'hai vista due ore prima, un'ora prima, e già la ritrovi in fondo a dieci pagine, quindi non la ritrovi più. (DA)

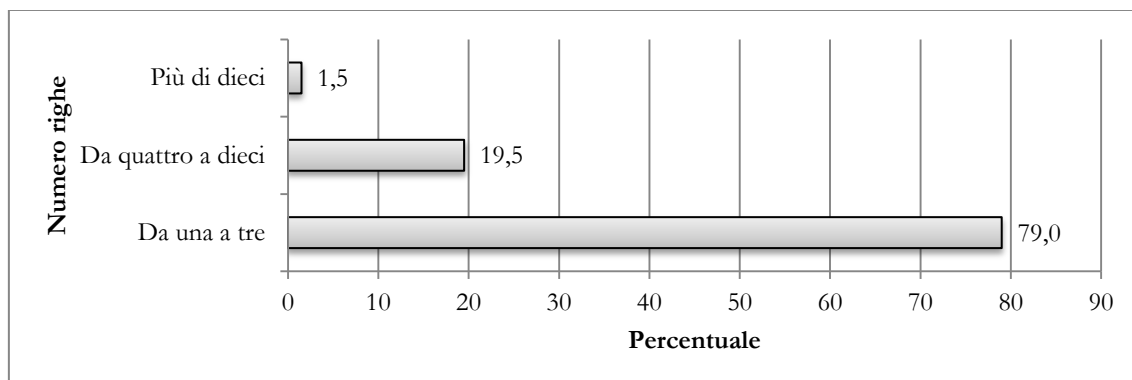
È lo stesso amministratore del paginone a evidenziare i limiti di questo mezzo. Egli sostiene infatti che come strumento per la libera espressione di idee Facebook funziona in maniera ottima, ma che i commenti che seguono ad un post sono spesso scollegati sia al tema principale, che tra di loro.

Io ti dico che in realtà non è proprio uno strumento per lo sviluppo di una discussione. È uno strumento di espressione di opinioni. Nel senso che io con un commento, non necessariamente legato ai commenti degli altri, anche... esprimo la mia opinione su un certo argomento (...). Ma... in realtà non è uno strumento realmente efficace. È uno strumento di scambio d'informazioni. (FM)

E proprio sulla discussione all'interno della pagina nazionale, abbiamo analizzato la "dimensione" dei messaggi, ovvero il numero di righe che ha ogni singolo intervento. Il 42,5% degli interventi (post e commenti) si sviluppa in una sola riga di scrittura. Sebbene la lunghezza massima rilevata sia di 41 righe, la maggior parte dei messaggi – circa l'80% - si risolve in un massimo di tre righe (figura 7.13). Ne consegue che in questo luogo

l'approfondimento della discussione non sia né ricercato da parte degli utenti, né favorito dal tipo di comunicazione incoraggiato dalla stessa piattaforma.

Figura 7.13 – Numero delle righe degli interventi (valori percentuali; N = 777)



Un altro problema che viene sottolineato è che spesso la discussione su Facebook assume un carattere di tipo, per così dire, “goliardico”. Ciò è dovuto al fatto che l’anonimato o comunque l’assenza di una situazione di compresenza fisica tra i parlanti può portare a una “disinibizione” degli utenti, che possono sentirsi protetti dallo schermo nel lanciare provocazioni. In più, una bacheca pubblica è come una vetrina, in cui chiaramente la maggior parte degli iscritti segue la linea di pensiero proposta dal gruppo. Il problema è che spesso questo viene rimarcato in maniera piuttosto sterile. Dall’altra parte, invece, vi sono coloro che si sono iscritti per criticarla, e anche in questo caso spesso la loro azione consiste in semplici slogan di protesta. Si verifica allora la polarizzazione, ovvero l’esacerbarsi delle proprie posizioni in relazione al gruppo di appartenenza. Dice un’intervistata, a proposito del carattere “da tifoseria” presente su molte pagine di questo tipo:

Generalmente i commenti si dividono in “eh, bravissimi, bellissimi, fortissimi!” Che... no? Cioè, siamo tutti d’accordo che stanno facendo una bella cosa, quando l’ha scritto il primo, nel primo commento, l’abbiamo detto, no, magari insomma costruiamo... oppure sono critici, però sono attacchi, (...) discussioni in cui appunto ci si confronta, no. (...) molto gossip, molto... difficile che io abbia trovato qualcosa di costruttivo. (AR)

In più, vi sono altri fattori che provocano il fallimento delle discussioni. Non dobbiamo dimenticare che la discussione virtuale può essere estremamente ambigua, mancando il supporto dell’intonazione della voce e della gestualità. Spesso si creano dei

fraintendimenti tra i parlanti, sia perché non tutti hanno le stesse competenze tecnologiche per capire i doppi sensi o le allusioni, sia perché non si conosce l'interlocutore e non si capisce il suo linguaggio. Dalle seguenti interviste emerge come certamente si riesce in questo luogo a dire "io ci sono, aderisco a una causa", ma non a spiegarne le ragioni:

I partecipanti devono avere lo stesso livello espressivo e ricettivo del mezzo. Perché sennò l'equivoco sulla frase è dietro l'angolo. E poi la gente ci piange. Ma ci piange lacrime vere sulla tastiera eh, la gente ci piange per una parola scritta sullo schermo. Quindi si deve essere gente che parla la stessa lingua, e quindi già così i nuovi, diciamo, i neofiti hanno uno sbarramento, crei un'oligarchia, comunque... però effettivamente sui posti dove la gente è tutta motivata a comunicare e a portare il contributo e a sapere il contributo degli altri, il mezzo funziona molto bene. (RP)

I: si riesce a discutere su Facebook delle cause per cui andare in piazza?

Riesci a farlo nel senso: puoi far capire se sei d'accordo o no. Ma poi per far capire le ragioni del tuo sì o del tuo no, Facebook, scrivere non basta (...) Anche perché ci sono un sacco di fraintendimenti sullo scritto. Per cui uno magari dice una cosa e tu pensi: "Oddio, mi sta attaccando. Lo mando a quel paese". Invece magari non ti sta per niente attaccando, ma è il suo modo di scrivere, per cui ti può sembrare aggressivo, ti può sembrare disinteressato alla cosa... (MO)

La comunicazione del movimento su Internet, sui social network, ha i suoi lati positivi nella possibilità che ti dà di raggiungere tante persone, di scambiare informazioni, ma ha anche in sé un lato oscuro che è quello dei desideri delle persone, e di come questi vengono espressi con troppa facilità su un social network (...). Il social network è capace di attirare il meglio come il peggio delle persone. (FM)

Adesso ci sono i gruppi dinamici (...) cioè prima per esempio la bacheca era ordinata in ordine temporale, invece adesso, invece è ordinata in ordine cronologico, diciamo dall'alto verso il basso, dall'ultimo commento commentato, non dall'ultimo postato. Quindi se io scrivo qualcosa e poi uno mi scrive qualcosa dopo di me e tutti scrivono appresso a lui, questa cosa mia non la vede nessuno, e poi ogni volta che adesso qualcuno scrive nel gruppo arriva la notifica a tutti gli iscritti (...). Da quando il gruppo nostro di coordinamento è diventato nuovo è un litigio continuo: favorisce proprio l'istinto, perché vedi la notifica... e si litiga, mentre prima ognuno respirava, leggeva aveva tutto il tempo senza stress, e infatti stiamo riaggiustando il forum sul sito. (MC)

Facebook poi serve per esprimere emozioni. Emozioni personali, che rivelano reti tra utenti, e che però non hanno nulla a che vedere con la linea politica di una pagina. Il fatto

che vi sia una commistione tra pubblico e privato, in questa piattaforma, implica che un movimento che si è mosso prevalentemente in questo spazio, come quello Viola, abbia incontrato delle difficoltà nel riuscire a scindere le due questioni. Il dibattito politico viene cioè schiacciato da litigi di carattere personale che oltre a provocare lacerazioni interne possono inibire l'accesso di possibili simpatizzanti esterni.

No, ma sai quanti attivisti della Rete hanno mollato la Rete perché non ne potevano più delle discussioni? Io ho due amici, che vengono a Milano per manifestazioni, che dicono: noi su Facebook la Rete Viola non la guardiamo, perché tanto quando la guardiamo ci sono sempre battibecchi... al posto di concentrarvi sull'obiettivo vi concentrate su quant'è cattivo quell'altro. E infatti Facebook non lo usano mai... (MO)

Intanto è vero che interagisci con un mezzo meccanico in una maniera incredibile (...). Chiunque usi il mezzo, si rende conto che passano emozione e sentimenti. E in un movimento diciamo non istituzionalizzato è chiaro che la componente emotiva giochi un ruolo predominante sul politico. (RP)

L'amicizia diventa un motivo fondamentale che mal si concilia con la politica, capito, perché non ti fa essere obiettivo, per cui tu assumi comportamenti ambigui, che non portano a nulla anzi, distruggono, e infatti (...) Perché c'è questa commistione, e quindi noi abbiamo passato mesi a discutere di banalità, becere... (SM)

Il punto è proprio questo. Facebook non è la *causa* della prevalenza del personale sul politico, ma, semmai, ne è lo specchio. In un movimento in cui, come abbiamo visto, vi è la mancanza di un collante ideologico tra i membri, i litigi su vicende personali – riguardanti bannaggi, satira virtuale e simili – assumono un'importanza enorme.

Inoltre, riteniamo che il fatto che parola scritta resta, e che su una pagina pubblica è visibile a chiunque, crei dei meccanismi distorti nella comunicazione tra i partecipanti. Per quanto, infatti, la pubblicità di una conversazione sia certamente auspicabile sotto il profilo della trasparenza, qualora vi sia un dissenso tra due posizioni esso viene esacerbato e rinforzato dal fatto che i conflitti vengano marcati.

Persone che hanno i loro problemi personali si sfogano in questa maniera... per cui tu veramente vedi uscire dei mostri da persone... mi son capitati degli stravolgimenti... cioè persone con le quali mi ero sentito fino a una settimana prima a telefono, cioè che avevo conosciuto per telefono, avevo fatto una gran chiacchierata eccetera, che di colpo prendono, ti levano il saluto oppure ti cancellano dagli amici eccetera (...) Beh, su Facebook queste cose

rimangono scritte, no? Non è la cosa che tu dici all'amico eccetera... il fatto che rimanga scritto è detonante... è un macigno, quella cosa scritta su di te. (FM)

Per ovviare al problema dell'anarchia comunicativa e disciplinare la conversazione in modo che sia più efficiente nel ragionamento sui propri obiettivi, alcuni nodi locali hanno creato su Facebook dei gruppi di discussione privati. Il coordinamento della Rete Viola, composto da rappresentanti delle varie realtà locali, a rotazione, ad esempio utilizza la bacheca pubblica come "vetrina" delle proprie iniziative, mentre discute in privato per quanto concerne la suddivisione dei compiti al proprio interno e la definizione degli obiettivi. In realtà chiunque può entrare in questi gruppi, ma lo sbarramento iniziale fa sì che solo chi sia realmente interessato ad impegnarsi nella discussione vi possa partecipare. In questi luoghi la discussione assume dinamiche diverse da quelle viste sinora:

Per non mettere tra virgolette sulla vetrina anche l'organizzazione che dev'essere più pratica facciamo questa suddivisione. È come se fossero dei gruppi di lavoro. (...) Ma in realtà chiunque vuole entrare è ben accetto, anzi, magari ci fosse tantissima gente che volesse partecipare (...).

I: Ritieni che in questo modo ci sia più approfondimento della discussione che in bacheca?

Si beh quello certo perché comunque mentre su una specie di piazza, che sarebbe la vetrina, la bacheca Facebook quando discutiamo, ci possono essere cento commenti, non riesci a leggere e rispondere a tutti, a valutare tutti, mentre il coordinamento è una parte di persone che veramente è interessata materialmente, praticamente, a discussioni concrete. Si possono fare anche discussioni lunghe. Per esempio noi abbiamo fatto una lunghissima discussione, ti dico dei vecchi gruppi Facebook erano dieci pagine, su quella che era il referendum sulla legge elettorale, quindi ci siamo studiati tutti quanti insieme sia la legge Mattarella che la legge Calderoli. Quindi c'è stata una discussione anche a livello politico per poi portarla sul concreto, su cosa fare. (CM)

7.6.4 Livello di consenso sulla pagina

Ci siamo poi chiesti quale fosse il livello di conflittualità all'interno della pagina. Anche in questo caso abbiamo utilizzato entrambi i database (quelli con ricevente diretto ed indiretto). Sono stati esclusi dall'analisi i commenti di coloro che rispondono a se stessi, o che mettono il "mi piace" sul proprio post per farlo circolare di più, che tuttavia riportiamo per completezza nella parte inferiore della tabella 7.20.

Osserviamo quindi solamente la parte superiore della tabella. I valori inseriti nella prima colonna presentano il livello di supporto/critica in merito al post principale. Vediamo che nel 78,0% dei casi chi commenta un post o pone un “mi piace” è d’accordo con la posizione sostenuta dall’autore del post, mentre nel 22,0% dei casi invece critica l’opinione dello scrivente.

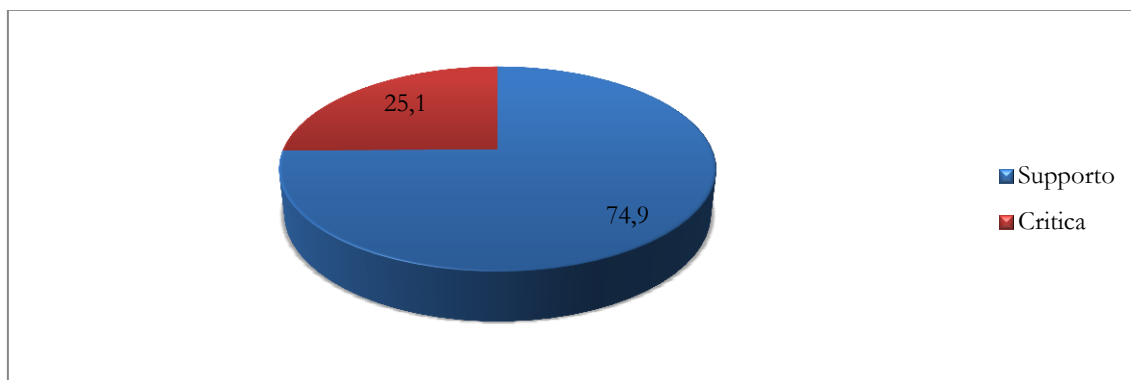
Ma può accadere anche che i commentatori comincino a discutere tra di loro: vi sono molti casi in cui un utente si dimostra in accordo con il post principale, ma poi si rivolge ad un altro utente che fa parte dei commentatori. In questo caso può esprimere un parere favorevole verso il primo soggetto, ma critico rispetto al secondo. Questi dati sono riportati nella seconda colonna, effettuata quindi attraverso l’analisi del secondo database: in questo caso si riscontra un dibattito più acceso tra gli utenti, e il livello di conflittualità nei commenti arriva al 36%.

L’ultima colonna infine presenta il livello medio di accordo presente sulla pagina: nel 25,9% dei casi gli utenti esprimono delle critiche nei confronti del loro interlocutore, mentre nei due terzi circa dei casi (74,9%) supportano le sue opinioni (figura 7.14).

Tabella 7.20 – Livello di consenso nella discussione (Valori assoluti, percentuali in parentesi)

| | <i>Diretto</i> | <i>Indiretto</i> | <i>Totale</i> |
|-----------------|----------------|------------------|---------------|
| Supporto | 740 (78,0) | 168 (63,9) | 908 (74,9) |
| Critica | 209 (22,0) | 95 (36,1) | 304 (25,1) |
| Totale | 949 (100,0) | 263 (100,0) | 1212 (100,0) |
| <i>Mancanti</i> | | | |
| Indefinito | 48 | 17 | 65 |
| Auto-riferito | 154 | 0 | 154 |
| Totale | 1151 | 280 | 1431 |

Figura 7.14 - Livello di consenso nella discussione (valori percentuali; N=1431)



Ci siamo poi interrogati su quali fossero i temi in cui vi fosse meno accordo tra i partecipanti e, come emerge dalla tabella 7.21 e dalla figura 7.15, vi è un accordo quasi totale sul tema della donazione di denaro per la causa dell'alluvione siciliana (97,2%); decresce poi il consenso sino a toccare i temi dei diritti civili - in questo caso vi sono differenti posizioni sul tema degli immigrati (consenso al 69,8%), ed il tema del movimento, in cui vi è "solamente" un 60,1% di interventi di supporto.

Figura 7.15 - Livelli di accordo sui diversi temi (valori percentuali; base minima =25)

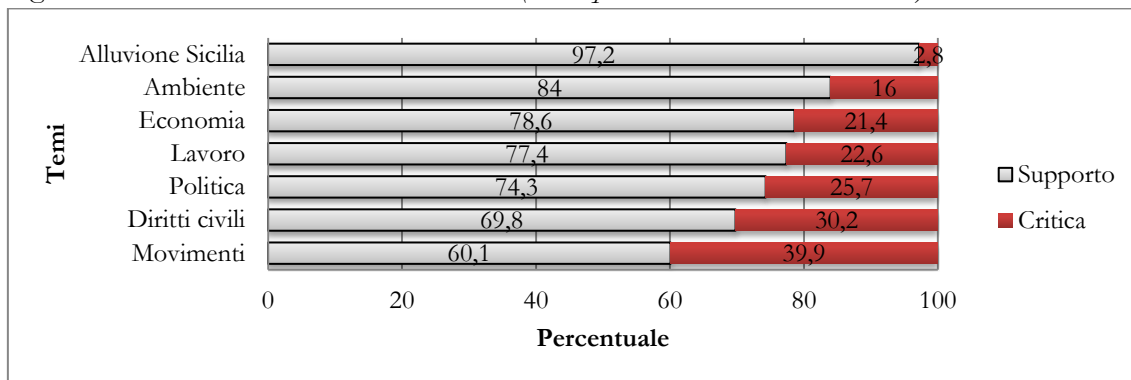


Tabella 7.21 – Livelli di accordo sui diversi temi (valori percentuali; base minima =25)

| | Accordo | Disaccordo | Totale | N |
|-------------------|---------|------------|--------|-----|
| Movimenti | 60,1 | 39,9 | 100,0 | 122 |
| Diritti civili | 69,8 | 30,2 | 100,0 | 43 |
| Politica | 74,3 | 25,7 | 100,0 | 770 |
| Lavoro | 77,4 | 22,6 | 100,0 | 31 |
| Economia | 78,6 | 21,4 | 100,0 | 117 |
| Ambiente | 84,0 | 16,0 | 100,0 | 25 |
| Alluvione Sicilia | 97,2 | 2,8 | 100,0 | 36 |

Abbiamo dunque visto in quest'ultimo paragrafo come si articola la discussione su questa pagina, portata avanti da un nucleo abbastanza ristretto di persone che anima la conversazione e da un ampio numero di utenti che partecipano meno attivamente alla costruzione del discorso. Inoltre, si rilevano opinioni polarizzate e spesso poco articolate in poche righe o attraverso i "like", che nella maggior parte dei casi supportano la linea prevalente sulla pagina.

Facebook dunque si presenta come uno strumento estremamente efficace per diffondere informazioni ed esprimere le proprie idee ad un ampio numero di persone, ma i limiti principali all'approfondimento delle questioni di cui si discute sono la velocità della discussione (un fatto positivo per il movimento, in realtà, poiché significa che vi è un costante scambio di messaggi su di essa), il carattere pubblico della pagina, i possibili fraintendimenti nella ricezione del messaggio ed il rischio che la commistione di conversazioni pubbliche e private provochi l'esacerbarsi delle posizioni o l'allontanamento degli utenti. Nel prossimo capitolo vedremo come i gruppi cerchino di ovviare a tali problemi, oltre che con i gruppi privati di Facebook, posizionandosi su piattaforme differenti.

Capitolo 8. Partecipazione online e rapporto con l'offline

Questo capitolo tratta delle relazioni tra partecipazione online ed offline. La prima parte approfondisce quale sia l'uso di piattaforme diverse da Facebook da parte dei gruppi del movimento (paragrafo 8.1, attraverso le interviste in profondità) e da parte di singoli attivisti (paragrafo 8.2, attraverso i questionari). Dopo aver analizzato i dati sulla partecipazione offline (paragrafo 8.3), essi vengono messi in relazione con quella online (paragrafo 8.4).

La seconda parte del capitolo riguarda Facebook nello specifico: si prosegue infatti con l'analisi della pagina nazionale, in modo da rilevare dai dati raccolti in questo modo se anche attraverso questi dati emerga una relazione, e di che tipo, tra le due dimensioni (paragrafo 8.5). Infine, nel paragrafo conclusivo rileviamo le opinioni degli intervistati in merito alle possibili funzioni che lo strumento Facebook ha per la partecipazione offline.

8.1 L'uso politico di Internet da parte del movimento Viola: la partecipazione online su altre piattaforme

Questo paragrafo fa il focus sulle piattaforme utilizzate dai vari gruppi del movimento e viene sviluppato attraverso i risultati delle interviste in profondità condotte con i suoi membri.

Benché la nostra analisi sia incentrata sull'uso di Facebook, è infatti importante ricordare che vi è un ampio utilizzo di ulteriori spazi virtuali, attraverso cui il movimento discute, prende decisioni, si organizza e mobilita gli utenti. Gli intervistati, infatti, concordano sul fatto che vi siano delle funzioni che Facebook assolve in maniera migliore rispetto ad altre piattaforme, ma avvertono al contempo le limitazioni della qualità della comunicazione dovute ad alcune delle sue caratteristiche strutturali, come abbiamo visto

anche nel capitolo settimo. I vari gruppi hanno cercato quindi di implementare strumenti differenti per comunicare sia al proprio interno che all'esterno, con la popolazione.

Il movimento ha infatti sin dall'inizio colto l'importanza dell'uso di Internet per informare i cittadini e influenzare l'opinione pubblica rispetto alle proprie istanze, e ha saputo muoversi in diversi spazi a seconda delle esigenze e dei propri obiettivi. In questo senso, ha saputo comprendere ed utilizzare a proprio favore il fenomeno della "ricorsività dei media", e cioè dell'effetto propulsivo nel produrre contenuti e far circolare l'informazione dalla rete ai media tradizionali, recente, ma negli ultimi anni sempre più frequente, come accade nel caso in cui l'informazione politica dei media tradizionali – ad esempio giornali e tg - sia influenzata da eventi e comunicati che appaiono sul web. È sempre più comune infatti che i mass media riprendano notizie dal web e costruiscano il proprio palinsesto anche in base ad informazioni che provengono dal mondo online. Lo scambio d'informazioni non avviene solo tra online ed offline, ma anche tra piattaforme virtuali: anche le testate online infatti seguono social network e blog non istituzionali da cui attingere per le notizie da dare. Questa interazione a doppio senso di testate tradizionali e "user generated content" crea un circolo virtuoso nel quale aumenta la portata della notizia e la sua visibilità: maggiori visite portano a maggiori condivisioni e maggior numero di aderenti, fino a che vengono valicati i confini del mondo virtuale e la notizia viene ripresa dai media tradizionali.

