



MARCO MONTEMAGNO

internet e politica

Incontriamo Marco Montemagno, giornalista e docente all'Università Cattolica di Milano, che è il più attento analista sul tema internet e politica nel nostro paese. È anche autore di "Web elections", il primo blog book su politica e internet. Per saperne di più potete andare sul suo sito <http://montemagno.typepad.com>

Qual è il rapporto tra internet e politica in Italia?

Noi dipendiamo tecnologicamente dagli USA, quindi anche i software utili alla politica, come ad esempio quelli sulla mobilitazione spontanea delle persone, giungono a noi con mesi, se non anni, di ritardo. Detto questo va precisato che lo strumento che sta "attivando" questo rapporto è il blog.

Perché?

Perché è facile, a costo zero, ben utilizzato nei motori di ricerca e dialogante. Quindi è lo strumento "perfetto" per la politica. Tuttavia, oggi in