Fino a un certo punto il blogger in genere prendeva un articolo, della carta stampata o comunque dei giornali online, quelli tradizionali... Repubblica, ma anche dell'Ansa, e li commentava, spesso, o comunque diceva il parere. Invece, (...) dalla fine 2008 al 2009 si stava invertendo la tendenza. (FC)

Diventa quindi importante situarsi su diverse piattaforme d'informazione online perché, se al momento della nascita del Popolo Viola vi è stata una grande attenzione dei media tradizionali rispetto a questo nuovo fenomeno, col tempo questi hanno perso l'attenzione nei confronti delle sue mobilitazioni, e hanno spostato i propri riflettori su nuovi movimenti collettivi. Come sostengono alcuni intervistati, le azioni dei gruppi locali non fanno più notizia, mentre su Internet possono circolare notizie che non hanno visibilità nei mass-media, sia perché propongono frames differenti rispetto a quelle proposte dai media tradizionali, sia perché possono riguardare temi locali che prima venivano raccolti solo da gruppi ristretti della popolazione.

Abbiamo visto nel primo capitolo come i nuovi movimenti cercano di avere un forte impatto mediatico. Ciò non significa solamente apparire nei media, ma anche costruire il proprio mezzo di comunicazione. Da più parti infatti si sottolinea l'importanza di inventare nuove architetture attraverso cui diffondere il proprio messaggio. Focalizzandoci sulle piattaforme virtuali, quali sono quelle utilizzate dal movimento? Per quanto riguarda il Popolo Viola, al momento esiste "il post viola"⁹², strutturato in modo da apparire molto simile ad una testata online, in cui gli articoli - principalmente riguardanti la politica italiana - vengono costantemente aggiornati e commentati dagli utenti. L'interattività incoraggiata dagli amministratori è permessa grazie ad applicazioni che permettono agli utenti di commentare le notizie anche via twitter e Facebook. Per quanto riguarda i social media, il Popolo Viola ne utilizza tre: un canale Youtube, twitter⁹³ e, ovviamente, Facebook. Ad essi si affiancava il magazine del movimento, Lettera Viola⁹⁴ - le cui funzioni sono state ora accorpate al sito. Tale piattaforma era pensata per essere un giornale online, gratuito, che manteneva uno scambio costante e diretto con la pagina nazionale di Facebook: i link al magazine venivano postati nella bacheca, e in tal modo vi era un'altissima visibilità delle notizie. Al momento della conduzione delle interviste, uno degli amministratori della pagina Facebook dichiarava che LetteraViola raggiungeva anche i 120 mila visitatori unici giornalieri.

Anche la Rete Viola ha il proprio sito nazionale. Chiedendo agli intervistati i motivi per cui venga sentita la necessità di lavorare su una piattaforma come questa, emerge come esso sia considerato uno spazio che si sente più "proprio" e strutturato rispetto a Facebook: in primo luogo qui rimane, in qualche modo, conservata e cristallizzata la storia del movimento, che invece su Facebook scorre e viene continuamente riscritta, e inoltre il sito ha il vantaggio di essere raggiungibile anche da chi non utilizza i SNSs.

Noi stiamo cercando lo stesso come ti ho detto di riprendere il sito, riprendere il forum, perché comunque è una piattaforma più aperta di Facebook: Facebook resta sempre di iscritti magari... per quanto di grande diffusione, il sito è una cosa forse più strutturata, forse più nostra, mentre Facebook resta comunque una pagina su un social network. (...) Su Facebook ci va più la gente, è più una cosa tra virgolette più... potremmo dire "popolare", ci va chiunque. Mentre sul sito per esempio se vogliamo lanciare la nostra associazione, il nostro contatto, per esempio, se vogliamo lasciare a un'associazione il nostro contatto, per

⁹² violapost.it.

⁹³ twitter.com/PopoloViola.

⁹⁴ http://letteraViola.it/.

esempio a associazioni come Libera, gli lasciamo il sito e loro li trovano più materiale. Mentre sulla pagina fan trovi poco, sostanzialmente... qualche riquadro a lato, ma sul sito trovi proprio tutta la storia, è proprio qualcosa di nostro, mentre la pagina Facebook è solamente un collegamento. (CM)

Il sito, sebbene per sua natura sia strumento meno dinamico di Facebook, viene usato dal movimento come “replica” proprio di ciò che avviene sul social network. Attraverso i link, ciò che accade su Facebook appare anche qui. Vi è stato quindi un mutamento nella sua architettura, in modo da renderlo più simile ad un social network:

Il sito non è da sottovalutare perché è un ottimo strumento, veramente ottimo. Noi lo stiamo utilizzando adesso... per esempio alcuni dei nostri scrivono articoli, e quindi noi tramite questo riusciamo a diffondere gli articoli... però sia sulla pagina fan di Facebook abbiamo messo il link al sito, sia sul sito abbiamo messo il collegamento a Facebook. (CM)

In questo modo ciò che viene postato sul sito appare anche sulle pagine dei SNSs, non solo Facebook ma anche twitter. Ovviamente, il sito è un qualcosa di più gestibile da parte di soggetti nazionali, mentre molti gruppi locali hanno rinunciato all’idea di aprirne uno, poiché per essi risulta estremamente costoso in termini economici, di tempo, di competenze e di energie da investire per mantenerlo ed aggiornarlo.

C’è il sito nazionale, c’è il sito della rete Viola, ma noi come Milano non l’abbiamo fatto. Un po’ perché purtroppo tra noi non c’è nessuno che sia capace di farlo. Anche perché se vai fuori lo paghi, e noi siamo tutti autofinanziati... (LM)

Il sito, c’avevamo provato, ma anche lì nessuno aveva abbastanza tempo per aggiornarlo insomma, e costa... per una serie di motivi abbiamo lasciato perdere. Non riuscivamo a starci dietro a un sito. (RM)

Dal sito nazionale si accede poi al forum e alla mailing list. Alcuni intervistati ritengono che questi strumenti presentino dei vantaggi rispetto a Facebook, e che sarebbe necessario un loro potenziamento perché la discussione sia più disciplinata ed intervengano solo coloro che sono realmente interessati a fornire spunti di riflessione in relazione agli obiettivi del movimento.

Facebook serviva per alcune cose tipo: diciamo a tutti una cosa (...) oppure per fare un tam tam particolare, ma poi tutto il resto avveniva in un altro posto, dove per altro tu potevi seguire una discussione per temi. (SM)

Questo luogo era appunto quello del forum. Molti concordano sull'idea che questo strumento sia più adatto di Facebook nel momento in cui si deve ragionare sulle istanze del movimento ed approfondire la discussione, tuttavia esso comporta un impegno che alcuni sottolineano essere eccessivo:

Già stare su Facebook è un lavoro... e in più l'evento... chi lo fa, chi lo posta, e aggiungi e togli... 'somma, io lavoro, e almeno un'ora di al giorno mi va via... almeno, se non di più. Però il forum è ingestibile. Vuol dire che devi star lì costantemente a vedere... no, l'abbiamo bocciato. (LM)

Gli intervistati dichiarano inoltre che Facebook serve più che altro come uno strumento di contatto verso l'esterno del gruppo, mentre per la comunicazione interna vengono utilizzati strumenti come la mailing list e Skype.

Per comunicare a costo zero sostanzialmente, perché non c'è solamente Facebook... chiaramente noi abbiamo utilizzato tantissimo anche Skype per le riunioni. Sì, perché comunque dà la possibilità di fare conversazioni multiple (...). Quindi diciamo che la rete nella sua complessità ha aiutato a evitare magari per impegni di ognuno di uscire di casa. Di farlo in qualsiasi momento... si poteva fare riunioni, discussioni eccetera. (LM)

Facebook viene inoltre ritenuto dispersivo, ed il carattere pubblico delle discussioni può favorire l'alimentarsi delle polemiche, fraintendimenti e sovrapposizione di topics. Per gli intervistati, quindi, esso serve certamente per diffondere le notizie, mentre per elaborarle viene ritenuta necessaria una comunicazione più ristretta in cui la "babele di rumori" ed interventi esterni sia limitata. I gruppi locali della Rete fanno un uso importante della mailing list proprio per evitare il carattere di dispersività che assume la comunicazione su Facebook, oltre che per raggiungere i simpatizzanti che sono interessati ad avere notizie dal gruppo ma che non sono costantemente sul SNS:

Tra di noi invece preferiamo la mailing list perché i messaggi di Facebook, sai, quelli più recenti poi scompaiono, non ti rimane tutto, così... specialmente se le conversazioni sono fra più persone, quindi è un po' dispersiva... (RM)

Abbiamo una mail che si chiama "atutti@PopoloViolaMilano.it" che è praticamente è una mail dove sono linkate tutte quelle persone che costantemente magari anche in piazza... c'hanno detto "Io non ho Facebook però voglio avere notizie di quello che fate". Allora gli eventi li mandiamo anche tramite posta elettronica, li linkiamo, li mandiamo a tutti, ogni volta che c'è da aggiungere un indirizzo e-mail lo aggiungiamo. (LM)

Tra i destinatari della mailing list vi sono poi anche soggetti come i giornalisti, in modo da informarli sulle proprie azioni in una maniera più “mirata” ed ufficiale rispetto a come avverrebbe tramite Facebook.

Abbiamo tutta una serie di personaggi che abbiamo conosciuto poi nel corso della vita del movimento, a cui magari mandiamo anche e-mail personali: giornalisti piuttosto che televisione eccetera, a cui magari mandiamo l’e-mail per l’invito all’evento, perché magari su Facebook non abbiamo amicizia. (LM)

Vi sono state nel tempo altre idee molto interessanti riguardo ai mezzi da utilizzare per la propria comunicazione. Ad esempio, l’idea del gruppo di Milano sarebbe stata quella di dotarsi di un proprio magazine cartaceo, per raggiungere anche i non-utenti della Rete.

Per quanto riguarda invece il web, era stata ipotizzata la creazione di nuove piattaforme attraverso cui deliberare (in seguito non attivate), luoghi partecipati con architetture diverse da Facebook e non rigidamente prestabilite, che sarebbero dovuti funzionare più o meno come una wiki e in cui le votazioni sulle proposte avanzate dai vari membri del gruppo avrebbero avuto uno svolgimento più formale rispetto a quello attuale (un’idea era ad esempio quella di effettuare il riconoscimento dei partecipanti attraverso la tessera sanitaria).

Mettere in discussione l’utilizzo di Facebook non significa però negare l’importanza di Internet per la costruzione di pratiche democratiche e partecipate. Significa prendere coscienza dei limiti di uno strumento, sfruttarne i punti di forza ed integrarlo con altri:

Per me dovremmo uscire da Facebook e non ci siamo riusciti. Cosa che non vuol dire uscire dal virtuale in modo assoluto, per carità. Perché comunque, io penso che anzi, l’avvenire della democrazia moderna sicuramente passi attraverso la Rete... (non la Rete viola, la Rete Internet). Nel senso che anche tutto quello che si potrà fare nel senso della democrazia diretta o partecipativa passerà sicuramente da quest’enorme possibilità che ti dà Internet. Però non Facebook, Facebook non è adatto (...). È irrinunciabile Facebook, ma è uno dei tanti strumenti che dev’essere però integrato (...). Si potrebbe fare una piattaforma elettronica in cui si può votare online... Allora, la gente si iscrive con nome e cognome, certificando: sono tizio, in modo che non possa votare due volte o votare come pinco pallino eccetera, si creano dei controlli per votare, e si indice una votazione dall’ora tot all’ora tot, cioè con dei limiti temporali - prima c’è stato il tempo di presentare delle mozioni, di fare delle discussioni, sempre online - e poi alla fine si tirano le somme. (DA)

8.2 L'uso individuale di altre piattaforme

Questo paragrafo viene sviluppato attraverso l'analisi dei risultati dei questionari inviati ai membri del movimento, in cui sono stati creati degli indicatori di attività politiche praticabili su differenti piattaforme online. Il fine è studiare quali siano le attività più svolte dal campione, in modo da creare anche in questo caso un indice di attività per scala d'impegno (max inattività-max attività), e metterle in relazione con le caratteristiche socio-demografiche dei rispondenti, per rilevare eventuali differenze di comportamento tra categorie in base a variabili quali genere, età, luogo di appartenenza, titolo di studio e condizione occupazionale.

8.2.1 Intensità dell'uso di Internet

Come prima cosa, abbiamo rilevato l'intensità dell'uso di Internet da parte degli intervistati (tabella 8.1). Il 65,5% di essi fa un uso molto frequente del web, dichiarando di utilizzarlo tutti i giorni ogni volta che può farlo. Un altro 32,5% lo utilizza tutti i giorni, per qualche ora. Sommando queste due categorie, raggiungiamo il 98,0% del campione, che rappresenta coloro che ne fanno un uso quotidiano. Per questo motivo nelle analisi successive i tre individui (2,0% del campione) che utilizzano Internet qualche volta alla settimana sono stati accorpati alla categoria contigua. Nessuno degli intervistati dichiara di utilizzare Internet solo qualche volta al mese o più raramente, di conseguenza queste modalità sono state escluse dall'analisi.

Tabella 8.1 – Frequenza dell'uso di Internet nei 3 mesi precedenti l'intervista (valori percentuali)

| | |
|---|-------|
| Tutti i giorni, sono sempre connesso quando posso | 65,5 |
| Tutti i giorni, qualche ora | 32,5 |
| Qualche volta alla settimana | 2,0 |
| Totale | 100,0 |
| N | 151 |

Se osserviamo la tabella seguente, che mette in relazione il comportamento relativo all'intensità della connessione con le caratteristiche socio-demografiche degli intervistati, vediamo che per quanto riguarda il genere, gli uomini sono leggermente più connessi delle

donne (67,1% a 63%), e che il titolo di studio è fortemente associato ad una maggiore connessione: è sempre connesso il 76,6% dei laureati contro il 56,1% dei diplomati (uno scarto quindi di circa 20 punti percentuali); vediamo inoltre come i residenti nel Centro Italia raggiungono percentuali maggiori di circa 6 punti rispetto ai residenti in altre zone; mentre età⁹⁵, condizione occupazionale e ampiezza del comune di residenza non sono correlate all'intensità dell'uso di Internet.

Tabella 8.2 – Frequenza dell'uso di Internet nei 3 mesi precedenti l'intervista per profili socio-demografici (valori percentuali; base minima: 143)

| | <i>Assidui</i> | <i>Saltuari</i> | <i>Totale</i> | <i>N</i> |
|---------------------------------|----------------|-----------------|---------------|----------|
| <i>Genere</i> | | | | 149 |
| Maschio | 67,1 | 32,9 | 100,0 (76) | |
| Femmina | 63,0 | 37,0 | 100,0 (73) | |
| <i>Età</i> | | | | 151 |
| Fino a 40 | 65,8 | 34,2 | 100,0 (76) | |
| 41 e più | 65,3 | 34,7 | 100,0 (75) | |
| <i>Titolo di studio</i> | | | | 146 |
| Max diploma | 56,1 | 43,9 | 100,0 (82) | |
| Laurea e più | 76,6 | 23,4 | 100,0 (64) | |
| <i>Condizione occupazionale</i> | | | | 143 |
| Occupati | 64,8 | 35,2 | 100,0 (91) | |
| Non occupati | 65,4 | 34,6 | 100,0 (52) | |
| <i>Residenza</i> | | | | 144 |
| Nord | 63,8 | 36,2 | 100,0 (69) | |
| Centro | 70,2 | 29,8 | 100,0 (47) | |
| Sud e Isole | 64,3 | 35,7 | 100,0 (28) | |
| <i>Ampiezza comune</i> | | | | 149 |
| Meno 100.000 | 66,3 | 33,8 | 100,0 (80) | |
| Più 100.000 | 63,8 | 36,2 | 100,0 (69) | |

⁹⁵ È stata effettuata l'analisi anche con più classi d'età separate, ma i risultati non cambiavano.

8.2.2 Repertori d'azione online

Abbiamo poi chiesto agli intervistati che tipo di attività svolgessero online, e con quale frequenza. Il primo dato che rileviamo è che l'uso che essi fanno di altre piattaforme è significativamente minore a quello di Facebook. Se infatti confrontiamo la frequenza con cui gli intervistati svolgono attività politiche su Facebook (paragrafo 7.1.2) con quella con cui le svolgono attraverso altri strumenti, ci accorgiamo che Facebook viene utilizzato in maniera maggiore: come già affermato, infatti, esso riesce ad unire le caratteristiche di molte piattaforme e a supplire alle carenze che esse hanno, a causa delle molteplici applicazioni che offre e che lo fanno divenire “luogo di convergenza” di diversi media.

Come emerge dalla tabella 8.3⁹⁶ alla quarta colonna, le attività praticate dalla quasi totalità degli intervistati sono il guardare dei video a contenuto politico su Youtube ed effettuare petizioni online (rispettivamente dal 96,6% e dal 94,7%). Seguono lo scrivere e-mail di protesta alle istituzioni (75,7%), commentare articoli di testate online (68,7%) e chattare di politica (64,0%). Circa la metà degli intervistati poi utilizza per finalità politiche social network diversi da Facebook (51,7%), scrive post o commenti su blog (55,3%) o parla di politica su forum online (51,8%). Vi sono poi attività che vengono svolte da un numero più ristretto di utenti, come l'effettuare azioni di “mail bombing”, ovvero partecipare all'invio di grandi quantitativi di e-mail ad un unico destinatario, per provocare l'overload della casella di posta (35,7%), aderire a “netstrike”, e cioè connettersi collettivamente e contemporaneamente a un sito per rallentarne o impedirne le attività (34,0%) e donare soldi online a supporto di cause politiche (14,0%).

Osservando poi la prima colonna della tabella 8.3 e concentrandosi quindi sulla modalità “spesso”, e sul tratto di linea blu della figura 8.1, che rappresenta le attività che vengono portate avanti quasi quotidianamente dagli intervistati, emerge che quelle svolte più frequentemente sono il guardare dei video a contenuto politico su Youtube, effettuare petizioni online e utilizzare per fini politici altri social network. Seguono il chattare online, scrivere dei commenti ad articoli di quotidiani online e discutere su blog e forum. Vi sono poi attività che è più complicato effettuare spesso, per la minore frequenza con cui si presenta l'occasione di praticarle, azioni di disturbo organizzato come aderire ad un

⁹⁶ Abbiamo accorpato diverse modalità di risposta: “Tutti i giorni o quasi” e “Qualche volta a settimana”; “Qualche volta al mese” e “Più raramente”.

netstrike o effettuare mail bombing, scrivere e-mail di protesta alle istituzioni e donare soldi online.

Figura 8.1 - Frequenza delle attività politiche svolte in Internet (valori percentuali, base minima=135)

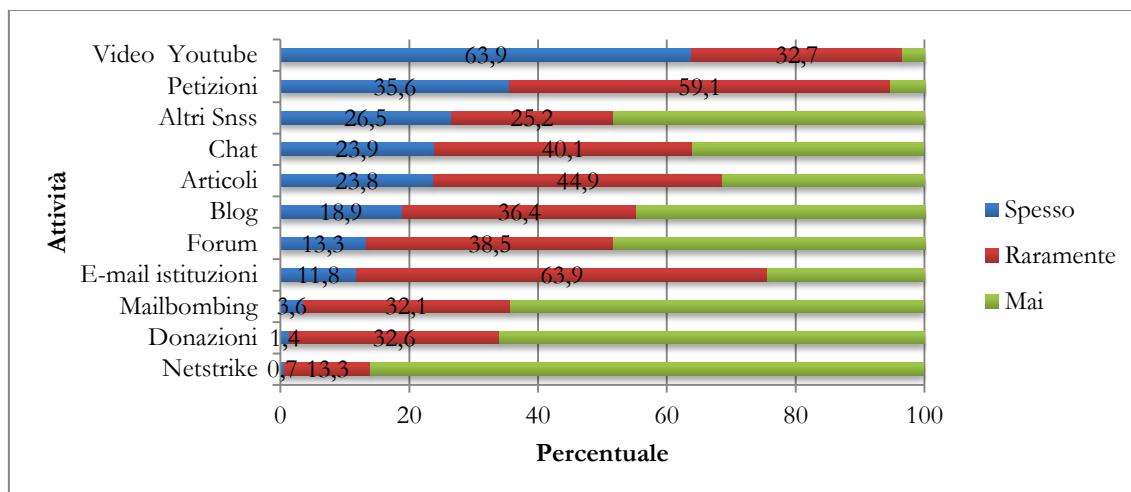


Tabella 8.3 – Frequenza delle attività politiche svolte in Internet (valori percentuali, base minima=135)

| | Spesso | Raramente | Spesso+Raramente | Mai | Totale | N |
|---|--------|-----------|------------------|------|--------|-----|
| Guardare video a contenuto politico su Youtube | 63,9 | 32,7 | (96,6) | 3,4 | 100,0 | 147 |
| Firmare petizioni online | 35,6 | 59,1 | (94,7) | 5,4 | 100,0 | 149 |
| Inviare e-mail ad istituzioni | 11,8 | 63,9 | (75,7) | 24,3 | 100,0 | 144 |
| Commentare articoli online | 23,8 | 44,9 | (68,7) | 31,3 | 100,0 | 147 |
| Chattare di politica | 23,9 | 40,1 | (64,0) | 35,9 | 100,0 | 142 |
| Discutere di politica su blog | 18,9 | 36,4 | (55,3) | 44,8 | 100,0 | 143 |
| Discutere di politica su forum online | 13,3 | 38,5 | (51,8) | 48,3 | 100,0 | 143 |
| Discutere di politica su SNSs diversi da Facebook | 26,5 | 25,2 | (51,7) | 48,3 | 100,0 | 147 |
| Effettuare mailbombing | 3,6 | 32,1 | (35,7) | 64,2 | 100,0 | 137 |
| Donare soldi online per cause politiche | 1,4 | 32,6 | (34,0) | 66,0 | 100,0 | 144 |
| Effettuare netstrike | 0,7 | 13,3 | (14,0) | 85,9 | 100,0 | 135 |

Il passo successivo della nostra analisi è stato creare un indice additivo di queste differenti forme di partecipare, per rilevare quali fossero gli individui più attivi online⁹⁷. Abbiamo successivamente creato da questo un indice più sintetico, formato da quattro

⁹⁷ Appendice E, Tab. 1. Si sono trattati i dati in questo modo: qualora un'attività venga realizzata spesso, il suo valore è 2, mentre se viene realizzata raramente avrà valore 1. Il valore 0 indica l'assenza di attività. In questo caso, essendo molto numerosi i sysmis su alcuni singoli item, li abbiamo reimmessi nell'analisi.

gruppi numericamente omogenei di individui, in modo da poterlo poi confrontare con le attività offline e utilizzarlo per le seguenti analisi. Ne risulta la seguente classificazione⁹⁸:

Tabella 8.4 - Indice dei punteggi sulle attività svolte online (valori percentuali)

| | |
|---------|-------|
| Minima | 26,8 |
| Bassa | 28,8 |
| Alta | 22,9 |
| Massima | 21,6 |
| Totale | 100,0 |
| N | 153 |

Osservando poi le associazioni tra comportamenti e profili socio-demografici, dalla tabella 8.5 emerge che gli uomini raggiungono punteggi più alti delle donne, se guardiamo alla colonna, della massima attività (23,7% a 17,6%). Per quanto riguarda l'età, nella categoria di coloro che partecipano di meno sono più numerosi gli under-40 (30,3% contro il 23,7% degli over-40), mentre in quella che partecipa di più le percentuali s'invertono. Allo stesso modo, vediamo che coloro che hanno il diploma come massimo titolo di studio sono maggiormente presenti tra chi partecipa di meno (29,8% contro il 23,4% dei laureati), mentre raggiungono percentuali inferiori tra chi partecipa di più (17,9% contro il 25,0% dei laureati). La condizione occupazionale e la provenienza geografica (a parte una scarsa presenza di chi proviene dal Sud o dalle Isole e da piccoli comuni nella categoria dei più attivi) non sono invece associate ad un particolare tipo di comportamento.

⁹⁸ Categorie derivanti dal punteggio raggiunto in base alla frequenza con cui sono state compiute le varie attività: Minima: Max 5; Bassa: Da 6 a 8; Alta: Da 9 a 11; Massima: Da 12 a 22.

Tabella 8.5 - Profili socio-demografici per indice di attivismo online (valori percentuali, assoluti in parentesi; base minima=145)

| <i>Partecipazione online</i> | <i>Minima</i> | <i>Bassa</i> | <i>Alta</i> | <i>Massima</i> | <i>Totale</i> | <i>N</i> |
|---------------------------------|---------------|--------------|-------------|----------------|---------------|----------|
| <i>Genere</i> | | | | | | 150 |
| Maschio | 26,3 | 28,9 | 21,1 | 23,7 | 100,0 (76) | |
| Femmina | 28,4 | 28,4 | 25,7 | 17,6 | 100,0 (74) | |
| <i>Età</i> | | | | | | 152 |
| Fino a 40 | 30,3 | 28,9 | 21,1 | 19,7 | 100,0 (76) | |
| 41 e più | 23,7 | 27,6 | 25,0 | 23,7 | 100,0 (76) | |
| <i>Titolo di studio</i> | | | | | | 148 |
| Max diploma | 29,8 | 29,8 | 22,6 | 17,9 | 100,0 (84) | |
| Laurea e più | 23,4 | 29,7 | 21,9 | 25,0 | 100,0 (64) | |
| <i>Condizione occupazionale</i> | | | | | | 145 |
| Occupati | 27,2 | 29,3 | 22,8 | 20,7 | 100,0 (92) | |
| Non occupati | 28,3 | 30,2 | 20,8 | 20,8 | 100,0 (53) | |
| <i>Residenza</i> | | | | | | 145 |
| Nord | 34,8 | 26,1 | 15,9 | 23,2 | 100,0 (69) | |
| Centro | 12,5 | 27,1 | 35,4 | 25,0 | 100,0 (48) | |
| Sud e Isole | 28,6 | 35,7 | 21,4 | 14,3 | 100,0 (28) | |
| <i>Ampiezza comune</i> | | | | | | 150 |
| Meno 100.000 | 27,5 | 27,5 | 28,7 | 16,3 | 100,0 (80) | |
| Più 100.000 | 25,7 | 28,6 | 17,1 | 28,6 | 100,0 (70) | |

8.3 La partecipazione offline

In questo paragrafo si fa il punto su quali attività offline vengano portate avanti dal campione della survey online. Come prima cosa, abbiamo chiesto al campione la frequenza con cui abitualmente discute di politica, non attraverso canali online ma nel mondo fisico, e circa il 90% di esso discute di politica molto spesso, e cioè tutti i giorni o qualche volta alla settimana (tabella 8.6).

Tabella 8.6 - Frequenza della discussione politica (valori percentuali)

| | | |
|------------------------------|-------|--------|
| Tutti i giorni | 57,4 | } 89,2 |
| Qualche volta alla settimana | 31,8 | |
| Una volta alla settimana | 2,0 | |
| Qualche volta al mese | 3,4 | |
| Qualche volta l'anno | 2,0 | |
| Mai | 3,4 | |
| Totale | 100,0 | |
| N | 148 | |

Abbiamo poi chiesto a quali attività gli intervistati avessero partecipato durante gli ultimi 12 mesi. Trattandosi di un campione di attivisti, era prevedibile che il loro impegno politico – non solo a livello online – fosse abbastanza elevato. Se osserviamo la tabella 8.7 e la figura 8.2, al primo posto si colloca l'attività: firmare per un referendum (svolta dall'84,1% degli intervistati). Abbiamo inserito questo item proprio perché nel 2011 c'è stato, come già menzionato, il referendum su nucleare, gestione dell'acqua pubblica e legittimo impedimento, caratterizzato da un'affluenza alle urne estremamente elevata. Al secondo posto vi è firmare una petizione, non online (80,1%), seguito da partecipare a un corteo (76,8%). Un'altra attività molto svolta è boicottare, o comprare, prodotti per ragioni politiche, etiche o ambientali (74,8%). Più della metà del campione ha poi partecipato ad un comizio (58,8%), donato soldi ad una associazione (55,6%), svolto attività gratuita per associazioni o gruppi di volontariato (58,6%) e assistito a un dibattito politico dal vivo (55,0%). Meno frequenti, ma comunque svolte da gran parte del campione, vi sono le attività: partecipare a un sit-in (46,4%), contattare, o cercare di contattare, un politico per esprimere le proprie opinioni (35,8%), partecipare ad un flash mob (32,0%), contattare o apparire nei media per esprimere le proprie opinioni (27,8%). Infine, per nulla attrattive appaiono essere donare soldi a un partito, svolgere attività gratuita per un partito e svolgere attività gratuita per un sindacato, praticate tutte e tre solo dal 7,3% del campione. Appare quindi come vi sia un alto consenso per le attività relative alla democrazia diretta o partecipata, ovvero per gli strumenti del referendum e della petizione, mentre vi è un basso grado di partecipazione in supporto di partiti e sindacati. Tali risultati sono in linea con la caduta di fiducia che in genere si registra negli italiani nei confronti di tali istituzioni, così come le percentuali di coloro che svolgono attività o donazioni verso associazioni e gruppi

di volontariato, che rimangono elevate, rappresentano la volontà di partecipare al di fuori dei canali istituzionali.

Figura 8.2 - Frequenza delle attività politiche svolte offline nei 12 mesi precedenti l'intervista (valori percentuali, base minima=148)

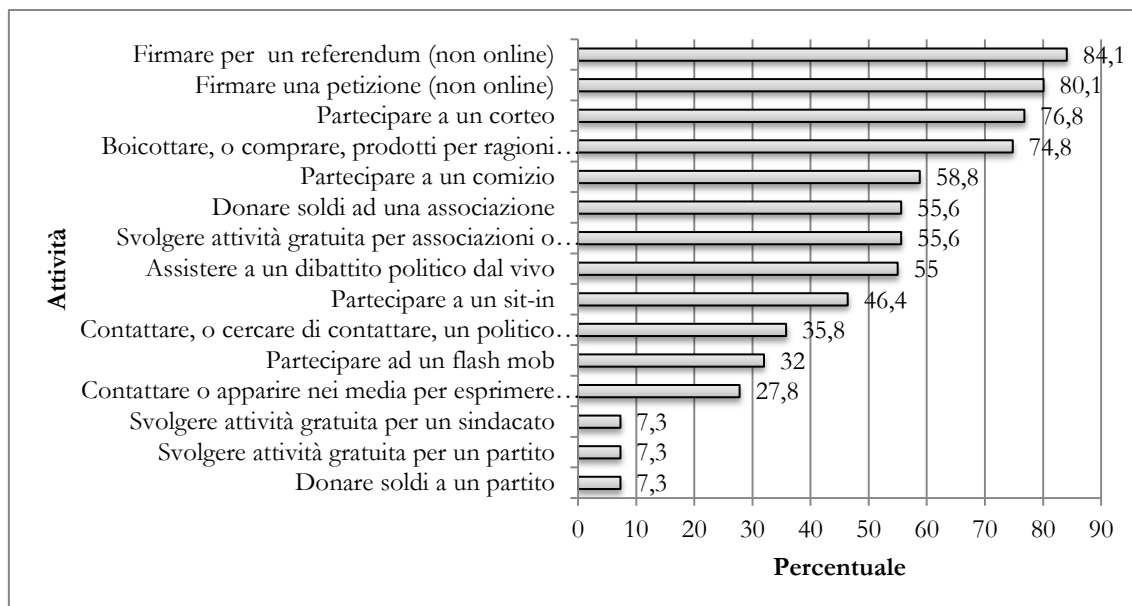


Tabella 8.7 - Frequenza delle attività politiche svolte offline nei 12 mesi precedenti l'intervista (valori percentuali, base minima=148)

| | Si | No | Totale | N |
|--|------|------|--------|-----|
| Firmare per un referendum (non online) | 84,1 | 15,9 | 100,0 | 151 |
| Firmare una petizione (non online) | 80,1 | 19,9 | 100,0 | 151 |
| Partecipare a un corteo | 76,8 | 23,2 | 100,0 | 151 |
| Boicottare, o comprare, prodotti per ragioni politiche, etiche o ambientali | 74,8 | 25,2 | 100,0 | 151 |
| Partecipare a un comizio | 58,8 | 41,2 | 100,0 | 148 |
| Donare soldi ad una associazione | 55,6 | 44,4 | 100,0 | 151 |
| Svolgere attività gratuita per associazioni o gruppi di volontariato | 55,6 | 44,4 | 100,0 | 151 |
| Assistere a un dibattito politico dal vivo | 55,0 | 45,0 | 100,0 | 151 |
| Partecipare a un sit-in | 46,4 | 53,6 | 100,0 | 151 |
| Contattare, o cercare di contattare, un politico per esprimere le proprie opinioni | 35,8 | 64,2 | 100,0 | 151 |
| Partecipare ad un flash mob | 32,0 | 68,0 | 100,0 | 150 |
| Contattare o apparire nei media per esprimere le proprie opinioni | 27,8 | 72,2 | 100,0 | 151 |
| Donare soldi a un partito | 7,3 | 92,7 | 100,0 | 151 |
| Svolgere attività gratuita per un partito | 7,3 | 92,7 | 100,0 | 150 |
| Svolgere attività gratuita per un sindacato | 7,3 | 92,7 | 100,0 | 151 |

Successivamente abbiamo creato delle categorie di partecipanti in base al numero di attività praticate. Per prima cosa, abbiamo sommato il numero di attività svolte da ciascun soggetto, creando un semplice indice additivo⁹⁹. Dato l'alto numero di modalità, abbiamo quindi ricodificato tale variabile creando un indice a quattro modalità. Così come è avvenuto nell'analisi delle attività online, la categoria degli "inattivi" – essendo composta solamente da tre soggetti – è stata accorpata a quella dei meno attivi. Visto che in media i soggetti svolgono 7 attività ciascuno, abbiamo creato una categoria di persone che si posizionano al di sotto della media (coloro che hanno svolto sino a quattro attività), una di chi si posiziona al di sotto o intorno alla media (da 5 a 7 attività), e due categorie che comprendono i soggetti con valori superiori alla media, rispettivamente da 8 a 10 e da 11 a 14.

Tabella 8.8 – Indice additivo delle attività offline svolte nei 12 mesi precedenti l'intervista (valori percentuali)

| | |
|----------|-------|
| Fino a 4 | 24,0 |
| 5-7 | 31,5 |
| 8-10 | 28,8 |
| 11-14 | 15,8 |
| Totale | 100,0 |
| N | 146 |

Una volta creato l'indice riguardante la partecipazione offline, ci occupiamo di metterlo in relazione con il tempo passato online e le attività qui svolte¹⁰⁰.

8.4 Associazioni tra comportamento online ed offline: analisi dei questionari

Un primo dato che vogliamo presentare deriva dal confronto dei più attivi nelle varie dimensioni: online in generale, online su Facebook ed offline. La nostra ipotesi era che vi fossero delle categorie che sono tradizionalmente inattive offline, quali le donne, i più

⁹⁹ Appendice E, Tab. 2.

¹⁰⁰ Abbiamo anche provato a creare un indice tipologico delle attività offline, basandoci sulla tradizionale distinzione tra attività convenzionali e non convenzionali, per rilevare se vi fossero comportamenti diversi tra i soggetti. Tuttavia, la quasi totalità del campione è attivo in entrambe le dimensioni.

giovani e i non occupati, che partecipano in misura maggiore a livello online, poiché Internet può rivelarsi uno strumento efficace per facilitare lo svolgimento di alcune attività politiche.

Dato che il totale dei rispondenti è diverso in ogni item, abbiamo in questo caso standardizzato i risultati ottenuti nelle varie analisi sul totale degli intervistati (e non sulle risposte valide). I risultati nella tabella successiva mostrano come le donne partecipino in più ampia misura nel mondo online che in quello offline: se le donne più attive offline sono il 5,9%, la loro percentuale sale ad 8,5 in Internet e su Facebook ben al 10,5. Anche per le categorie dei più giovani e dei non occupati Internet pare essere un mezzo utile per partecipare: in entrambi i casi le percentuali di partecipazione online e su Facebook sono più alte di quelle della partecipazione offline; come previsto, invece, il titolo di studio non sembra influire sui livelli di partecipazione in entrambe le dimensioni.

Tabella 8.9 – Confronto tra partecipazione nelle varie dimensioni per profili socio-demografici (valori percentuali; N=153)

| | | <i>Max partecipazione online</i> | <i>Max partecipazione su Facebook (Engaged2)</i> | <i>Max partecipazione offline (11-14 attività)</i> |
|---------------------------------|--------------|----------------------------------|--|--|
| <i>Genere</i> | Femmina | 8,5 | 10,5 | 5,9 |
| <i>Età</i> | Fino a 35 | 7,2 | 7,8 | 4,5 |
| <i>Titolo di studio</i> | Max diploma | 9,8 | 9,8 | 9,2 |
| <i>Condizione occupazionale</i> | Non occupati | 7,2 | 3,3 | 2,6 |

Ora ci occupiamo di stabilire, attraverso l'analisi dei risultati dei questionari, se e in quale misura vi siano delle relazioni tra intensità e tipi di uso di Internet e di Facebook e partecipazione offline. All'inizio presentiamo delle analisi descrittive di tali relazioni, mentre nell'ultima parte del paragrafo effettuiamo una regressione lineare multipla per verificare se le correlazioni riscontrate attraverso le tavole di contingenza siano, per così dire, "spurie", ovvero se tra le variabili non vi siano relazioni di interdipendenza, ma le correlazioni siano casuali e dipendenti invece da variabili di diverso tipo.

a) *Associazioni tra intensità dell'uso di Internet e di Facebook e comportamenti offline*

Come primo dato (tabella 8.10), vediamo che i più assidui utenti di Internet raggiungono percentuali maggiori nella più alta quantità di attività svolte offline (17,9% contro il 12,0% degli utenti saltuari), e, viceversa, gli utenti saltuari raggiungono percentuali maggiori in tassi di attività offline bassi (30,0% contro il 21,1% degli assidui). Si rilevano quindi associazioni tra una più elevata intensità dell'uso di Internet ed una maggiore partecipazione offline.

Tabella 8.10 - *Frequenza dell'uso Internet per attività offline (valori percentuali)*

| <i>Attività offline</i> | <i>fino a 4</i> | <i>5-7</i> | <i>8-10</i> | <i>11-14</i> | <i>Totale</i> | <i>N</i> |
|-------------------------|-----------------|------------|-------------|--------------|---------------|----------|
| Assidui | 21,1 | 31,6 | 29,5 | 17,9 | 100,0 | 95 |
| Saltuari | 30,0 | 32,0 | 26,0 | 12,0 | 100,0 | 50 |

Allo stesso modo, gli individui che si connettono più frequentemente a Facebook registrano percentuali superiori nel numero di attività svolte offline rispetto ai meno connessi: se guardiamo (tabella 8.11) a coloro che svolgono da 11 a 14 attività offline, vediamo che i più assidui utenti di Facebook sono più del doppio degli utenti saltuari (23,5% contro 10,2%).

Tabella 8.11 – *Intensità dell'uso Facebook per attività offline (valori percentuali, N=139)*

| <i>Attività offline</i> | <i>fino a 4</i> | <i>5-7</i> | <i>8-10</i> | <i>11-14</i> | <i>Totale</i> | <i>N</i> |
|-------------------------|-----------------|------------|-------------|--------------|---------------|----------|
| Assidui | 11,8 | 33,3 | 31,4 | 23,5 | 100,0 | 51 |
| Saltuari | 33,0 | 29,5 | 27,3 | 10,2 | 100,0 | 88 |

b) *Associazioni tra attività online ed attività offline*

Vediamo ora le relazioni tra attività online ed attività offline. La seguente tabella mostra le relazioni tra la quantità di attività svolte su Internet (escludendo quelle relative a Facebook) e la quantità di attività svolte offline, ed osserviamo come è possibile rilevare associazioni tra alti livelli di partecipazione in entrambe le dimensioni, online ed offline. Infatti, chi si colloca nella categoria di attività massima online raggiunge percentuali maggiori sull'attività massima offline (34,4%), e, specularmente, chi fa una minima attività

online rappresenta quasi la metà di coloro che svolgono al massimo 4 attività offline (48,7%).

Tabella 8.12 –Relazioni tra attività online ed offline (valori percentuali; valori assoluti in parentesi; N=146)

| Attività offline | fino a 4 | 5-7 | 8-10 | 11-14 | Totale |
|------------------------|----------|------|------|-------|------------|
| <i>Attività online</i> | | | | | |
| Minima | 48,7 | 23,1 | 17,9 | 10,3 | 100,0 (39) |
| Bassa | 28,6 | 47,6 | 21,4 | 2,4 | 100,0 (42) |
| Alta | 9,1 | 30,3 | 39,4 | 21,2 | 100,0 (33) |
| Massima | 3,1 | 21,9 | 40,6 | 34,4 | 100,0 (32) |

Concentrandoci poi su Facebook, anche in questo caso è evidente come gli inattivi online lo siano anche offline, e specularmente i più attivi online lo siano anche offline. Vediamo cioè che la categoria “Inactives/lurkers/followers/proposers1” è la più numerosa nella modalità “fino a 4 attività offline” (62,1%), e quella degli “Engaged2” nella modalità “da 11 a 14 attività offline” (45,2%).

Tabella 8.13 - Relazioni tra attività su Facebook ed offline (valori percentuali; N=132)

| Attività offline | fino a 4 | 5-7 | 8-10 | 11-14 | Totale |
|--|----------|------|------|-------|------------|
| <i>Attività su Facebook</i> | | | | | |
| Inactives/lurkers/followers/proposers1 | 62,1 | 13,8 | 24,1 | ,0 | 100,0 (29) |
| Proposers2-proposers3 | 29,0 | 54,8 | 16,1 | ,0 | 100,0 (31) |
| Engaged1 | 14,6 | 36,6 | 29,3 | 19,5 | 100,0 (41) |
| Engaged2 | ,0 | 6,5 | 48,4 | 45,2 | 100,0 (31) |

Appurato ciò, ci siamo chiesti se queste relazioni siano di tipo “spurio”, e cioè influenzate da altre variabili che concorrono a determinare la varianza di entrambe le variabili che di volta in volta abbiamo immesso nelle tabelle. Per accertarci della qualità delle relazioni da noi ipotizzate, abbiamo quindi proseguito attraverso la regressione lineare multipla. In tal modo possiamo stabilire se le variabili socio-demografiche tradizionalmente associate alla partecipazione offline sono nel nostro caso rilevanti nel determinare un numero maggiore o minore di attività svolte. Stando infatti alla letteratura sul fenomeno

della partecipazione politica, presentata nei primi due capitoli di questo lavoro, il profilo del partecipante più assiduo è di genere maschile, adulto, residente al Nord Italia e in comuni con un alto numero di abitanti, occupato (di posizione medio-alta) ed avente un titolo di studio elevato. Attraverso la nostra analisi intendiamo verificare se gli indici da noi creati di uso di Internet e di Facebook contribuiscano a determinare la varianza del fenomeno della partecipazione offline.

Abbiamo effettuato una regressione lineare multipla in quanto la variabile considerata dipendente, ovvero l'indice di partecipazione offline, è cardinale.

Le variabili indipendenti inserite nei modelli sono:

- Intensità dell'uso di internet
- Tipi di attività online in generale (non su Facebook)
- Intensità dell'uso di Facebook
- Tipi di attività su Facebook

Come variabili di controllo abbiamo quindi usato:

- Genere
- Età
- Area geografica di residenza
- Ampiezza del comune di residenza
- Condizione occupazionale
- Titolo di studio

La tabella 8.14 e la tabella 8.15 indicano rispettivamente le relazioni tra l'intensità dell'uso di Internet e di Facebook e la partecipazione offline. Le variabili che consideriamo indipendenti sono poste quindi nell'ultima riga della tabella, in grassetto, precedute da quelle di controllo. Nel primo caso, vediamo come la variabile "frequenza dell'uso di Internet" non superi il test di significatività. Nel secondo, invece, la variabile "frequenza dell'uso di Facebook" è significativa, e che il tempo passato su Facebook è relazionato in maniera positiva alla partecipazione offline ($\beta = ,534$; $p = ,005$).

Tabella 8.14 – Regressione lineare - intensità dell'uso di Internet e partecipazione offline*

| | Coefficienti non standardizzati | | Coefficienti standardizzati | t | Sig. | Intervallo di confidenza 95,0% per B | |
|-------------------------|---------------------------------|----------------------------|-----------------------------|-------|------|--------------------------------------|------------------|
| | B | Deviazione standard Errore | Beta | | | Limite inferiore | Limite superiore |
| (Costante) | 2,147 | ,296 | | 7,249 | ,000 | 1,561 | 2,734 |
| Maschi | -,026 | ,189 | -,013 | -,138 | ,891 | -,400 | ,348 |
| Comune grande | -,129 | ,189 | -,062 | -,679 | ,498 | -,503 | ,246 |
| Istruz. alta | ,202 | ,197 | ,096 | 1,023 | ,308 | -,189 | ,592 |
| Età+40 | -,010 | ,187 | -,005 | -,055 | ,956 | -,380 | ,359 |
| Occupati | ,290 | ,191 | ,137 | 1,517 | ,132 | -,088 | ,669 |
| Resid. Nord | -,082 | ,191 | -,040 | -,429 | ,668 | -,460 | ,296 |
| Assidui Internet | ,211 | ,198 | ,099 | 1,063 | ,290 | -,182 | ,603 |

* R-quadrato corretto = -,009

Tabella 8.15 – Regressione lineare - intensità dell'uso di Facebook e partecipazione offline*

| | Coefficienti non standardizzati | | Coefficienti standardizzati | t | Sig. | Intervallo di confidenza 95,0% per B | |
|-------------------|---------------------------------|----------------------------|-----------------------------|-------|------|--------------------------------------|------------------|
| | B | Deviazione standard Errore | Beta | | | Limite inferiore | Limite superiore |
| (Costante) | 2,091 | ,286 | | 7,325 | ,000 | 1,526 | 2,657 |
| Maschi | -,081 | ,185 | -,040 | -,440 | ,661 | -,447 | ,284 |
| Comune grande | -,107 | ,188 | -,052 | -,568 | ,571 | -,478 | ,265 |
| Istruz. alta | ,257 | ,189 | ,123 | 1,363 | ,175 | -,117 | ,631 |
| Età+40 | -,011 | ,182 | -,006 | -,063 | ,950 | -,371 | ,348 |
| Occupati | ,314 | ,187 | ,149 | 1,680 | ,096 | -,056 | ,684 |
| Resid. Nord | -,185 | ,187 | -,091 | -,989 | ,325 | -,556 | ,186 |
| Assidui FB | ,534 | ,188 | ,254 | 2,842 | ,005 | ,162 | ,907 |

*R-quadrato corretto = ,058

Osserviamo ora i risultati dei due modelli seguenti. In entrambi i casi gli indici superano il test di significatività ($p < ,001$). Dalla tabella 8.16 emerge come al netto delle variabili di controllo la varietà delle attività svolte online spiega in modo importante la variazione della partecipazione offline ($\beta = 1,027$), e dalla tabella 8.17 emerge che la

quantità e la qualità delle attività svolte su Facebook sono fortemente correlate alla quantità di attività svolte offline, al netto delle variabili di controllo: ad un alto numero di attività impegnative su Facebook corrisponde un alto numero di attività svolte offline ($\beta = 1,251$).

Tabella 8.16 – Regressione lineare - intensità dell'attività online e partecipazione offline*

| | Coefficienti non standardizzati | | Coefficienti standardizzati | t | Sig. | Intervallo di confidenza 95,0% per B | |
|------------------------|---------------------------------|----------------------------|-----------------------------|-------|------|--------------------------------------|------------------|
| | B | Deviazione standard Errore | Beta | | | Limite inferiore | Limite superiore |
| (Costante) | 1,791 | ,252 | | 7,103 | ,000 | 1,292 | 2,290 |
| Maschi | -,011 | ,164 | -,005 | -,065 | ,948 | -,335 | ,314 |
| Comune grande | -,079 | ,165 | -,038 | -,479 | ,632 | -,405 | ,247 |
| Istruz. alta | ,207 | ,167 | ,098 | 1,239 | ,218 | -,124 | ,538 |
| Età+40 | -,112 | ,163 | -,055 | -,686 | ,494 | -,436 | ,212 |
| Occupati | ,257 | ,166 | ,122 | 1,546 | ,125 | -,072 | ,587 |
| Resid. Nord | ,074 | ,168 | ,036 | ,438 | ,663 | -,259 | ,406 |
| Max att. online | 1,027 | ,164 | ,499 | 6,274 | ,000 | ,703 | 1,351 |

*R-quadrato corretto = ,235

Tabella 8.17 – Regressione lineare - intensità e qualità dell'attività su Facebook e partecipazione offline*

| | Coefficienti non standardizzati | | Coefficienti standardizzati | t | Sig. | Intervallo di confidenza 95,0% per B | |
|--------------------|---------------------------------|----------------------------|-----------------------------|-------|------|--------------------------------------|------------------|
| | B | Deviazione standard Errore | Beta | | | Limite inferiore | Limite superiore |
| (Costante) | 1,603 | ,251 | | 6,380 | ,000 | 1,105 | 2,101 |
| Maschi | ,025 | ,165 | ,012 | ,149 | ,882 | -,303 | ,352 |
| Comune grande | ,129 | ,166 | ,062 | ,780 | ,437 | -,199 | ,458 |
| Istruz. alta | ,153 | ,168 | ,072 | ,910 | ,365 | -,181 | ,487 |
| Età+40 | ,029 | ,165 | ,014 | ,174 | ,862 | -,298 | ,356 |
| Occupati | ,046 | ,171 | ,021 | ,267 | ,790 | -,293 | ,384 |
| Resid. Nord | -,080 | ,165 | -,038 | -,483 | ,630 | -,408 | ,248 |
| Engaged2 FB | 1,251 | ,168 | ,599 | 7,462 | ,000 | ,919 | 1,583 |

*R-quadrato corretto = ,329

In sintesi, quindi, vediamo confermate le nostre ipotesi: tre dei quattro indici da noi creati (a parte l'assiduità della connessione a Internet) spiegano la varianza della partecipazione offline meglio delle variabili socio-demografiche utilizzate come controllo, e sono tutti e tre associati positivamente ad essa. Emerge infatti come il livello di attività offline aumenti al crescere del tempo passato su Facebook, e alla varietà delle attività svolte in Internet e su Facebook.

8.5 Analisi della pagina nazionale del Popolo Viola: il fine degli interventi

Ora torniamo all'analisi della pagina Facebook del Popolo Viola. Le domande che ci siamo posti sono: per quali fini attinenti alla sfera politica viene utilizzata una pagina come quella in oggetto? Quanti degli interventi sono mirati ad una mobilitazione offline, e quanti invece si risolvono nel mondo online?

L'analisi che segue è relativa ai temi che sono stati proposti dagli utenti in questo spazio durante il nostro periodo di rilevazione. Nel capitolo 7 al paragrafo 5 abbiamo esplorato quali fossero gli argomenti di discussione e la loro rilevanza, mentre ora il nostro focus è sul fine degli interventi. Si è deciso di effettuare una distinzione tra interventi mirati alla riflessione e allo scambio di idee e di opinioni, il cui senso si esaurisce nell'espressione degli stessi, ed interventi mirati invece ad influire direttamente nelle decisioni politiche, incoraggiando a mobilitazioni o altre forme di intervento (focalizzandoci quest'ultima categoria di interventi, vedremo come la mobilitazione proposta può avvenire sia online che offline). Si è cercato quindi di rilevare il motivo per cui questa pagina venga utilizzata: gli utenti che partecipano in questo spazio intendono proporre le loro considerazioni sulla situazione politica in modo da generare una discussione online, oppure fanno riferimento ad eventi, cause etc., in modo mobilitare la gente sulle proprie istanze?

Come nel resto delle analisi effettuate, abbiamo per prima cosa analizzato i dati dei due mesi monitorati in maniera separata, in modo da rilevare punti di continuità o discontinuità nei due differenti periodi. Per quanto riguarda il mese di aprile, dalla tabella 8.18 e dalla figura 8.3 si evince che più del 90% degli interventi è volto all'espressione di idee, mentre meno del 9% di essi ha come fine quello di proporre azioni congiunte di tipo politico. Per

quanto riguarda il mese di novembre, la percentuale è praticamente uguale: circa nel 90% dei casi l'intervento è mirato alla riflessione. Analizzando congiuntamente i dati (all'ultima colonna della tabella), risulta che solo il 9,8% degli interventi sia teso alla mobilitazione. Questo primo dato è importante perché esprime il carattere prevalentemente espressivo-cognitivo della partecipazione su Facebook, e conferma l'ipotesi che questo spazio sia utilizzato per una partecipazione più di tipo simbolico che strumentale.

Tabella 8.18 - Il fine degli interventi (valori percentuali)

| | <i>Aprile</i> | <i>Novembre</i> | <i>Totale</i> |
|---------------|---------------|-----------------|---------------|
| Riflessione | 91,1 | 89,3 | 90,2 |
| Mobilitazione | 8,9 | 10,7 | 9,8 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| <i>N</i> | 753 | 775 | 1528 |

8.5.1 La mobilitazione proposta

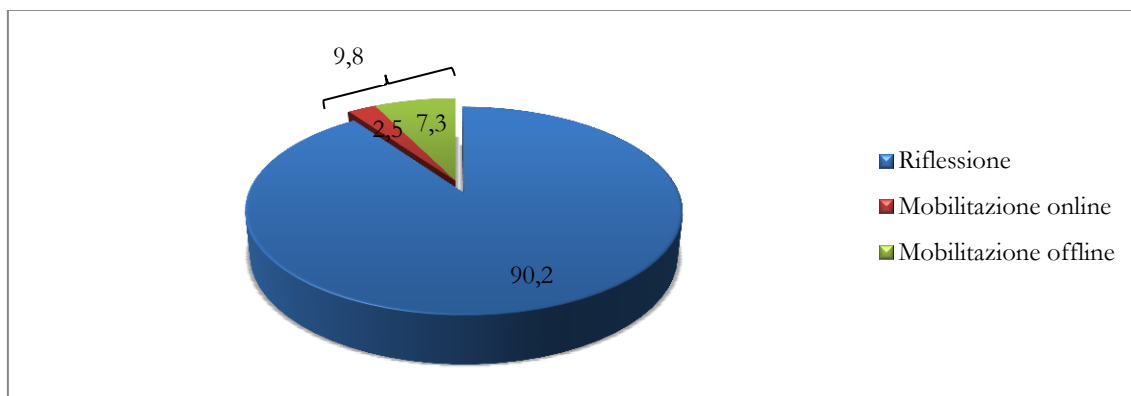
Ora ci interessa concentrarci sui 150 interventi volti alla mobilitazione (quel 9,8% presente nella tabella 8.19). Per analizzare i tipi di attività politiche che vengono proposte, si è creata una variabile dicotomica a seconda del tipo di mobilitazione: si tratta di attività che si risolvono nel mondo virtuale o che dovrebbero avverarsi in quello “fisico”?

In entrambi i mesi, la maggior parte degli interventi - circa un terzo - sono a favore di mobilitazioni che devono avvenire a livello offline (73,1% ad aprile e 75,9% a novembre, in media il 74,7%); appare quindi che la discussione in questo luogo sia strumentale soprattutto per lo sviluppo di pratiche politiche da attuare nel mondo fisico (tabella 8.19 e figura 8.3).

Tabella 8.19- La dimensione della mobilitazione (valori percentuali)

| | <i>Aprile</i> | <i>Novembre</i> | <i>Totale</i> |
|----------|---------------|-----------------|---------------|
| Online | 26,9 | 24,1 | 25,3 |
| Offline | 73,1 | 75,9 | 74,7 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| <i>N</i> | 67 | 83 | 150 |

Figura 8.3- Il fine degli interventi e la dimensione della mobilitazione (valori percentuali; N=150)



Dall'analisi congiunta di aprile e novembre risulta che il 74,7% degli interventi di mobilitazione è rivolto all'offline. Per quanto infatti la partecipazione online venga vista come rilevante, non viene particolarmente pubblicizzata sulla pagina del movimento.

È tuttavia interessante focalizzarsi sui differenti tipi di partecipazione che offre il mondo virtuale: per il momento, le attività che vengono promosse sono:

- A livello offline: petizioni, manifestazioni di piazza (in assoluto l'attività maggiormente pubblicizzata) ed eventi di altro tipo.
- A livello online: mail e sollecitazioni alle istituzioni, "causes", ovvero pagine Facebook create per raccogliere adesioni riguardo a differenti tematiche, eventi online, inviti a mandare e-mail di protesta a Mediaset, e "segnalazioni", ovvero la richiesta da parte degli utenti ai gestori della pagina del gruppo in modo da "bannare" alcuni utenti che sono contrari alle idee predominanti del gruppo stesso.

Dalla tabella 8.20 e dalla figura 8.4, effettuata sui dati complessivi dei due mesi, è possibile osservare come l'attività maggiormente promossa sia la diffusione di appelli a scendere in piazza per partecipare ad un corteo (31,3%). Segue l'invito ad inviare denaro, attraverso sms (21,7%), in questo caso non si tratta del sostegno ad una causa politica, ma della campagna di raccolta fondi per le vittime dell'alluvione in Sicilia che ha riguardato il mese di novembre 2011 (infatti, possiamo vedere che quest'attività ad aprile non si manifesta in alcun modo).

Altre due attività sono quelle della mobilitazione per eventi online e delle "causes". Inizialmente le avevamo distinte per una questione di precisione, poiché negli eventi online

possono rientrare anche gli inviti a mobilitarsi in altre piattaforme. Tuttavia l'analisi ha dimostrato che tutte le attività promosse non escono dal recinto di Facebook, e di conseguenza rientrano tutte nella definizione di “causes”, pagine di Facebook che vengono create con questo nome per mobilitare su diversi argomenti le persone (18,8%). In questa categoria rientra quindi, ad esempio, l'invito a raggiungere un alto numero di iscritti su una pagina Facebook – in particolare contro Berlusconi o pro-referendum - per sostenere quella causa, oppure al contrario invitare a boicottarne altre, ed ancora, l'invito a scrivere sulle proprie bacheche un messaggio di protesta oppure a modificare collettivamente l'immagine del proprio profilo per sensibilizzare gli amici su temi politici.

Vengono poi proposti pochi eventi offline (6,6%), come incontri e dibattiti a tema politico-culturale; molto scarsa anche mobilitazione per petizioni offline (2,8%, mentre quelle online sono assenti), per scrivere e-mail di protesta ad istituzioni o a Mediaset, di proprietà di Berlusconi (3,8%), per effettuare class-action (1,2%) oppure per segnalare agli amministratori la presenza di qualche utente sgradito sulla pagina in modo da bannarlo (2,2%), che abbiamo voluto rilevare perché ci aspettavamo un numero maggiore di segnalazioni, date le polemiche all'interno del movimento affrontate nel quinto capitolo.

Figura 8.4 – Tipi di mobilitazione (valori percentuali; N=150)

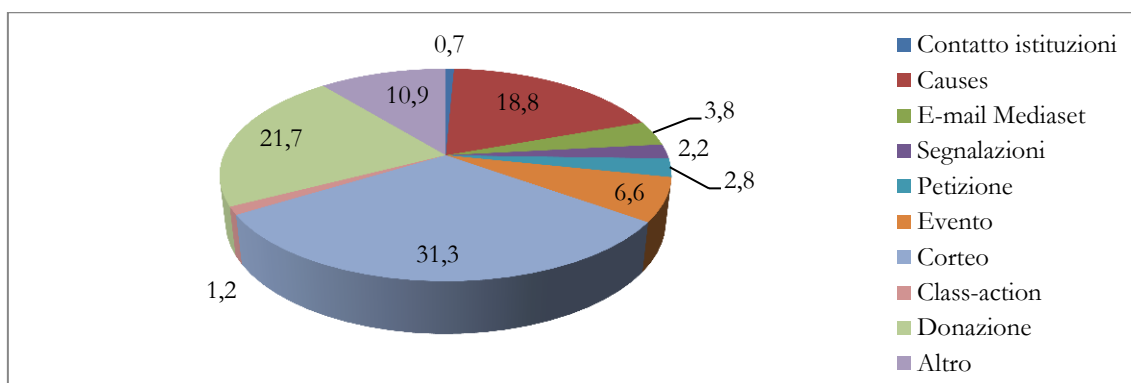


Tabella 8.20 – Tipi di mobilitazione (valori percentuali)

| | <i>Aprile</i> | <i>Novembre</i> | <i>Totale</i> |
|-------------------------|---------------|-----------------|---------------|
| <i>Attività online</i> | | | |
| Causes | 13,4 | 24,1 | 18,8 |
| E-mail Mediaset | 7,5 | ,0 | 3,8 |
| Segnalazioni | 4,5 | ,0 | 2,2 |
| Contatto istituzioni | 1,5 | ,0 | ,7 |
| <i>Attività offline</i> | | | |
| Corteo | 56,7 | 6,0 | 31,3 |
| Donazione | ,0 | 43,4 | 21,7 |
| Evento | 11,9 | 1,2 | 6,6 |
| Petizione | 4,5 | 1,2 | 2,8 |
| Class-action | ,0 | 2,4 | 1,2 |
| Altro | ,0 | 21,7 | 10,9 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| N | 67 | 83 | 150 |

8.6 Funzioni di Facebook rispetto al mondo offline

Infine, ci occupiamo di ciò che gli utenti si aspettano da Facebook, ovvero se lo considerino uno strumento rilevante o meno per la loro partecipazione offline, e quali percezioni essi abbiano delle funzioni che servono a questo scopo. Come abbiamo visto attraverso questa ricerca, non viene messo in dubbio che Facebook sia diventato uno strumento molto potente per organizzare i movimenti:

Oggi giorno è un mezzo di comunicazione... forse il più potente, forse anche più potente delle tv, cioè facilita la nascita di organizzazioni, movimenti, in un modo pazzesco rispetto al passato, no? Cioè se pensi a come sono nati i girotondi, cioè Nanni Moretti fa una chiamata, chiama quello, l'amico chiama l'amico... insomma. Invece adesso se becchi proprio l'onda giusta con la frequenza giusta, ti trovi un capitale di contatti in mano da gestire che può essere enorme, come è successo con il No B. Day. (MC)

È quindi un mezzo molto pratico con cui tenersi costantemente in contatto, ed è inoltre estremamente dinamico, per cui le informazioni circolano e si aggiornano in maniera molto rapida.

8.6.1 Facebook per diffondere notizie di eventi offline

Dai questionari da noi distribuiti emerge che il 70,1% degli intervistati¹⁰¹ è molto o abbastanza d'accordo sul fatto che tramite Facebook abbia accresciuto la propria partecipazione ad attività politiche offline. Esso si rivela quindi una fonte utile tramite cui venire a conoscenza di eventi che avvengono nel mondo offline.

Il fatto che Facebook sia un ottimo strumento per tenere i cittadini aggiornati sugli eventi fisici che si svolgono sia a livello nazionale che locale è supportato anche dalle interviste che abbiamo effettuato:

Per quanto riguarda poi gli eventi in sé, Facebook è stato fondamentale. Senza questo, che ormai è diffusissimo, è forse il social network più conosciuto in questo momento, non so...è il più diffuso. Per cui gli eventi di per sé sono “spammati”, come si dice in gergo, su Facebook. (LM)

Come evento in cui sicuramente Facebook è stato uno strumento molto potente, ricordiamo il referendum del giugno 2011: per la prima volta dopo molti anni, un referendum ha ottenuto il quorum in Italia. Certamente, occorre sottolineare - come si è già detto per il No B. Day - che anche in questo caso Facebook ha svolto un ruolo complementare a quei fattori, tra loro contingenti, che connotavano il quadro politico di quel particolare momento e che hanno contribuito al successo del referendum: stanchezza e frustrazione per lo scollamento tra la politica istituzionale e le richieste dei cittadini, il tema del legittimo impedimento e del nucleare, che hanno “trainato” anche quello - meno conosciuto - sull'acqua. Tuttavia, nei mass media il tema del referendum aveva avuto una scarsissima visibilità, e proprio Internet è stato uno strumento chiave per ritrovare informazioni su di esso. In particolare, su Facebook, nei mesi precedenti non c'era giorno in cui non venissero linkati articoli in merito, venissero scambiate opinioni sia riguardo i contenuti del referendum, sia riguardo alla sua valenza formale in quanto strumento di partecipazione diretta alle decisioni del Paese. Venivano postati video - amatoriali o di esperti nei vari campi in esame - in cui si parlava del tema, e - altro tool di Facebook - moltissimi sostenitori del referendum cambiavano la propria immagine del profilo per sostituire la propria foto con un simbolo che richiamasse il tema referendario.

¹⁰¹ Appendice E; Tab. 3.

Il referendum secondo me l'ha fatto vincere Facebook, cioè nel senso: c'era un sacco di gente che c'aveva i simbolini coi “quattro sì” al posto dell'immagine, cioè nel senso, ogni volta che uno si connetteva, scriveva, andava votare... “io vado a votare al referendum” c'erano... era pieno di link: “andate a votare presto, perché così si alzano i numeri, invogliate la gente”... allora poi c'erano i link “io ho già votato” insomma, per cui Facebook è indubbiamente una bomba da quel punto di vista mediatico. (AR)

La figura sottostante dimostra proprio che il tema più discusso su Facebook Italia nel 2011 sia stato il referendum.

Figura 8.5 - Temi che hanno fatto parlare di più gli utenti di Facebook in Italia nel 2011



Fonte: Memology 2011, rapporto del social network sui trend culturali e le tematiche più popolari tra i suoi 800 milioni di utenti¹⁰²

Dopo aver visto nel capitolo precedente come una pagina pubblica di Facebook non sia funzionale per la discussione approfondita e l'elaborazione di una linea comune del movimento, vediamo qui ribadito che la potenza di questo strumento si realizza pienamente nella promozione di eventi. Un'ex attivista del movimento parla del fatto che avere una pagina nazionale in cui gli iscritti sono così numerosi è una “vetrina” per la “chiamata” diffusa ad iniziative:

Credo che l'unica utilità che possa avere Facebook è appunto tenerti in contatto. Non certamente cambiare la legge elettorale, piuttosto che... infatti ha funzionato per de Magistris. Perché ha funzionato per de Magistris e Sonia Alfano, quando son stati eletti al parlamento europeo. Perché c'è stato il passaparola d'informazioni. Cioè, ma non c'era

¹⁰²http://www.repubblica.it/tecnologia/2011/12/07/foto/referendum_e_simoncelli_le_hit_di_facebook_nel_2011-26209546/1/, 7 dicembre 2011.

qualcuno che doveva elaborare... cioè alla fine ognuno per i fatti suoi doveva andare lì e votare de Magistris o Sonia Alfano (...). San Precario è come il DJ, cioè dice: “Allora ragazzi, quel giorno a quell’ora si balla sta musica. Venite che ci divertiamo”. Questo può fare una pagina Facebook. Può fare solo questo. (RP)

Anche l’evento del No B. Day è stato emblematico dell’efficacia di Facebook in questo senso. Tuttavia il fatto che successivamente dal movimento si siano allontanate molte persone dimostra che la sua utilità si esaurisce nel fare da cassa di risonanza a singoli eventi in specifici momenti, e che, insomma, non può bastare come piattaforma attraverso cui comunicare: se si intende avere un progetto a lungo termine, ci si deve dotare di altre infrastrutture comunicative che supportino in maniera più adatta una discussione di tipo assembleare.

Ma rimanendo nel tema della divulgazione di un evento, con i SNSs la notizia di una manifestazione può anche essere data nel momento in cui essa si sta svolgendo, invogliando la gente a presenziarvi. Vi sono dei limiti nel numero di persone che può ricevere il messaggio, e tuttavia vi sono dei modi per pubblicizzarlo per coinvolgere più persone:

Mi è capitato oggi... noi eravamo a un corteo, ho mandato un messaggio ad alcuni amici che erano connessi su Facebook, e nel giro di 10-15 minuti praticamente il messaggio aveva girato a 100-200 persone. (...)

I: Il messaggio che hai mandato, pensi che sia arrivato a persone già iscritte alla Rete?

Ma guarda, principalmente purtroppo il fatto è che Facebook, diversamente da altri SNSs come twitter, lascia comunque sempre una certa cerchia di gente che li legge. Però magari se non vengono condivisi solamente sulla pagina, ma si girano sui profili, allora ogni persona ha 500 amici, girano, allora si allarga anche. (CM)

Un’altra particolarità dell’informazione creata in questo modo è che “user generated”, creata dagli utenti: il fatto che siano gli stessi partecipanti a produrre i contenuti, attraverso strumenti come gli smartphone, fa sì che essi non necessitino più degli intermediari istituzionali che filtrino la notizia per divulgarla.

Un altro modo in cui la partecipazione online può essere finalizzata ad incidere sulla situazione politica è quello di effettuare pressioni, da parte dell’opinione pubblica, sulla classe politica. Abbiamo quindi chiesto, tramite i questionari, se gli intervistati ritengono che Facebook possa servire quale strumento per rivolgere le proprie istanze ai

rappresentanti ed avere un peso maggiore nel dibattito politico¹⁰³. A ciò il 67,1% del nostro campione risponde che Facebook serve per influenzare le decisioni dei rappresentanti politici, ritenendo che quindi esso non funga solo per una comunicazione “peer to peer” tra cittadini-utenti, ma possa essere utilizzato anche per avere un impatto sulle scelte istituzionali. Viceversa, il fatto che il 42,9% del campione ritiene che questo scambio non avvenga può essere spiegato da una parte attraverso la generale scarsa fiducia riposta nei partiti, e dall'altra attraverso il modo di operare in Rete da parte di questi attori: come abbiamo visto quando abbiamo indagato sull'uso che i partiti fanno di Facebook (paragrafo 7.2.1), essi non ne sfruttano le potenzialità e non intendono interpretare i messaggi espressi dalla società civile in questo luogo.

8.6.2 Lo scollamento tra il virtuale e il reale: il cliccattivismo e la partecipazione nel mondo fisico

Tutti gli intervistati tramite interviste in profondità concordano sul fatto che esiste un forte scollamento tra la partecipazione che avviene in Rete, e che dovrebbe preludere a quella “di piazza”, e la reale affluenza agli eventi offline. Al fatto che alcuni eventi o alcune pagine abbiano centinaia, migliaia o addirittura centinaia di migliaia di adesioni, non corrisponde ovviamente una presenza di individui “in carne e ossa” che si mobilitano, poiché non significa che questi sentano realmente il coinvolgimento in una determinata causa e si spendano nella vita “reale” per essa. Il caso del Popolo Viola è emblematico in questo senso: la pagina nazionale vede aumentare sempre di più gli iscritti - dal momento dell'inizio della rilevazione ad oggi, maggio 2012, e cioè in circa un anno, la pagina è passata da avere circa 390.000 like a circa 448.400 - ma i militanti “reali” si sono ridotti a qualche centinaia.

Il “cliccattivismo” è infatti un tipo di partecipazione leggera che non richiede molto sforzo, e spesso la partecipazione virtuale non si tramuta in reale:

Tutta la potenza di Facebook si potrà ridimensionare, insomma bisogna valutare un sacco di cose... cioè non è che poi avere una pagina con 400.000 “mi piace” poi significa che tu hai 400.000 persone pronte a scendere in campo e a combattere fino alla morte per te... (MC)

¹⁰³ Appendice E; Tab. 3.

La gente la vedi in piazza. Facebook non conta niente. Anche perché se dovessimo ragionare su Facebook, ogni volta che c'è un evento a Milano dovremmo trovarci in 300, 400, 500 e invece siamo in 20 (...) Noi sappiamo che i parteciperò vanno divisi per venti, circa. (MO)

Diciamo che quando c'è scritto su Facebook che arrivano mille partecipanti, di solito se siamo 100-200 è tanto, purtroppo. Però vabbè, è normale, è fisiologico... (LM)

Su Facebook, dicono: "Ah, in Tunisia la rivoluzione è partita da Facebook". No. In Tunisia la rivoluzione è partita dalla piazza. Su Facebook potevano dire: "siamo in piazza..." (...) Ma non è che un giorno si son svegliati, hanno aperto Facebook e hanno detto: "Facciamo oggi la rivoluzione". Ed è quello che pensano di fare la maggior parte degli italiani. A me fanno ridere. Quando entro su Facebook e dicono: "Facciamo la rivoluzione, facciamo la rivoluzione...": vai in piazza e falla la rivoluzione. Qualcuno ti seguirà. Stare su Facebook a parlare non serve più. (MO)

Tuttavia, i "mi piace e ai parteciperò all'evento" hanno in ogni caso una loro funzione: servono per avvertire ed incuriosire i propri conoscenti, in modo che, anche se loro non possono partecipare, la notizia circoli lo stesso. Non è infatti detto che tutti coloro che rispondono all'invito su Facebook scendano in piazza, ma l'importante è sensibilizzare quante più persone possibile sulle proprie istanze.

Ti dico, Facebook secondo me è buono per gli eventi. Per dire "domani si va in piazza" (...). Se tu vai a vedere, tra quelli invitati non ci sono solo i milanesi, ma tutt'Italia (...) è importante perché almeno la gente vede che tu partecipi, e va a vedere che cos'hai cliccato (...) poi vabbè è utile anche perché comunque magari chi ha scritto "parteciperò", mentre si sta svolgendo un'iniziativa (...), fa passare le informazioni. (MO)

Quando non posso essere presente agli eventi, non metto "non parteciperò", ma metto "forse", così compare lo stesso sulle bacheche, però, appunto, ti vedi un evento da 100 mila parteciperò, e in piazza sei in 100. (CM)

Tutti gli intervistati ribadiscono che in ogni caso, aldilà della presenza virtuale, per avere un impatto occorre presenziare fisicamente agli eventi offline. Per questo motivo, ad esempio, il gruppo milanese della Rete cerca di essere molto attivo sul territorio:

Almeno una volta alla settimana siamo in piazza. Poi, in sto periodo un po' di meno, perché vabbè le vacanze... poi ci siamo fatti il mazzo per Pisapia e per il referendum, per cui abbiamo detto "prendiamoci un po' di calma". Perché li eravamo in piazza due-tre volte a settimana... volantaggi, sit in, presidi...di tutto. (...) presidi davanti al tribunale di Milano in

sostegno dei magistrati...le battaglie contro la mafia, i ricordi di Falcone e Borsellino...

(MO)

Il gruppo di Milano è infatti uno di quegli esempi di chi è riuscito ad “uscire” da Facebook per riunirsi in assemblee fisiche, che avvengono in media una volta a settimana. Un primo motivo per cui è indispensabile presenziare fisicamente a riunioni, o comunque incontrarsi di persona, è per superare le complicazioni insite nella comunicazione online che si sono viste essere state controproducenti per il movimento, come la brevità della conversazione e i fraintendimenti nelle discussioni. Ma si tratta anche di conoscersi meglio per instaurare quei rapporti di stima reciproca che non è possibile stabilire online.

Noi di Milano una volta alla settimana ci incontriamo. Anche noi abbiamo degli scazzi interni eh, però ci incontriamo, se ne parla, si risolve, se non si risolve ci teniamo il muso per qualche giorno, ma basta. (MO)

I: credi che offline vi sarebbe la possibilità di superare alcune delle problematiche che avete riscontrato nella comunicazione su Facebook?

Secondo me nella piazza ci potrebbe essere anche più possibilità. È proprio il mezzo, perché è Facebook che allontana molto comunque, il mezzo telematico che chi fa concentrare automaticamente... se io ti dico dieci cose, e su una tu non sei d'accordo, tu mi puntualizzi quella in cui tu non sei d'accordo e mi rispondi su quella... non è che mi dici bravo, nove cose, tutte ok e approfondisci quelle. No, approfondisci la decima dove non sei d'accordo (...). In realtà condividiamo il 99% delle cose, eppure dopo tre mail il o tre scambi di messaggi siamo acerrimi nemici (...). È un problema che in realtà gli Indignados da questo punto di vista hanno superato, perché rifiutano assolutamente il mezzo di discussione di Facebook o twitter, comunque telematico, basandosi solo sulle assemblee reali. (AA)

Una seconda ragione è che l'assemblea fisica è il luogo più adatto per prendere decisioni, ed infine, presenziare offline serve a raggiungere quelle persone non utilizzano Internet, o che pur essendo utenti, non andrebbero mai cercare informazioni sul movimento Viola, perché di idee politiche diverse oppure del tutto disinteressate al tema.

8.6.3 Attivazione e riattivazione

Infine, ci siamo chiesti quali siano le opinioni degli intervistati sulla possibile funzione di Facebook per l'attivazione politica, ovvero, se in base alle loro esperienze questo sia

stato uno strumento per “attivare” i non interessati alla politica e/o “riattivare” i già interessati che per varie ragioni si erano distaccati da essa.

Come prima cosa abbiamo dunque chiesto tramite questionario se i soggetti si ritengono interessati alla politica. Sebbene possa sembrare una domanda scontata da porre agli attivisti, non dobbiamo dimenticare che proprio il carattere “soft” – in termini di ideologie e strutturazione - del movimento Viola abbia avuto una capacità attrattiva anche nei confronti di coloro che non erano dei “militanti” in senso stretto. Di più, proprio la collocazione fortemente virtuale del movimento ha inciso sull’ampliamento dei propri confini, e ha quindi potuto far avvicinare anche coloro che non partecipano in altre maniere se non online, e che possono ritenersi quindi degli attivisti occasionali o dei semplici osservatori del dibattito politico.

Tuttavia, essendo il campione autoselezionato, era prevedibile che avrebbero risposto solamente gli individui maggiormente motivati, ovvero i più interessati al movimento stesso e di conseguenza alla politica in generale. Infatti, come emerge dalla tabella 8.21, il 37,7% degli intervistati esprime il massimo interesse per la politica. Osservando poi le percentuali cumulate, vediamo che solo il 4,1% di essi si colloca tra i valori 1 e 5, ovvero su quelli che esprimono uno scarso interesse per la politica, mentre la quasi totalità del campione (95,9%) si colloca tra i valori 6 e 10.

Tabella 8.21 – Interesse per la politica (valori percentuali)

| | | | |
|---------------|-------|---|------|
| 1=Per nulla | ,7 | } | 4,1 |
| 2 | ,7 | | |
| 3 | ,7 | | |
| 4 | 1,3 | | |
| 5 | ,7 | | |
| 6 | 4,6 | } | 95,9 |
| 7 | 13,2 | | |
| 8 | 23,2 | | |
| 9 | 17,2 | | |
| 10=Moltissimo | 37,7 | | |
| Totale | 100,0 | | |
| N | 151 | | |

In relazione a questa domanda, abbiamo poi chiesto quale fosse la percezione degli intervistati riguardo al ruolo di Facebook nel proprio processo di interessamento alla

politica, e il 58,8% degli intervistati si è dichiarato molto o abbastanza d'accordo sul fatto che Facebook non abbia influito positivamente sul proprio livello d'interesse nei confronti della politica, che quindi era preesistente l'utilizzo del SNS¹⁰⁴.

Per approfondire questo tema abbiamo poi cercato di rilevare tramite le interviste in profondità quale fosse stato il percorso politico dei soggetti precedente l'incontro con Facebook ed in generale con il movimento, e tutti gli intervistati hanno dichiarato di avere un passato da simpatizzante o militante politico, e che tra le loro file la maggior parte dei membri aveva più o meno la stessa storia. Insomma, l'interesse per ciò che accade nel mondo politico c'era già, ma quello che mancava erano strumenti accessibili ed intuitivi che facilitassero l'espressione delle proprie idee e l'incontro con chi la pensasse come loro. Infatti, più che per far scaturire l'interesse per la politica, Facebook pare servire per condividerlo.

La stessa opinione emerge anche dai questionari: un dato interessante è che ben l'87,0% del campione si dichiara d'accordo (e il 50,7% molto d'accordo) sull'item fatto "Tramite Facebook ho potuto mettermi in contatto con persone che condividono le mie stesse idee politiche"¹⁰⁵.

Gli intervistati – in profondità - a questo proposito affermano che per loro Facebook rappresenta un mezzo attraverso cui "sentirsi meno soli", poiché stimola le occasioni di dibattito e permette di entrare in gruppi, o crearne di nuovi, a seconda di ogni esigenza personale.

È decisamente aumentata la mia capacità e voglia di interazione pubblica con il mezzo Facebook (...). Perché io pensavo, per quello che vedi alla televisione... il regime no? che tutti quanti so' berlusconiani... scoprire che invece non ero sola, ha dato coraggio al mio pensiero... io pensavo di essere lì, nella mia torre d'avorio, sola e isolata, e invece ho scoperto che c'era un sacco di gente con cui condividere lo sdegno per questa faccenda. (RP)

Quindi, questo strumento sicuramente serve per una riattivazione di chi già era interessato ma non aveva modo di trovare istituzioni che lo rappresentassero o luoghi per discuterne. Ma allo stesso tempo dalle interviste emerge anche l'opinione che per richiamare la gente, passanti non interessati, sia necessario il contatto umano, il confronto visivo e fisico, con il movimento. In altre parole, l'idea è che è la piazza che fa scaturire la fiducia in un soggetto politico, e stimola la curiosità di andare a cercarlo online – dove,

¹⁰⁴ Appendice E; Tab. 3.

¹⁰⁵ Appendice E; Tab. 3.

ovviamente, continuare in maniera più “comoda” ed efficiente a mantenersi in contatto con il gruppo.

Ogni volta che facevamo la riunione la postavamo anche su Facebook. Nel senso dicevamo: “Stasera il Popolo Viola si ritrova lì, dalle-alle, è aperta, chi vuole...”, poi abbiamo visto che eravamo sempre noi e quindi vabbè, da lì... non chiamiamo, non chiamiamo. (LM)

Ci sono una quindicina di persone che non sono Viola, però partecipano alle nostre iniziative, si informano... c’hanno conosciuto in piazza. Hanno visto che eravamo molto attivi in piazza e su Facebook c’hanno raggiunto.

I: non il contrario allora...

Esatto. Che è quello che dovrebbe essere: ti vedo in piazza e dico: “chi è questo?” (...). La piazza è la cosa più utile. (MO)

Infatti abbiamo come visto alcuni gruppi, pur utilizzando costantemente la Rete, privilegiano l’esposizione fisica. Ricordiamo infatti il problema del digital divide: in Italia circa la metà della popolazione non usa Internet. Degli utenti, poi, solo una parte usa Facebook, una fetta ancora minore si informa di politica attraverso di esso, e ancora, solo una minima parte potrebbe essere connessa in qualche modo, tramite amici o pagine a cui è iscritto, alle idee che il movimento propone. Ragionare solo su questa piattaforma significa, per il movimento, precludersi la possibilità di incontro e confronto con una parte importante della popolazione. È necessario quindi farsi vedere nelle strade, coinvolgere più persone possibile, e cercare di far aderire alla propria causa proprio coloro che ne sarebbero disinteressati. Di più, se il fine dei movimenti è incidere sulla realtà, è necessario che l’impatto nel mondo fisico sia forte e costante.

Facebook rimane quindi uno strumento che serve per informarsi, anche in tempo reale, su ciò che accade nella propria città, nel proprio Paese e nel mondo. Ma chi è interessato alla politica e ad eventi ad essa correlati si informa anche attraverso altri canali, sia online che offline. In questo senso, Facebook integra, e non sostituisce, altri strumenti come il passaparola tra conoscenti e l’informazione proveniente da altre fonti. Può aiutare a far scaturire, questo sì, conoscenza ed un senso di solidarietà con le cose che accadono in contesti differenti, e come abbiamo visto, invogliare la gente a partecipare. Ma lo stesso movimento nato su Facebook ha maturato nei confronti di questo strumento una certa disillusione, e i gruppi ancora attivi cercano quindi di integrare l’uso di una molteplicità di piattaforme per connettersi, organizzarsi, diffondere informazioni, con forme di protesta di piazza e pratiche assembleari in presenza.

Conclusioni

Riprendiamo ora le domande da cui siamo partiti, e che hanno connotato la suddivisione in tre assi d'analisi di questa ricerca. Il primo asse riguardava il modo in cui Internet contribuisse alla riconfigurazione della partecipazione politica; il secondo, in che modo questa si articolasse sui SNSs; il terzo, di che tipo fossero le relazioni tra partecipazione online e partecipazione offline.

Cominciamo con il presentare il primo asse. Abbiamo aperto questo lavoro esponendo i cambiamenti nelle caratteristiche dell'agire sociale e politico nella tarda modernità, evidenziando processi come quello di individualizzazione e sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Abbiamo poi visto come il declino della funzione di rappresentanza dei partiti di massa, un fenomeno di de-istituzionalizzazione, non coincide tuttavia con l'allontanamento dalla vita politica da parte dei cittadini, ma con la loro ricerca di forme autonome e non convenzionali di azione, al di fuori dei canali tradizionali. Si tratta di forme denominate come "lifestyle politics", in cui vengono messi in discussione i modelli precedenti di affiliazione politica, e in cui la cittadinanza viene realizzata attraverso pratiche private o semi-pubbliche scaturite da un processo riflessivo individuale, autonomo e continuo.

Tali cambiamenti riguardano l'azione degli individui così come quella collettiva. Poiché il nostro caso di studio è stato il movimento Viola, abbiamo quindi analizzato le caratteristiche dei movimenti odierni, adottando come chiave interpretativa il concetto di network. Abbiamo evidenziato come i movimenti (o "coalizioni di networks") assumano forme flessibili, rizomatiche e reticolari, e la loro organizzazione sia basata sulla connessione di nodi autonomi (gruppi o individui). Essi inoltre propongono la logica del network come modello attraverso cui prendere decisioni: gli obiettivi vengono definiti in maniera contingente dai partecipanti, attraverso pratiche di democrazia diretta, in una

cornice che non è determinata da ideologie stabili, ma dall'aggregazione di identità mutevoli e frammentate.

Il supporto infrastrutturale ideale per tale tipo di partecipazione, caratterizzata dall'individualismo di rete, è per l'appunto Internet. Abbiamo esaminato come esso da una parte intersechi, e dall'altra acceleri, i processi sociali e culturali qui sopra esposti, ed abbiamo individuato tre campi in cui Internet contribuisce alla riconfigurazione della partecipazione politica.

In primo luogo, con esso cambia radicalmente la produzione e la fruizione dell'informazione. Il discorso pubblico mediatizzato vede qui gli utenti emanciparsi dal ruolo di spettatori per attivarsi essi stessi nella produzione di contenuti. La comunicazione in Internet è infatti caratterizzata da un alto livello di interattività e dalla disintermediazione comunicativa, intesa come fenomeno per cui la diffusione dell'informazione non necessita più il passaggio attraverso canali tradizionali di distribuzione e produzione di senso, poiché gli individui possono contribuire a generare e scambiare contenuti. Un secondo grande cambiamento è l'ampliamento dei repertori d'azione politica, che è possibile portare avanti attraverso una varietà di piattaforme virtuali; infine, Internet facilita la creazione di gruppi d'interesse de-spazializzati.

Dalla nostra ricerca empirica emerge come vi siano delle categorie solitamente inattive che trovano uno sbocco partecipativo nell'online più di quanto accade a livello offline, e cioè le donne, i giovani e i non occupati. Le ragioni sono da addurre al calo dei costi per partecipare, specialmente in termini risorse materiali e di tempo, e alle nuove opportunità offerte dalla Rete per quanto riguarda i repertori d'azione. Internet è poi un mezzo considerato efficiente per acquisire e diffondere informazioni, sia riprese da media tradizionali che di diverso tipo, e cioè informazioni generate dagli utenti che si connettono per creare, individualmente o collettivamente, le proprie narrazioni, innovando le stesse architetture virtuali. A questo proposito, quindi, abbiamo riscontrato che non vi è solo un meccanismo di "autoselezione" di chi già partecipa offline nel partecipare online, ma molti soggetti possono qui trovare delle condizioni più vantaggiose per partecipare rispetto a quelle incontrate offline.

Veniamo ora al secondo asse della nostra ricerca, ovvero la riarticolazione della partecipazione politica sui SNSs. Ci eravamo chiesti se si riuscisse a generare discorso pubblico su questa piattaforma, e i limiti che abbiamo riscontrato sono i seguenti.

Fatte salve tutte le precisazioni sul digital divide, che limita l'inclusione di gran parte dei soggetti alla discussione politica su questa piattaforma, un primo punto che abbiamo considerato è stata la questione della proprietà di Facebook. A tale proposito abbiamo osservato come anche i mezzi che sono stati definiti "del potere", come Facebook, vengono utilizzati per contestarlo, da individui e movimenti che utilizzano le applicazioni fornite da tale mezzo per organizzare la propria protesta. Dalla nostra ricerca emerge quindi che il carattere privato delle piattaforme virtuali, tra cui Facebook, non è di per sé un problema per la deliberazione pubblica. Abbiamo visto come questo movimento, sebbene non sia del tutto "uscito da Facebook", ha imparato a proprie spese l'importanza di situarsi su diverse piattaforme, utilizzando siti web, più strutturati e "propri" di una pagina Facebook per veicolare in maniera diversa il proprio messaggio, mailing list, forum, chat e gruppi chiusi di Facebook per approfondire tra un numero ristretto di persone motivate gli argomenti su cui focalizzarsi; ma anche immaginarne altre, simili a wiki, per prendere decisioni in maniera più accurata e strutturare una discussione che abbia le caratteristiche della deliberazione.

Se quindi il fatto che Facebook sia una corporation non è considerato come limitativo allo sviluppo della discussione, rimane però il nodo del carattere al contempo pubblico e privato delle bacheche: pubblico, perché ciò che viene qui esposto è visibile a tutti, e privato, perché i gestori detengono il potere decisionale su tutti i contenuti che devono essere o meno diffusi, provocando contrasti in merito a censure, bannaggi, priorità delle iniziative da divulgare.

Occorre quindi focalizzarsi sul tipo di gestione delle pagine. Abbiamo infatti visto che in generale in Internet vi sono piattaforme che permettono diversi livelli di interattività, e che i SNSs sono dotati di una molteplicità di applicazioni che rendono estremamente facile la partecipazione degli utenti. Tuttavia, non è detto che la conversazione in questo luogo sia necessariamente non-gerarchica ed interattiva. Abbiamo fornito un esempio a questo proposito effettuando una comparazione tra la pagina di un movimento e quelle di alcuni partiti. Le pagine di questi ultimi infatti riflettono una concezione "broadcasting" del web: l'estensione, ovvero la quantità di post e commenti scaturiti da ogni post di status, sono

minimi, e soprattutto, non vi sono discussioni proposte dagli utenti. Invece, i movimenti tendono a dare ampio spazio alla costruzione del sapere da parte degli utenti.

Ciononostante, abbiamo visto come le controversie sulla gestione della pagina nazionale sono state fondamentali per le varie scissioni del movimento. La soluzione della Rete Viola è stata in questo caso dotarsi di meccanismi di democrazia interna, in modo da “sbarcare” in Rete con una chiara distinzione dei ruoli. Ha cercato cioè di definire cioè a priori quali siano le regole da seguire sulla pagina, chi la debba amministrare e per quanto e che tipo di eventi pubblicare, effettuando un percorso di elaborazione dei propri obiettivi precedente alla pubblicazione delle informazioni sulle bacheche.

Emerge quindi come Facebook – e in generale i SNSs - siano utili, e a volte fondamentali, per la diffusione delle notizie, ma non per l’elaborazione collegiale delle proposte. Infatti, il secondo problema da noi riscontrato è relativo alle pagine aperte, specialmente con centinaia di migliaia di iscritti. In questi luoghi la velocità, la brevità dei messaggi e il loro carattere pubblico influiscono sulle dinamiche comunicative tra partecipanti, come lo scarso approfondimento della discussione e la dispersività dei commenti. In questi luoghi, inoltre, il fine non è deliberare: non appare sulla bacheca pubblica il processo decisionale finalizzato al raggiungimento del consenso, poiché questo è più uno spazio che funge da “vetrina” di decisioni prese altrove.

Esso viene quindi utilizzato principalmente per divulgare informazioni riguardo la classe politica e criticare le sue posizioni e comportamenti, utilizzando come principale fonte informativa le testate online. A questo proposito, nel nostro caso si ritiene che non si possa parlare di frammentazione delle rappresentazioni (i temi proposti sono gli stessi che si trovano anche in tv, nei giornali cartacei e online), ma che al contempo il modo di rappresentare le notizie sia nettamente connotato e non pluralistico, e che il “filtraggio” delle stesse sia affidato a siti istituzionali di quotidiani (come ilfattoquotidiano.it e repubblica.it).

Sia l’informazione che viene data, sia i commenti alle notizie, sono fortemente caratterizzati dalla condivisione di un medesimo punto di vista sulla realtà, che è quello espresso dalla linea “ufficiale” della pagina. La conversazione è quindi polarizzata e caratterizzata da uno scarso livello di confluttualità: la maggior parte degli interventi (commenti e like), cioè circa due terzi, supportano le visioni degli interlocutori, e in linea generale della posizione dominante sulla pagina.

Inoltre, abbiamo rilevato che la stragrande maggioranza dei post sono finalizzati alla riflessione, e che solo un ristretto numero di interventi è teso alla mobilitazione, in particolar modo relativa a manifestazioni offline del movimento o di gruppi vicini ad esso.

Da tali considerazioni emerge che Facebook assume una funzione importante per la componente espressivo-cognitiva della partecipazione politica, più che per quella strumentale, finalizzata cioè ad una dichiarazione di un'appartenenza e di un'identità – anche se non parliamo di una precisa identità collettiva nettamente definita, ma di un'aggregazione di molteplici identità.

La spinta a partecipare esprimendo la propria adesione ad un'idea o ad una proposta – attraverso un click od un post – non è determinata tanto dalla volontà di incidere in questo modo sulla politica italiana: abbiamo visto come tutti gli intervistati ritengono che sia indispensabile la protesta fisica. Ciò che è importante in questo caso è invece la componente simbolica della partecipazione.

Tuttavia, non è nostra intenzione appiattire la molteplicità delle forme di attivismo online e sui SNSs leggendola come pura espressione di un attivismo pigro e puramente narcisistico: abbiamo visto come il fenomeno della “lifestyle politics” implichi che per trovare istanze collettive sia oggi naturale intraprendere questo percorso autonomamente, senza il filtro dei partiti o di altri soggetti istituzionali. Non è quindi strano che la Rete venga utilizzata per questo. Di più, per molti soggetti l'attivismo non si conclude nella semplice affermazione delle proprie idee attraverso la tastiera, ma passa attraverso di essa per esplicitarsi poi nel mondo fisico. Rimane quindi importante la partecipazione offline, per raggiungere anche quella parte della popolazione che non utilizza gli strumenti tecnologici, quella che pur essendo utente non utilizza i SNSs, o ancora, quella che non andrebbe spontaneamente a cercare informazioni di tipo politico su di essi o che si posiziona su idee differenti da quelle del movimento.

E qui passiamo all'ultimo asse di analisi, ovvero al tipo di relazioni esistenti tra online ed offline. Abbiamo visto come vi sia un continuo scambio tra le due dimensioni, che non sono quindi da considerare come separate.

Un primo risultato in questo senso emerge dall'analisi della pagina del movimento: i picchi di attività su di essa coincidono con gli orari del pranzo e della cena, evidenziando come l'online rifletta i tempi di vita del mondo offline. Inoltre, gli argomenti di discussione

cambiano nel tempo: vi sono punti di discontinuità tematica nei due periodi di rilevazione, derivanti dal cambiamento del contesto socio-politico italiano.

Anche dai nostri modelli di regressione emerge come il comportamento online rifletta quello offline. Abbiamo infatti rilevato associazioni positive tra intensità dell'uso di Internet e Facebook e partecipazione offline, nonché tra quantità di attività svolte nei due livelli. Questo ci ha permesso di definire delle tipologie di attivisti oltrepassando i limiti della dicotomia online/offline.

Vogliamo poi ribadire che non adduciamo tutte le dinamiche che hanno portato alla nascita, all'evoluzione e alla frammentazione del movimento a Facebook. Esso è da considerarsi uno specchio di ciò che accade a livello offline. Infatti, riflette la natura scarsamente ideologica di un movimento come questo, la commistione tra pubblico e privato, la debolezza dei legami tra i nodi, la facilità di entrata ed uscita dal movimento stesso. Riflette inoltre il problema dell'assenza di una leadership riconosciuta e da più parti non voluta, e i vari modi di intendere un movimento come molecolare ed orizzontale (come abbiamo visto, questo fine può essere raggiunto attraverso una strutturazione più o meno marcata). Facebook, in questo senso, è emblematico del carattere "leggero" dei nuovi movimenti, ed è uno strumento estremamente efficace per comprenderli.

Con la nostra tesi vogliamo quindi marcare una distanza da letture in chiave causale dell'effetto di Facebook sulla partecipazione politica, entusiastiche o pessimistiche. Riteniamo che Facebook non serva tanto per "attivare" la popolazione, ma che possa essere utile per riattivare coloro sono già interessati alla politica (come abbiamo visto, una gran percentuale di intervistati ha dichiarato di aver aumentato la propria partecipazione ad eventi politici grazie a Facebook). Esso si inserisce quindi in un quadro di fattori che contribuiscono a far emergere delle proteste (nel nostro caso, un preciso contesto storico, politico ed economico), favorisce la diffusione della conoscenza su di esse, rende evidente la volontà di una politica partecipata e facilita l'interconnessione tra nodi locali e virtuali permettendo una "riattivazione" a livello locale che passa attraverso la Rete.

Per concludere, abbiamo con la nostra ricerca cercato di fornire nuovi strumenti concettuali e metodologici allo studio della partecipazione online, creando indicatori *ad hoc* per lo studio delle attività portate avanti in questi luoghi (chattare, guardare video su Youtube, discutere su forum online e mailing list, aderire a cause su Facebook o gestirne

delle pagine, etc.) e combinando tecniche quantitative e qualitative di analisi (analisi delle reti tra attori, conteggio degli “scriventi” e dei “riceventi” nella discussione, analisi del tema e del fine degli interventi, conteggio delle righe dei messaggi, etc.)

Tali strumenti sono serviti per capire come sui SNSs si sfumino le classiche dicotomie di partecipazione visibile ed invisibile, spazio pubblico e privato, e per proporre delle nuove classificazioni di partecipazione online e delle tipologie di partecipanti, online e su Facebook nello specifico.

Ricordiamo infine che la nostra ricerca era tesa allo studio della partecipazione e della comunicazione politica in uno specifico contesto storico e geografico. Quello che occorrerà fare in futuro, a nostro parere, sarà adattare i propri strumenti d’indagine a diverse tecnologie, in costante e rapido cambiamento, capendo che sempre di più le pratiche democratiche di deliberazione e discussione passeranno per questi mezzi.

Riferimenti bibliografici

- Andretta M., della Porta D., Mosca L., Reiter H. (2002), *Global, nonglobal, new global*, Roma – Bari: Laterza, 2002
- Anduiza E., Gallego A. and Cantijoch M. (2010). “The conditional influence of resources on online political participation in Spain”, *Journal of Information Technologies and Politics*. 7(4)
- Barbagli M., Maccelli A. (1985), *La partecipazione politica a Bologna*. Bologna: il Mulino
- Barber B. (1984), *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*. Berkeley: University of California Press
- Barber, B. R. (2003), *Democracy and cyberspace: Response to Ira Magaziner*. Which technology and which democracy?, in H. Jenkins and D. Thorburn (eds.), *Democracy and new media*, 126-142, Cambridge: The MIT Press
- Barber B. (2004), *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*. University of California Press (Twentieth Anniversary Revision)
- Barnes S. H., Kaase M., et al. (1979), *Political Action: Mass Participation in Five Western Democracies*, Beverly Hills: Sage
- Bauman Z. (1993), *Postmodern Ethics*, Cambridge, MA: Basil Blackwell
- Beck U. (1994), *The reinvention of politics*, In Beck U., Giddens A. and Lash S. (eds.), *Reflexive modernization: Politics, tradition and aesthetics in the modern social order* Stanford, Calif.: Stanford University Press
- Beck U., Giddens A. and Lash S. (1994), *Reflexive modernization: Politics, tradition and aesthetics in the modern social order* Stanford, Calif.: Stanford University Press
- Beck U. (2000), *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Roma: Carocci Editore
- Beer D. (2008), “Social network(ing) sites...revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(2), 516-529
- Bennett, W. Lance, (1998), “The UnCivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics”, *P.S.: Political Science and Politics*, 31 (December), 41-61
- Bennett W. L., Entman R. M. (2001), “Mediated Politics: An Introduction”. In Bennett, W.L. e R. M. Entman, (eds.), *Mediated Politics. Communication in the future of Democracy*, New York: Cambridge University Press

- Bennett, W. L. (2004), *Branded Political Communication: Lifestyle Politics, Logo Campaigns, and the Rise of Global Citizenship*. In Michele Micheletti, Andreas Follesdal, and Dietlind Stolle (eds.), *The Politics Behind Products*. New Brunswick, N.J.: Transaction Books
- Bentivegna S. (1999), *La politica in rete*, Roma: Meltemi
- Bentivegna S. (2002), "Politics and New Media". In Lievrouw L., Livingstone S. (eds.), *The Handbook of New Media*, London: Sage
- Bentivegna S. (2006), *Campagne elettorali in rete*, Bari: Laterza
- Bentivegna S. (2009), *Disuguaglianze digitali. Le nuove forme di esclusione nella società dell'informazione*, Bari: Laterza
- Best S. J. and Krueger B. (2005), "Analyzing the representativeness of Internet political participation", *Political Behaviour*, 27(2), 183-216
- Best S. J., Krueger B., Ladewif J. (2007), "The Effect of Risk Perceptions on Online Political Participatory Decisions", *Journal of Information Technology & Politics*, 4(1), 5-17
- Bimber B. (1998), "The Internet and Political Mobilization: Research Note on the 1996 Election Season", *Social Science Computer Review*, 16, 91-401
- Bimber B. (2001), "Information and Political engagement in America: the search of effects of information technology at the individual level", *Political Research Quarterly*, 54(1), New York: Oxford University Press, 53-67
- Bimber B. (2003), *Information and American democracy: technology in the evolution of political power*, Cambridge: Cambridge University Press
- Bimber, B., Davis, R. (2003), *Campaigning online: The Internet in U.S. elections*. New York: Oxford University Press
- Biorcio R. (2003), *Sociologia politica. Partiti, movimenti sociali e partecipazione*, Bologna: Il Mulino
- Bosnjak, M., Galesic, M., & Klicek, B. (2008), "Determinants of online political participation in Croatia - An extended planned behavior model", *Društvena Istraživanja - Journal for General Social Issues*, 4-5(96-97), 747-769
- Boulianne S. (2009), "Does Internet use affect engagement? A meta-analysis of research," *Political Communication*, 26(2), 193-211
- boyd d. and Ellison N. (2007), "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 210-230

- Brady H. E., Verba S., Schlozman K. L. (1995), "Beyond Ses: A Resource Model of Political Participation", *The American Political Science Review*, 89(2), 271-294
- Brundidge J. (2010), "Encountering "Difference" in the Contemporary Public Sphere: The Contribution of the Internet to the Heterogeneity of Political Discussion Networks", *Journal of Communication*, 60(4), 680–700
- Butsch R. (ed.) (2007), *Media and Public Spheres*, New York: Palgrave-McMillan
- Calenda D., Mosca L. (2007), Youth online: Researching the political use of the Internet in the Italian context, in B. Loader (ed.), *Young Citizens in the Digital Age: Political Engagement, Young People and New Media*, London, Routledge, 82-97, reperibile all'indirizzo http://dicospe.academia.edu/LorenzoMosca/Papers/962695/Youth_online_Researching_the_political_use_of_the_Internet_in_the_Italian_context
- Calise M. (2000), *Il partito personale*, Roma-Bari: Laterza
- Caniglia B. S., Carmin J. (2005). "Scholarship on Social Movement Organizations: Classic Views and Emerging Trends", *Mobilization* 10(2): 201-212
- Castells M. (2002), *Galassia Internet*, Feltrinelli, Milano, 2002
- Castells M. (2002a), *La nascita della società in rete*, Università Bocconi Editore, Milano
- Castells M. (2004), *La città delle reti*, trad. di C. Rizzo, Marsilio, Venezia
- Castells M. (2007), "Communication, Power and Counter-power in the Network Society", *International Journal of Communication* 1, 238-266
- Castells M. (2009), *Comunicazione e potere*, Milano: Egea
- Ciastellardi M. (2011), Political Reactivation in Bottom-up Environment. A social media framework to enhance participation from online network to everyday life and vice versa, in Widodo, Y. (ed.), *International Conference "Social Media Cultures". Political, Economic, Social, And Journalistic Challenge. Proceedings*, University Of Atma Jaya Yogyakarta Publisher, Yogyakarta
- Coglianesi C. (2007), *Weak Democracy, Strong Information: The Role of Information Technology in the Rulemaking Process*, in Viktor Mayer-Schoenberger and David Lazer, (eds.), *From Electronic Government to Information Government: Governing in the 21st Century* (MIT Press)
- Cotta M., 1979, "Il concetto di partecipazione politica: linee di un inquadramento teorico", *Rivista Italiana di Scienza Politica*, 2, 193-227

- Crook, S., Pakulski J. and Waters M. (1992), *Postmodernization: Change in Advanced Society*. London: Sage
- Dalton, R. J. (1988) *Citizen Politics in Western Democracies*, Chatham, NJ: Chatham House
- Dalton, R. J. and Wattenberg M. P. (eds.) (2000), *Parties Without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press
- Dahlberg, L. (2001), "Democracy via Cyberspace: Mapping the Rhetorics and Practices of Three Prominent Camps" *New Media and Society*, 3(2), 155-177
- Dahlgren P. (2005), "The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation", *Political Communication*, 22(2), Routledge, 147-162
- Dahlgren P. (2006) "Civic participation and practices: beyond 'deliberative democracy'", in Carpentier N. et al, (eds.) *Researching Media, Democracy and Participation* Tartu: Tartu University Press, 23-35
- Dahlgren P. and Olsson T. (2007), "From Public Sphere to Civic Culture: young citizen's Internet use", in Butsch R. (ed.), *Media and Public Spheres*, New York: Palgrave-McMillan, 198-209
- Danziger J. N., Dutton W. H., Kling R., Kraemer K. L. (1982), *Computers and Politics*, New York: Columbia University Press
- Davis, R. (1999), *The web of politics: The Internet's impact on the American political system*, New York: Oxford University Press
- De Kerckhove D. (2001), *L'architettura dell'intelligenza, Testo & Immagine*: Torino
- De Rosa R. (2000), "Fra comunicazione e politica. Gli spazi virtuali della democrazia che cambia", Paper (in progress) presentato al meeting annuale della Società Italiana di Scienza Politica, Napoli, Settembre
- Della Porta D., Diani M. (1997), *I movimenti sociali*, Roma: NIS
- Della Porta D. (2003), *New Global*, Bologna: Il Mulino
- Della Porta D. e Mosca L. (a cura di) (2003), *Globalizzazione e movimenti sociali*, Roma: ManifestoLibri
- di Gennaro C., Dutton W. (2006), "The Internet and the Public: Online and Offline Political Participation in the United Kingdom", *Parliamentary Affairs*, 59, 299-313
- DiMaggio P., Hargittai E., Neuman W. R., Robinson J. P. (2001), "Social Implications of the Internet", *Annual Review of Sociology*, 27, 307-336
- Diani M. (1988), *Isole nell'arcipelago. Il movimento ecologista in Italia*, Bologna: il Mulino

- Diani M. (2002), "Network Analysis", in Klandermans B., Staggenborg S., *Methods of social movement Research*, University of Minnesota press
- Durkheim E. (1996), *La divisione del lavoro sociale*, Torino: Edizioni di Comunità
- Ellison, N. (1997) 'Towards a New Social Politics: Citizenship and Reflexivity in Late Modernity', *Sociology* 31.4: 697–717
- Ellison N.B., Steinfield C., and Lampe C. (2007), "The benefits of Facebook 'Friends': Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1143-1168
- Fraser N. (1992), in Calhoun, (ed.), *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*, Habermas, and the Public Sphere, Cambridge Mass.: MIT press
- Freschi A. C. (2003), "Dalla rete delle reti al movimento dei movimenti. Gli hacker e l'altra comunicazione", in Della Porta D., Mosca L. (a cura di) (2003), *Globalizzazione e movimenti sociali*, Roma: ManifestoLibri
- Gibson, R., Ward, S. (1998), "UK political parties and the Internet: Politics as usual in the new media?", *Harvard International Journal of Press/Politics*, 3(3), 14-38
- Giddens, A. (1984), *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Berkeley, University of California Press
- Giddens A. (1994) *Le conseguenze della modernità*, Bologna: Il Mulino
- Goffman E. (2001), *Frame analysis. L'organizzazione dell'esperienza*, Armando Editore
- Granovetter M. (1983), "The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited", *Sociological Theory* 1, 201–233
- Grossi G. (2004), *L'opinione pubblica: teoria del campo demoscopico*, Roma-Bari: GLF Laterza
- Grossi G. (2006), "Media e opinione pubblica: il legame fondativo", in Mancini P., Marini R. (a cura di), *Le comunicazioni di massa*, Roma: Carocci, 193-218
- Grossi G. (2011), *Sfera pubblica e flussi di comunicazione nell'epoca della rete*, in Mosca L., Vaccari C. (a cura di), *Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione online da MoveOn al Movimento 5 stelle*, Milano: FrancoAngeli
- Habermas J. (1986), *Teoria dell'agire comunicativo*, Bologna: Il Mulino
- Habermas J. (1996) *Fatti e norme: contributi a una teoria discorsiva del diritto e della democrazia*, Milano: Guerini

- Hara N., Estrada Z. (2005), "Analyzing the mobilization of grassroots activities via the Internet: a case study", *Journal of Information Science*, 31, 503-514
- Haythornthwaite, C. (2005), "Social networks and Internet connectivity effects" *Information, Communication & Society*, 8(2), 125-147
- Hill K., Hughes J. (1998), "Cyberpolitics: Citizen Activism in the Age of the Internet, Rowan and Littlefield", Lanham, MD
- Huckfeldt R., Sprague J. (1988), "Choice, Social Structure, and Political Information: The Information Coercion of Minorities", *American Journal of Political Science*, 32, 467-82
- Inglehart R. (1977), *The Silent Revolution*, Princeton University Press
- Istat (2011), *Indagine Multiscopo "Aspetti della vita quotidiana"*, reperibili all'indirizzo <http://www.istat.it/it/>
- Jensen I. (2002), "Public relations and emerging functions of the public sphere: An analytical framework", *Journal of Communication Management*, 6(2), 133-147
- Jenkins H. (2006), *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York: New York University Press
- Jennings M., Zeitner V. (2003), "Internet Use and Civic Engagement: A Longitudinal Analysis", *The Public Opinion Quarterly*, 26, 311-334
- Johnson, T., Kaye B. K. (2003), "Boost or Bust for Democracy: How the Internet Influences Political Attitudes and Behaviors", *Harvard International Journal of Press/Politics*. 8, 9-34
- Juris J. S. (2004), *Networked Social Movements: Global Movements for Global Justice*, in Manuel Castells, (ed.), *The Network Society: a Cross-Cultural Perspective*, 341-362, Cheltenham: Edward Elgar
- Katz J.E., Rice R.E. (2002), *Social consequences of internet use. Access, involvement and interaction*, Massachusetts Institute of Technology Press, Cambridge, Mass.
- Kraut R., Patterson M., Lundmark V., Mukhopadhyay T., Kiesler S., Scherlis, W. (1998), "Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?", *American Psychologist*, 53(9), pp. 1017-1072
- Kroh M., Neiss H. (2009), "Internet Access and Political Engagement: Self-Selection or Causal effect?", paper presented to the Annual Meetings of the American Political Science Association, Toronto, September 3-6

- Krueger B. S. (2002), "Assessing the Potential of Internet Political Participation in the United States: A Resource Approach", *American Politics Research*, 30, 476-498
- Kushin, M. J. & Kitchener, K. (2009), "Getting political on social network sites: Exploring online political discourse on Facebook", *First Monday*, 14(11)
- Leach M. and Scoones I. (2007), "Mobilising Citizens: Social Movements and the Politics of Knowledge", Working Paper, Institute of Development Studies
- Lievrouw L., Livingstone S. (2002), *The Handbook of New Media*, London: Sage
- Loera, B. e Ferrero Camoletto, R. (2004), "Capitale sociale e partecipazione politica dei giovani", in *Quaderni di ricerca del dipartimento di scienze sociali di Torino*, Torino: Ed. Libreria stampatori
- Lusoli W., Ward S., Gibson R. (2002), "Political Organisations and Online Mobilisation: Different Media. Same Outcomes?", *New review of information networking*, 8, 89-107
- Marx K. (1968), *Manoscritti economico-filosofici del 1844*, Torino: Einaudi
- Mascia G. (2010), *Il Libro Viola, Storia del movimento No B-Day*, Dalai Editore
- Meijer A., Burger N. and Ebbers, W. (2009), "Citizens4Citizens: Mapping Participatory Practices on the Internet", *Electronic Journal of e-Government*, 7(1), 99-112
- Mello F. (2010), *Il libro Viola. Storia del movimento No B-Day*, Roma: Aliberti
- Melucci A. (1982), *L'invenzione del presente. Movimenti, identità, bisogni individuali*, Bologna: Il Mulino
- Micheletti M., Follesdal A. and Stolle D. (2003), *Politics, Products, and Markets. Exploring Political Consumerism Past and Present*, New Brunswick: Transaction Press, in Michele Micheletti, Andreas Follesdal, and Dietlind Stolle, (eds.), *The Politics Behind Products*. New Brunswick, N.J.: Transaction Books
- Milbrath L.W. (1965), *Political Participation*, Chicago, Rand McNally
- Millefiorini A. (2002), *La partecipazione politica in Italia. Impegno politico e azione collettiva negli anni ottanta e novanta*, Roma: Carocci
- McAdam D. (1996), *Political Process and the Development of Black Insurgency, 1930-1970*, in Doug McAdam and David Snow (eds.), *Social Movements: Readings on Their Emergence, Mobilization and Dynamics*. Roxbury Publishing Company
- McAdam D., Tarrow S. and Tilly C. (2001), *The Dynamics of Contention*. New York and London: Cambridge University Press

- McCarthy J. D., Zald M. N. (1977), "Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory", *American Journal of Sociology*, 82
- McChesney, R. (1996), "The internet and US communication policy-making in historical and critical perspective", *Journal of Communication*, 46: 98-124
- Meijer A., Burger N. and Ebbers, W. (2009), "Citizens4Citizens: Mapping Participatory Practices on the Internet", *Electronic Journal of e-Government*, 7(1), 99-112
- Morozov E., (2011) *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, NY: PublicAffairs
- Mossberger, K., Tolbert C., Stansbury M. (2003), *Virtual Inequality: Beyond the Digital Divide*, Washington, DC: Georgetown University Press
- Mutz, D. C. (2002), "The consequences of cross-cutting networks for political participation" *American Journal of Political Science*, 46(4), 838–855
- Nie N.H., Erbring L. (2000), "Internet and society. A preliminary report", Stanford Institute for the Quantitative Study of Society, reperibile all'indirizzo: <http://www.timeuse.org/information/studies/data/downloads/usa/1999/PreliminaryReport.pdf>
- Nie, N.; Hillygus, D. S.; Erbring, L. (2002), "Internet Use, Interpersonal Relations and Sociability: A Time Diary Study", in Wellman, B. Haythornthwaite, C. (eds.), *The Internet in Everyday Life*. Oxford: Blackwell
- Norris P. (2001), *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide*, Cambridge MA: Cambridge University Press
- Norris P. (2002), *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism*, New York: Cambridge University Press
- Norris P. (2005), "The Impact of the Internet on Political Activism: Evidence from Europe", *International Journal of Electronic Government Research*, 1, 20-39
- Nugent, J. D. (2001), "If democracy is the answer, what is the question?" *National Civic Review*, 90, 221-233
- Pasquino G. (1997), *Corso di Scienza Politica*, Bologna: Il Mulino
- Passy F., Giugni M. (2001), "Social networks and individual perception: explaining differential participation in social movements", *Sociological Forum*, 16(1), 123-153
- Peretti, J. e Micheletti, M. (2004). "The Nike Sweatshop Email: Political Consumerism, Internet, and Culture Jamming" in *Politics, Products, and Markets. Exploring Political Consumerism*

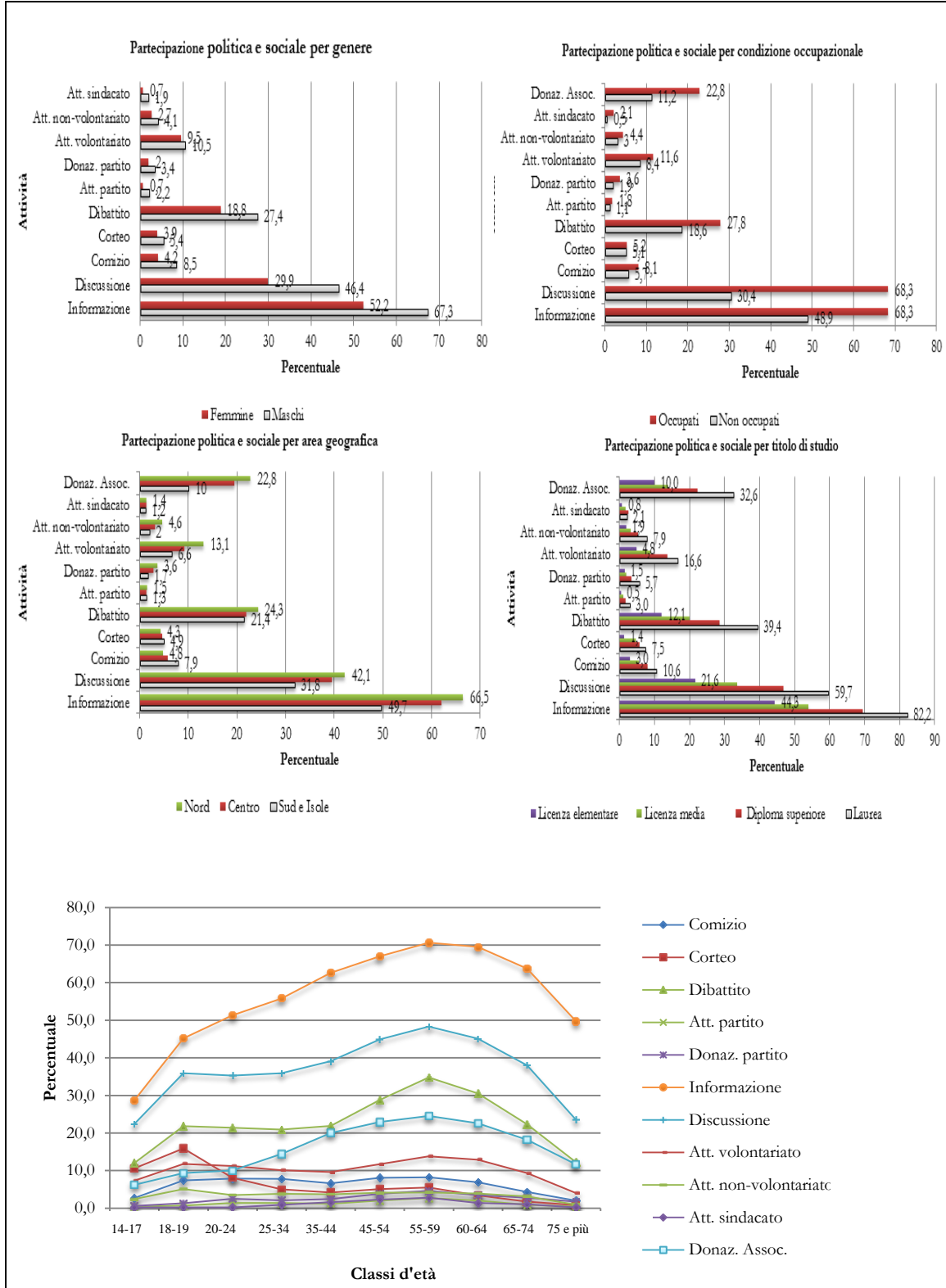
- Past and Present, (eds.) M. Micheletti, A. Føllesdal y D. Stolle, London: Transaction Publishers, pp. 127-142
- Piselli F. (1995), Reti sociali e comunicative, in Piselli F. (a cura di), Reti. L'analisi di network nelle scienze sociali, Roma: Donzelli editore
- Pizzorno A. (1993), Le radici della politica assoluta e altri saggi, Milano: Feltrinelli
- Polat R. K. (2005), "The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links", European Journal of Communication, 20, 435-459
- Privitera W. (2001), Sfera pubblica e democratizzazione, Roma: Laterza
- Putnam, R. (1995), "Bowling alone: America's declining social capital" Journal of Democracy, 6 (January), 65-78
- Putnam R. (2000), Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community, New York: Simon & Shuster
- Quan-Haase, A., Wellman, B., with Witte, J., & Hampton, K. N. (2002), "Capitalizing on the Internet: Network capital, participatory capital, and sense of community", in Wellman B. and Haythornthwaite C. (eds.), The Internet in everyday life (291-324), Oxford: Blackwell
- Quintelier E., Vissers S. (2008), "The Effect of Internet Use on Political Participation. An Analysis of Survey Results for 16-Year-Olds in Belgium", European Journal of Communication, 5, 1-17
- Raniolo F. (2002), La partecipazione politica, Bologna: Il Mulino
- Rheingold H. (1993), The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier, Paperback
- Rodotà S. (2007), "I sette peccati capitali di Internet (e le sue virtù)", discorso tenuto a Montecitorio per l'apertura della Conferenza internazionale dell'Unione interparlamentare, reperibile all'indirizzo http://www.repubblica.it/2007/03/sezioni/scienza_e_tecnologia/sette-peccati/sette-peccati/sette-peccati.html, 6 marzo 2007
- Rush, M. (1998), Politica e società. Introduzione alla sociologia politica, Bologna: Il Mulino
- Salamone N. (2008), "Modernità come disincantamento del mondo", in Salamone N., (a cura di), Razionalizzazione, azione, disincanto, Milano: Franco Angeli
- Sani G. (1996), Voce: Partecipazione politica, in: Enciclopedia delle Scienze Sociali, Vol. VI, 1996, 502-508

- Salvini A. (a cura di) (2007), *Analisi delle reti sociali. Teorie, metodi, applicazioni*, Milano: Franco Angeli
- Shah, D., Kwak N., and Holbert R. (2001), “‘Connecting’ and ‘Disconnecting’ with Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital.” *Political Communication*, 18, 141-62
- Skoric, M. M., Ying D. and Ying Ng. (2009) “Bowling online, not alone: Online social capital and political participation in Singapore”, *Journal of Computer-mediated Communication*, 14(2), 414-433
- Smith, A., Schlozman, K. L., Verba, S., Brady, H. (2009, September 1). The internet and civic engagement. Retrieved from Pew Internet & American Life Project website: <http://www.pewinternet.org/Reports/2009/15--The-Internet-and-Civic-Engagement.aspx?r=1>
- Stanley J. W. and Weare C. (2004), “The effects of internet use on political participation. Evidence of an agency online discussion forum”, *Administration & Society*, 36, 503-527
- Sunstein C. R. (2001), *Republic.com*, Princeton: Princeton University Press
- Sunstein C. R. (2003), “The Daily We. Is the Internet really a blessing for democracy?”, *Boston Review*, (October 20, 2003)
- Svensson J. (2009), “E-participation and iCitizens. The Expressive Turn of Political Participation and Citizenship in Convergence Culture”, Paper presented at Conference of the ECREA Political Communication Section, 17 – 18 September 2009
- Tarrow S. (1998), *Power in movements: social movements and contentious politics*, Cambridge: Cambridge University Press
- Thompson J. B. (1998), *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Bologna: Il Mulino
- Tilly C. (1978), *From mobilization to revolution*, New York: Mc Graw-Hill
- Tolbert C. J. and McNeal R. (2003), “Unraveling the Effects of the Internet on Political Participation?”, *Political Research Quarterly*, 56, 175-185, Oxford
- Torney-Purta, J., Lehmann, R., Oswald, H. & Schulz, W. (2001) *Citizenship and Education in Twenty-eight Countries: civic knowledge and engagement at age fourteen*. Amsterdam: International Association for the Evaluation of Educational Achievemen
- Touraine, A. (1985), “An Introduction to the Study of Social Movements” *Social Research*, 52(4), Winter

- Touraine, A. (2009), *Il pensiero altro*, Roma: Armando Editore
- Van Dijk, J. (2002), *Sociologia dei nuovi media*, Bologna: il Mulino
- Van Dijk, J. (2005) *The Network Society: Social Aspects of New Media*, Sage
- Van Dijk (2005a), *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*, Sage
- Verba, S., Nie. N. H. (1972), *Participation in America*, New York: Harper and Row
- Verba S., Schlozman K. L., Brady H. E. (2002), *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*, Cambridge, London: Harvard University Press
- Weber, L. M., Bergman, J. (2001), "Who Participates and How? A Comparison of Citizens "Online" and the Mass Public", Paper presented at the Annual Meeting of the Western Political Science Association, Las Vegas, NV, March 15–17
- Weber, L. M., Loumakis, A. and Bergman, J. (2003), "Who Participates and Why?: An Analysis of Citizens on the Internet and the Mass Public", *Social Science Computer Review*, 21 (1), 26-42
- Weber M. (1995), *Considerazioni intermedie*, Roma: Armando
- Weber, M., *Economia e Società* (1968), Milano, Edizioni di Comunità
- Weber M. (2004), *La scienza come professione. Il lavoro intellettuale come professione*, Torino: Einaudi
- Wellman, B. (1988), *Structural analysis: From method and metaphor to theory and substance*, in B. Wellman & S. D. Berkowitz (eds.), *Social Structures: A Network Approach* (pp. 19-61). Cambridge, UK: Cambridge University Press
- Wellman B. (2001), "Physical Place and Cyber Place: The Rise of Networked Individualism", *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2), 227-252
- Wellman, B. and Haythornthwaite, C. (2002), *The Internet in everyday life*, Malden (MA): Blackwell
- White D., Hanneman R. (2004), *Quantitative Network Analysis: Perspectives on mapping change in world system globalization*, reperibile all'indirizzo:
<http://eclectic.ss.uci.edu/~drwhite/ppt/QuantitativeNetworkAnalysis2.ppt>
- Wu, S.; Hofman, J.M.; Mason, W.A.; Watts, D.J. (2011), *Who Says What to Whom on Twitter*. 20th Annual World Wide Web Conference, ACM, Hyderabad, India

Appendice Parte Teorica

Figura 1 – Partecipazione politica e sociale per genere, nel 2010 (valori percentuali)



Nostra elaborazione dei dati Istat 2011

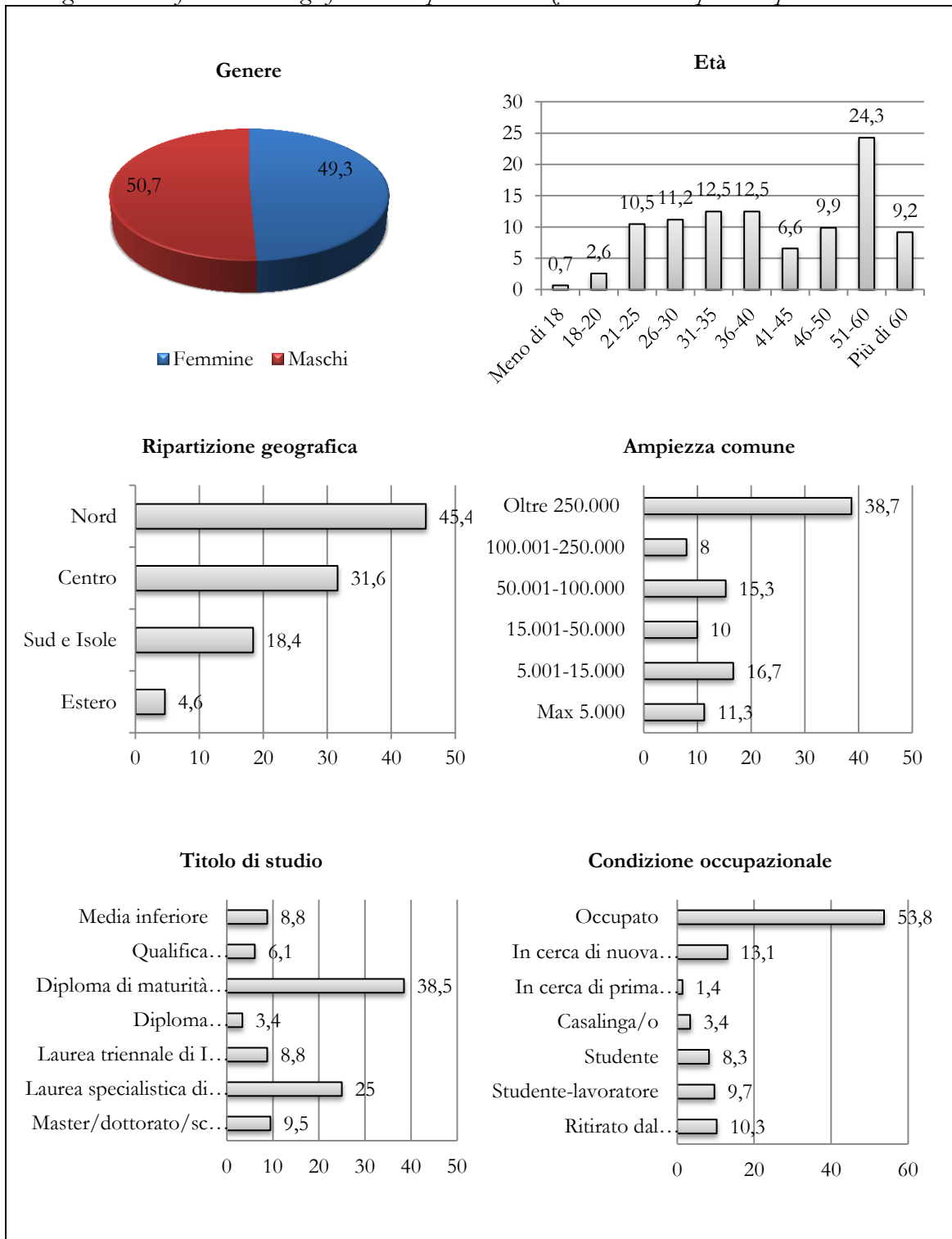
Appendici Parte Empirica

Appendice A: Capitolo 4

Tabella 1 - Profilo socio-demografico del campione autoselezionato che ha risposto al questionario online

| Genere | Età | Ripart. geogr. | Amp. comune | Titolo di studio | | Condiz. occupaz. | |
|--------------|---------------|------------------|-------------------------|---|--------------------------------------|------------------|--|
| Maschio 50,7 | 18-20 2,6 | Esteri 4,6 | Max 5.000 abitanti 11,3 | Media inferiore 8,8 | Occupato 53,8 | | |
| Femmina 49,3 | 21-25 10,5 | Nord 45,4 | 5.001-15.000 16,7 | Qualifica professionale (3 anni) 6,1 | In cerca di nuova occupazione 13,1 | | |
| | 26-30 11,2 | Centro 31,6 | | Diploma di maturità (5 anni) 38,5 | In cerca di prima occupazione 1,4 | | |
| Totale 100,0 | 31-35 12,5 | Sud e Isole 18,4 | 15.001-50.000 10,0 | Diploma universitario/ laurea breve 3,4 | Casalinga/ o 3,4 | | |
| N 150 | 36-40 12,5 | Totale 100,0 | 50.001-100.000 15,3 | Laurea triennale di I livello 8,8 | Studente 8,3 | | |
| | 41-45 6,6 | N 152 | 100.001-250.000 8,0 | Laurea specialistica di II livello o laurea 4-5 anni 25 | Studente-lavoratore 9,7 | | |
| | 46-50 9,9 | | Oltre 250000 38,7 | Master/ dottorato/ Scuola di specializzazione post laurea 9,5 | Ritirato dal lavoro/ pensionato 10,3 | | |
| | 51-60 24,3 | | | | Totale 100,0 | Occupati 53,8 | |
| | Più di 60 9,2 | | N 150 | | Non occupati 46,2 | | |
| | Totale 100,0 | | | | Totale 100,0 | | |
| | N 152 | | | | N 145 | | |
| | | | | Totale 100,0 | N 148 | | |
| | | | | N 148 | | | |

Figura 1 – Profilo socio-demografico del campione autoselezionato che ha risposto al questionario online



Appendice B: Documenti del movimento. Capitolo 5

Il testo dell'appello per il No B. Day

Il comitato “No Berlusconi Day”, nato su Facebook per iniziativa di un gruppo di blogger democratici, indice per il prossimo 5 dicembre, a Roma, una manifestazione nazionale per chiedere le dimissioni del presidente del Consiglio Silvio Berlusconi.

A noi non interessa cosa accade se si dimette Berlusconi e riteniamo che il finto “Fair Play” di alcuni settori dell'opposizione, costituisca un atto di omissione di soccorso alla nostra democrazia del quale risponderanno, eventualmente, davanti agli elettori. Quello che sappiamo è che Berlusconi costituisce una gravissima anomalia nel quadro delle democrazie occidentali -come ribadito in questi giorni dalla stampa estera ce definisce la nostra “una dittatura”- e che lì non dovrebbe starci, anzi lì non sarebbe nemmeno dovuto arrivarci: cosa che peraltro sa benissimo anche lui e infatti forza leggi e Costituzione come nel caso dell'ex Lodo Alfano e si appresta a compiere una ulteriore stretta autoritaria come dimostrano i suoi ultimi proclami di Benevento.

Non possiamo più rimanere inerti di fronte alle iniziative di un uomo che tiene il Paese in ostaggio da oltre 15 anni e la cui concezione proprietaria dello Stato lo rende ostile verso ogni forma di libera espressione come testimoniano gli attacchi selvaggi alla stampa libera, alla satira, alla Rete degli ultimi mesi. Non possiamo più rimanere inerti di fronte alla spregiudicatezza di un uomo su cui gravano le pesanti ombre di un recente passato legato alla ferocia mafiosa, dei suoi rapporti con mafiosi del calibro di Vittorio Mangano o di condannati per concorso esterno in associazione mafiosa come Marcello Dell'Utri.

Deve dimettersi e difendersi, come ogni cittadino, davanti ai Tribunali della Repubblica per le accuse che gli vengono rivolte.

Per aderire alla manifestazione, comunicare o proporre iniziative locali e nazionali di sostegno o contattare il comitato potete scrivere all'indirizzo e-mail:

nobdaysupporto@gmail.com

La Carta Etica - Testo Integrale¹⁰⁶

La Rete Viola è un movimento orizzontale nato dal basso, costituitosi subito dopo la grande manifestazione romana del 5 dicembre 2009 denominata “NO BERLUSCONI DAY” indetta per chiedere le dimissioni del Presidente del Consiglio.

Questa richiesta è motivata dall'esigenza di mettere fine all'anomalia democratica rappresentata da un potere quasi assoluto nelle mani di un solo uomo. Mettere fine ai reiterati attacchi, se non vere e proprie violazioni contro la Costituzione.

La rete dei gruppi locali è nata per creare una sinergia tra i gruppi “Viola” esistenti sul territorio.

¹⁰⁶ http://www.reteviola.org/index.php?option=com_content&view=article&id=99&Itemid=1. Ultimo aggiornamento 18 Marzo 2011 amministratore 23 Ottobre 2010

La rete dei gruppi locali condivide una Carta Etica, in cui si elencano i principi etici e a cui si ispira un'opera comune di sensibilizzazione e di informazione.

Detti principi, che in un paese democratico sarebbero fin troppo ovvi, in questo momento storico sono quotidianamente vilipesi e calpestati; il movimento si impegna a difenderli e a proteggerli, a partire dalle quotidiane istanze locali, confrontandosi anche con partiti, altri movimenti e associazioni che operino su tematiche specifiche legate al territorio.

La Rete Viola si impegna ad appoggiare tutte quelle rivendicazioni e lotte che in campo di politica locale e nazionale, sui temi del lavoro, educazione, salute, cultura, ambiente e pace siano funzionali e/o opportune al raggiungimento degli obiettivi prefissati.

TEMI

Lavoro:

La Rete Viola ricorda a tutti che "l'Italia è una repubblica fondata sul lavoro" e non sul profitto.

In questi termini ci preme sottolineare che il lavoro è strumento di emancipazione sociale e di sostentamento, una garanzia per una vita dignitosa e soddisfacente, non un giogo collettivo che riduce i tempi, le possibilità, le libertà e l'autonomia della popolazione.

Educazione:

L'educazione e la cultura sono i termini fondamentali per la creazione di un pensiero critico capace di vigilare sui mutamenti politico-istituzionali di un mondo in costante fermento.

L'istruzione, garantita da una scuola pubblica, laica e gratuita, è strumento indispensabile per la maturazione di questa capacità critica e veicolo principale del raggiungimento di pari opportunità culturali, lavorative e sociali.

Il futuro del nostro pianeta si costruisce prima di tutto nelle aule.

Cultura:

la società odierna alienata ha sostituito le naturali attitudini dell'uomo come l'arte, cultura e la socialità creativa con il dominio della "cultura materiale". Chiave di uno sviluppo armonico e condiviso delle società è riappropriarsi dei valori, delle attitudini e del tempo da concedere a queste, per una maturazione umana e non robotica dell'individuo.

Ambiente:

La Rete Viola sostiene e promuove il rispetto per l'ambiente, di uno sviluppo sostenibile, della produzione di energia attraverso fonti realmente rinnovabili, è altresì a favore dello sviluppo della ricerca.

Pace:

Il movimento rifiuta ogni forma di violenza condannando particolarmente quegli atti di barbarie eseguiti dagli stati, da organizzazioni e da fondamentalismi a danno di innocenti e inermi popolazioni di tutto il mondo. La pace è un valore fondamentale e imprescindibile che non potrà essere raggiunto finché la guerra resta un lucroso business, a beneficio di pochi, sulla devastazione di tutti. La dismissione degli arsenali bellici

permette di assicurare questo obiettivo e convogliare risorse enormi, e sprecate, per fini di utilità umana e sociale. La Rete Viola ritiene fondamentale che lo Stato persegua una coraggiosa e intransigente lotta alla mafia.

Nella convinzione che in questa nostra nazione sia necessario modificare un modello culturale e politico basato sulla furbizia la corruzione e la prevaricazione, La Rete Viola e ogni suo singolo membro nella propria vita quotidiana, si impegnano a costruire un maggior senso civico, diffondere la cultura, l'informazione e recuperare gli elementi essenziali per una democrazia sana e moderna.

La Rete Viola si batte per il risveglio e la presa di coscienza dei cittadini, delle istituzioni politiche e democratiche, constatando il declino e il degrado dilaganti nel nostro paese.

La Rete Viola contrasta con ogni mezzo legale messo a disposizione dalla legge italiana qualsiasi anomalia democratica rappresentata da un potere concentrato nelle mani di un solo uomo e da un regime autoritario, di populismo mediatico.

La Rete Viola ha l'obiettivo di migliorare la qualità dell'informazione e contrastare tutte le forme di informazione deviate e corrotte. Denunciare l'uso dei mezzi di comunicazione di massa come strumento politico o economico ad uso personale o di gruppo, per interessi diversi da quello comune. E' interesse della Rete Viola lavorare per una collettività correttamente informata e di conseguenza critica.

PRINCIPI

La Rete Viola riconosce la libertà di parola/informazione e il rispetto della libertà di opinione. La mancanza di informazione permette l'affermazione e la perpetuazione di regimi antidemocratici.

Il ruolo primario della libera informazione è fondamentale per il compimento (ed il mantenimento) di tutte le libertà, dei diritti e della democrazia. Promuovere questa direzione è compito di ogni membro di ogni società. (Art.21 della Costituzione)

Il Movimento rivendica l'assoluta natura pacifica e l'assoluta AUTONOMIA, presente e futura, nei confronti dei partiti politici, associazioni, movimenti o gruppi sociali di qualsiasi genere.

La Rete Viola principalmente si riconosce nella Carta Costituzionale e ne difende tutti i principi fondamentali intangibili, nonché ne condivide i valori della Resistenza Partigiana antifascista che hanno contribuito a scriverla.

La Rete Viola rifiuta ogni autoritarismo in tutte le sue forme, antiche o nuove, e tutti quei principi di violenza, esclusione, repressione, discriminazione che furono l'emblema del fascismo e che lo stanno, ancora oggi, indirettamente (o meno) legittimando. La resistenza è un esercizio quotidiano.

La Rete Viola crede nel diritto di ogni singolo cittadino di partecipare alle scelte democratiche del proprio paese. Pieno rispetto del suffragio universale. Favorire, informare correttamente e tutelare la partecipazione democratica di ogni cittadino alla politica.

“Ogni cittadino ha il dovere di svolgere, secondo le proprie possibilità e la propria scelta, un'attività o una funzione che concorra al progresso materiale o spirituale della società” (Art.4 della Costituzione)

La Rete Viola considera primaria azione di ogni società civile la tutela e a difesa di tutti coloro che, per ragioni economiche, fisiche, sociali, etniche, si trovano in condizioni di svantaggio e minoranza.

La Rete Viola rinnega ogni governo autoritario, combatte il razzismo e la recrudescenza razzista da esso introdotta.

La Rete Viola difende la legalità intesa come valore di onestà, etica e giustizia

REGOLAMENTO RETE VIOLA GENERALE

Può aderire al movimento ogni cittadino che si riconosca e aderisca ai valori costituzionali.

Nel caso in cui La Rete Viola volesse o ritenesse opportuno aderire a manifestazioni o iniziative di uno o più partiti politici lo potrà fare mantenendo la sua identità, ribadendo con forza la scelta apartitica del movimento e specificando le ragioni di tale adesione.

I cittadini e le cittadine che si riconoscono nella Rete Viola possono riunirsi in gruppi locali, utilizzando gli strumenti che ritengono opportuni per portare avanti e trasformare in azioni concrete le loro idee.

Il nome 'RETE VIOLA' non può essere considerato proprietà di alcun soggetto singolo o associativo ed individua l'insieme dei suoi aderenti.

Nessun appartenente alla Rete Viola può attribuire proprie opinioni o dichiarazioni all'insieme del movimento se non esplicitamente condivise. La Rete Viola non ha finalità di lucro, non accetta né asseconda chi intenda perseguire al suo interno o utilizzarne il nome allo stesso fine. La Rete Viola non discrimina alcun appartenente a formazioni partitiche, associazioni o gruppi, purché il soggetto in questione non utilizzi il movimento come specchio di rifrazione dell'agire politico del suo partito e che le sue idee collidano con i valori presenti nella Carta Etica.

La Rete Viola, promuovendo la massima partecipazione di tutti i suoi membri al confronto di idee in tutte le forme possibili, sanziona il turpiloquio, condanna la violenza in ogni sua forma, l'uso di termini offensivi nei confronti degli interlocutori e la diffusione di notizie false e/o diffamatorie.

La Carta Etica può essere sottoscritta da qualsiasi gruppo locale che lo condivide totalmente e potrà essere modificata solo con l'approvazione dei due terzi dei gruppi e comunque solo in caso di significativi mutamenti sociali che la rendono obsoleta.

Nessun membro della Rete Viola che sia candidato e/o ricopra incarichi a livello di partito potrà ricoprire incarichi all'interno del movimento, così da non creare spiacevoli situazioni di conflitti d'interessi ed evitare il verificarsi di situazione in cui sia messa in dubbio la totale autonomia e volontà d'azione del movimento.

Ogni singolo aderente alla Rete Viola è libero di aderire a qualsiasi altro gruppo o partito che egli ritenga coerente con i suoi ideali, ma questa appartenenza NON DEVE IN NESSUN MODO risultare influente nell'agire del movimento.

COMUNICAZIONE

La Rete Viola è nato sul web, quindi è quello lo strumento privilegiato di contatto e di gestione dei gruppi. Gli amministratori e i referenti di ogni gruppo hanno il dovere di indicare il loro nome e cognome reali e non essere occultati da un soprannome.

Gli amministratori non hanno alcun particolare potere, hanno il compito di gestire gli strumenti di comunicazione, con un'attenzione particolare alle pagine internet, ai social network, ai link e alle immagini aggiunte dagli utenti, eliminando se necessario pubblicità, propaganda politica e commenti offensivi o inopportuni.

Gli amministratori delle pagine web sono tenuti a fornire risposte, ad accogliere proposte, a informare i cittadini sulle varie iniziative locali, regionali e nazionali.

Potranno essere bandite quelle persone moleste che insisteranno a disturbare, insultare, provocare, che faranno apologia di fascismo o inneggio al razzismo, che nonostante gli avvertimenti degli amministratori della pagina, insisteranno su tali comportamenti senza portare alcun contributo costruttivo al movimento. Non potranno essere bandite persone per differenze semplicemente partitiche o ideologiche.

Allo scopo di gestire uno o più spazi telematici nazionali i coordinamenti regionali possono costituire un soggetto collegiale nazionale con funzioni analoghe.

GRUPPI E MOVIMENTI

I gruppi della Rete Viola possono appoggiare, promuovere, aderire e pubblicizzare tutte quelle iniziative che riterranno utili e opportune per sensibilizzare l'opinione pubblica riguardo i problemi che affliggono la nostra società, a patto che non si discostino dall'identità della Rete Viola definita dalla Carta Etica e dalla Costituzione italiana.

Ogni soggetto, singolo o associato, che partecipa a blog e dibattiti o rilascia dichiarazioni è tenuto a precisare la propria identità e l'eventuale ruolo svolto nel movimento. I singoli gruppi si organizzano in attività collettive quali riunioni, manifestazioni, iniziative di vario genere, cooperazioni con altre associazioni no profit etc., allo scopo di migliorare la propria società e il proprio paese.

Ogni donna e ogni uomo che partecipi attivamente ad un gruppo ha diritto di esprimere la propria opinione, proporre iniziative e di partecipare mediante voto alle decisioni del gruppo di cui fa parte.

Ogni singolo gruppo è indipendente e autonomo. È tenuto a seguire unicamente le indicazioni generali della Carta Etica della Rete Viola e i principi della Costituzione. Ogni gruppo non potrà avere diritto di veto su altri gruppi.

All'interno dei vari gruppi non potranno esserci figure dominanti con poteri superiori, ma solamente figure quali referenti o portavoce che verranno scelti democraticamente dai partecipanti attivi di ogni singolo gruppo.

Al solo scopo di facilitare i contatti interni e la visibilità verso l'esterno, generare sinergie organizzative e permettere il reciproco scambio di esperienze e conoscenze, gli appartenenti alla Rete Viola costituiscono coordinamenti regionali cui partecipano delegati di tutte le realtà locali.

I coordinamenti regionali possono designare uno o più portavoce incaricati di mantenere i contatti con i mezzi di informazione e/o altre associazioni e gestiscono gli eventuali spazi telematici collettivi regionali.

Appendice C: Capitolo 6

Tabella 1 - Auto-collocazione politica degli intervistati (valori percentuali)

| | | | | | |
|---------------------|-------|---|------|---|------|
| 1=Sinistra | 39,7 | } | 54,3 | } | 88,8 |
| 2 | 14,6 | | | | |
| 3 | 21,9 | | | | |
| 4 | 6,0 | | | | |
| 5 | 6,6 | | | | |
| 6 | ,7 | } | 2,7 | | |
| 7 | ,7 | | | | |
| 9=Destra | 1,3 | | | | |
| Non sa-non risponde | 8,6 | | | | |
| Totale | 100,0 | | | | |
| N | 151 | | | | |

Tabella 2 – Opinioni sul movimento

| | <i>Molto d'accordo</i> | <i>Abbastan- za d'accordo</i> | <i>Poco d'accordo</i> | <i>Per niente d'accordo</i> | <i>Non sa</i> | <i>Totale</i> | <i>N</i> |
|--|----------------------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------------|---------------|---------------|----------|
| Il movimento Viola non ha un'identità unica, ma molte anime diverse | 48,7 | 39,3 | 2,7 | 2,0 | 7,3 | 100,0 | 150 |
| Il movimento Viola dovrebbe diventare un partito | 9,9 | 13,9 | 22,5 | 45,7 | 7,9 | 100,0 | 151 |

Appendice D: Capitolo 7

Tabella 1- Indice del numero di attività svolte su Facebook (valori percentuali)

| | |
|--------|-------|
| 0 | 2,6 |
| 1 | 1,3 |
| 2 | 1,3 |
| 3 | ,7 |
| 5 | ,7 |
| 6 | 5,2 |
| 7 | 3,9 |
| 8 | 9,8 |
| 9 | 16,3 |
| 10 | 20,9 |
| 11 | 14,4 |
| 12 | 22,9 |
| Totale | 100,0 |
| N | 153 |

Tabella 2 – Opinioni su Facebook (valori percentuali; base minima = 149)

| | <i>Molto d'accordo</i> | <i>Abbastan- za d'accordo</i> | <i>Poco d'accordo</i> | <i>Per niente d'accordo</i> | <i>Totale</i> | <i>N</i> |
|--|----------------------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------------|---------------|----------|
| L'informazione che ottengo tramite Facebook è sufficiente ad informarmi su quello che accade in Italia | 12,8 | 42,2 | 32,2 | 12,8 | 100,0 | 149 |
| Attraverso Facebook esprimo più frequentemente le mie idee politiche | 33,3 | 40,7 | 18,7 | 7,3 | 100 | 150 |

Tabella 3 – Uso di canali online ed offline (valori percentuali)

| | |
|-------------------|-------|
| Solo offline | 2,7 |
| Solo online | 5,3 |
| Online ed offline | 92,0 |
| Totale | 100,0 |
| N | 150 |

Appendice E: Capitolo 8

Tabella 1 - Indice additivo delle attività online svolte su piattaforme diverse da Facebook

| | |
|----------------|-------|
| 0-non risponde | 20,3 |
| 1 | ,7 |
| 2 | 5,2 |
| 3 | 5,2 |
| 4 | 6,5 |
| 5 | 3,3 |
| 6 | 7,8 |
| 7 | 11,1 |
| 8 | 5,9 |
| 9 | 7,2 |
| 10 | 7,8 |
| 11 | 2,6 |
| 12 | 2,6 |
| 13 | 3,3 |
| 14 | 2,6 |
| 15 | 1,3 |
| 16 | 2,6 |
| 17 | 2,6 |
| 18 | ,7 |
| 22 | ,7 |
| Totale | 100,0 |
| N | 153 |

Tabella 2 - Indice additivo delle attività svolte offline

| | |
|--------|-------|
| 0 | 2,1 |
| 1 | 1,4 |
| 2 | 4,1 |
| 3 | 7,5 |
| 4 | 8,9 |
| 5 | 9,6 |
| 6 | 10,3 |
| 7 | 11,6 |
| 8 | 7,5 |
| 9 | 9,6 |
| 10 | 11,6 |
| 11 | 8,9 |
| 12 | 4,1 |
| 13 | ,7 |
| 14 | 2,1 |
| Totale | 100,0 |
| N | 146 |

Tabella 3 – Opinioni su Facebook (valori percentuali)

| | <i>Molto d'accordo</i> | <i>Abbastanza d'accordo</i> | <i>Poco d'accordo</i> | <i>Per niente d'accordo</i> | <i>Totale</i> | <i>N</i> |
|---|------------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------|---------------|----------|
| Grazie a Facebook ho accresciuto la mia partecipazione ad eventi di tipo politico | 32,0 | 38,1 | 17,0 | 12,9 | 100 | 147 |
| Credo che Facebook non serva per influenzare le decisioni dei politici | 11,4 | 31,5 | 39,6 | 17,4 | 100 | 149 |
| Il mio interesse per la politica non è aumentato da quando uso Facebook | 29,7 | 29,1 | 27,0 | 14,2 | 100,0 | 148 |
| Attraverso Facebook sono entrato in contatto con nuove persone che la pensano come me | 50,7 | 36,3 | 6,2 | 6,8 | 100,0 | 148 |

Appendice F: Il Questionario “Internet e Partecipazione Politica”

Ciao, sono una dottoranda all'Università di Milano Bicocca e sto svolgendo un progetto di ricerca sull'utilizzo di Facebook e la partecipazione politica.

Ti chiedo qualche minuto del tuo tempo per rispondere alle domande di questo breve questionario. I dati raccolti saranno utilizzati esclusivamente per scopi scientifici, in modo rigorosamente anonimo e aggregato, nel rispetto della legge sulla privacy (art 13 del D.Lgs. 196/2003).

Per iniziare, potresti dirmi in generale...

[V.1] Genere

[1] Maschio

[2] Femmina

[V.2] Età

[1] Meno di 18

[2] 18-20

[3] 21-25

[4] 26-30

[5] 31-35

[6] 36-40

[7] 41-45

[8] 46-50

[9] 51-60

[10] Più di 60

[V.3] In che regione vivi?

- [1] Vivo all'estero
- [2] Abruzzo
- [3] Basilicata
- [4] Calabria
- [5] Campania
- [6] Emilia-Romagna
- [7] Friuli-Venezia Giulia
- [8] Lazio
- [9] Liguria
- [10] Lombardia
- [11] Marche
- [12] Molise
- [13] Piemonte
- [14] Puglia
- [15] Sardegna
- [16] Sicilia
- [17] Toscana
- [18] Trentino-Alto Adige
- [19] Umbria
- [20] Valle d'Aosta
- [21] Veneto
- [99] Preferisco non rispondere

[V.4] Qual è l'ampiezza demografica del Comune in cui vivi?

- [1] Fino a 5000 abitanti
- [2] Da 5001 a 15000 abitanti
- [3] Da 15001 a 50000
- [4] Da 50001 a 100000 abitanti
- [5] Da 100001 a 250000 abitanti
- [6] Oltre i 250000 abitanti
- [99] Non so-preferisco non rispondere

[V.5] Ora ti vorremmo chiedere, in generale, quanto sei interessato alla politica? Esprimilo in una scala da 1 a 10, dove 1 significa “Per nulla” e 10 “Moltissimo”.

Per nulla Moltissimo

[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]

[V.6] Passiamo ora all’uso di Internet. Negli ultimi 3 mesi, con che frequenza hai usato Internet? (UNA SOLA RISPOSTA)

- [1] Tutti i giorni, sono sempre connesso quando posso
- [2] Tutti i giorni, qualche ora
- [3] Qualche volta alla settimana
- [4] Una volta alla settimana
- [5] Qualche volta al mese (meno di quattro volte)
- [6] Meno di una volta al mese
- [99] Non so-preferisco non rispondere

[V.7] Quanto spesso visiti Facebook? (UNA SOLA RISPOSTA)

- [1] Tutti i giorni, sono sempre connesso quando posso
- [2] Tutti i giorni, qualche ora
- [3] Qualche volta alla settimana
- [4] Una volta alla settimana
- [5] Qualche volta al mese (meno di quattro volte)
- [6] Meno di una volta al mese
- [99] Non so-preferisco non rispondere

[V.8] E su Facebook: con che frequenza ti capita di...: (UNA RISPOSTA PER OGNI RIGA)

| | <i>Tutti i giorni o quasi</i> | <i>Qualche volta alla settimana</i> | <i>Qualche volta al mese</i> | <i>Più rara- mente</i> | <i>Mai</i> | <i>Non so- rispondo</i> |
|---|---|---|--------------------------------------|----------------------------|------------|-----------------------------|
| [V.8.1] Leggere post/articoli/ guardare video riguardanti la politica | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.8.2] Cliccare “mi piace” a notizie di tipo politico | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.8.3] Linkare articoli/video/foto riguardanti la politica prodotti da altri | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.8.4] Linkare materiale proprio | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.8.5] Postare qualcosa che riguarda la politica (status) | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.8.6] Aderire a un evento politico | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.8.7] Creare un evento politico | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.8.8] Guardare pagine di partiti | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.8.9] Guardare pagine di altri cause/gruppi politici (non di partiti) | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.8.10] Gestire una pagina di gruppo politico (non di partito) | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.8.11] Chattare di politica | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.8.12] Commentare post riguardanti la politica | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |

[V.9] Oltre alle attività svolte su Facebook, ti capita di...: (UNA RISPOSTA PER OGNI RIGA)

| | <i>Tutti i giorni o quasi</i> | <i>Qualche volta alla settimana</i> | <i>Qualche volta al mese</i> | <i>Più raru- mente</i> | <i>Mai</i> | <i>Non so- rispondo</i> |
|---|---|---|--------------------------------------|----------------------------|------------|-----------------------------|
| [V.9.1] Scrivere post/commenti di politica su un altro social network | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.9.2] Discutere di politica su forum online | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.9.3] Scrivere post/commenti di politica su un blog | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.9.4] Postare commenti ad articoli riguardanti la politica su giornali online | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.9.5] Chattare di politica | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.9.6] Aderire a una petizione / raccolta di firme online | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.9.7] Fare "mail bombing" | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.9.8] Donare soldi online a supporto di cause politiche | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.9.9] Aderire a "netstrike" | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.9.10] Scrivere e-mail di protesta ad istituzioni | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |
| [V.9.11] Guardare video a contenuto politico su Youtube | [1] | [2] | [3] | [4] | [0] | [99] |

[V.10] Parliamo ora del movimento Viola. Quando ci sei entrato in contatto? (UNA SOLA RISPOSTA)

[1] 2009

[2] 2010

[3] 2011

[99] Non so-preferisco non rispondere

[V.11] Hai partecipato fisicamente a...: (UNA RISPOSTA PER OGNI RIGA)

| | <i>Si, a tutti</i> | <i>Si, ad alcuni</i> | <i>Solo ad uno</i> | <i>No</i> | <i>Non ricordo- Preferisco non rispondere</i> |
|--|--------------------|----------------------|--------------------|-----------|---|
| Eventi-attività NAZIONALI organizzati dal Popolo Viola | [1] | [2] | [3] | [0] | [99] |
| Eventi-attività LOCALI organizzati dal Popolo Viola | [1] | [2] | [3] | [0] | [99] |
| Eventi-attività NAZIONALI organizzati dalla Rete Viola | [1] | [2] | [3] | [0] | [99] |
| Eventi-attività LOCALI organizzati dalla Rete Viola | [1] | [2] | [3] | [0] | [99] |

[V.12] Quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni che riguardano Facebook e il movimento Viola? (UNA RISPOSTA PER OGNI RIGA)

| | <i>Molto d'accordo</i> | <i>Abbastanza d'accordo</i> | <i>Poco d'accordo</i> | <i>Per niente d'accordo</i> | <i>Non ricordo- Preferisco non rispondere</i> |
|---|------------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------|---|
| [V.12.1] L'informazione che ottengo tramite Facebook è sufficiente ad informarmi su quello che accade in Italia | [1] | [2] | [3] | [4] | [99] |
| [V.12.2] Il mio interesse per la politica non è aumentato da quando uso Facebook | [1] | [2] | [3] | [4] | [99] |
| [V.12.3] Attraverso Facebook esprimo più frequentemente le mie idee politiche | [1] | [2] | [3] | [4] | [99] |
| [V.12.4] Credo che Facebook non serva per influenzare le decisioni dei politici | [1] | [2] | [3] | [4] | [99] |
| [V.12.5] Grazie a Facebook ho accresciuto la mia partecipazione ad eventi di tipo politico | [1] | [2] | [3] | [4] | [99] |
| [V.12.6] Attraverso Facebook sono entrato in contatto con nuove persone che la pensano come me | [1] | [2] | [3] | [4] | [99] |
| [V.12.7] Il movimento Viola non ha un'identità unica, ma molte anime diverse | [1] | [2] | [3] | [4] | [99] |
| [V.12.8] Il movimento Viola dovrebbe diventare un partito | [1] | [2] | [3] | [4] | [99] |

[V.15] Ora ci piacerebbe parlare di partecipazione offline. Con quale frequenza ti capita di parlare di politica (non online)? (UNA SOLA RISPOSTA)

- [1] Tutti i giorni
- [2] Qualche volta alla settimana
- [3] Una volta alla settimana
- [4] Qualche volta al mese
- [5] Qualche volta l'anno
- [0] Mai
- [99] Non so-preferisco non rispondere

[V.16] Negli ultimi 12 mesi ti è capitato di: (UNA RISPOSTA PER OGNI RIGA)

| | <i>Si</i> | <i>No</i> |
|--|-----------|-----------|
| [V.16.1] Partecipare a un comizio | [1] | [0] |
| [V.16.2] Partecipare a un corteo | [1] | [0] |
| [V.16.3] Assistere a un dibattito politico dal vivo | [1] | [0] |
| [V.16.4] Donare soldi a un partito | [1] | [0] |
| [V.16.5] Donare soldi ad una associazione | [1] | [0] |
| [V.16.6] Svolgere attività gratuita per associazioni o gruppi di volontariato | [1] | [0] |
| [V.16.7] Svolgere attività gratuita per un partito | [1] | [0] |
| [V.16.8] Svolgere attività gratuita per un sindacato | [1] | [0] |
| [V.16.9] Firmare una petizione (non online) | [1] | [0] |
| [V.16.10] Boicottare, o comprare, prodotti per ragioni politiche, etiche o ambientali | [1] | [0] |
| [V.16.11] Contattare, o cercare di contattare, un politico per esprimere le proprie opinioni | [1] | [0] |
| [V.16.12] Contattare o apparire nei media per esprimere le proprie opinioni | [1] | [0] |
| [V.16.13] Firmare per un referendum (non online) | [1] | [0] |
| [V.16.14] Partecipare a un sit-in | [1] | [0] |
| [V.16.15] Partecipare ad un flash mob | [1] | [0] |

[V.17] Parliamo ora di informazione. Con quale frequenza ti capita di utilizzare i seguenti canali per informarti di politica? (UNA RISPOSTA PER OGNI RIGA)

| | <i>Spesso</i> | <i>Qualche volta</i> | <i>Raramente</i> | <i>Mai</i> | <i>Non so- Preferisco non rispondere</i> |
|---|---------------|----------------------|------------------|------------|--|
| [V.17.1] Radio | [1] | [2] | [3] | [0] | [99] |
| [V.17.2] Televisione | [1] | [2] | [3] | [0] | [99] |
| [V.17.3] Quotidiani online | [1] | [2] | [3] | [0] | [99] |
| [V.17.4] Altri siti Internet (diversi da quelli dei quotidiani) | [1] | [2] | [3] | [0] | [99] |
| [V.17.5] Quotidiani / periodici cartacei | [1] | [2] | [3] | [0] | [99] |

[V.18] Molta gente quando parla di politica usa i termini “sinistra” e “destra”. Pensando alle tue opinioni politiche, DOVE ti collocheresti su una scala da 1 a 10 dove 1 significa la sinistra e 10 la destra?

| | | | | | | | | | | <i>Non so- preferisco non rispondere</i> |
|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------------|--|
| <i>Sinistra</i> | | | | | | | | | <i>Destra</i> | |
| [1] | [2] | [3] | [4] | [5] | [6] | [7] | [8] | [9] | [10] | [99] |

[V.19] Il questionario è quasi finito. Come ultime cose, ci puoi dire qual è il titolo di studio più elevato che hai conseguito? (non considerare gli eventuali corsi di studio che stai frequentando attualmente) (UNA SOLA RISPOSTA)

- [1] Elementare/privo di titolo
- [2] Media inferiore
- [3] Qualifica professionale (3 anni)
- [4] Diploma di maturità (5 anni)
- [5] Diploma universitario/laurea breve
- [6] Laurea triennale di I livello
- [7] Laurea specialistica di II livello o laurea 4-5 anni
- [8] Master/dottorato/scuola di specializzazione post laurea
- [99] Preferisco non rispondere

[V.20] Infine, qual è la tua condizione professionale prevalente? (UNA SOLA RISPOSTA)

- [1] Occupato
- [2] In cerca di nuova occupazione
- [3] In cerca di prima occupazione
- [4] Casalinga/o
- [5] Studente
- [6] Studente-lavoratore
- [7] Inabile al lavoro
- [8] Ritirato dal lavoro/pensionato
- [99] Preferisco non rispondere

Il questionario è finito! Grazie mille per la tua disponibilità.

Per qualsiasi informazione, suggerimento, domanda, puoi contattarmi al seguente indirizzo e-mail:

v.widmayer@campus.unimib.it

pagina personale: <http://www.scuoladottorato.sociologia.unimib.it/widmayer>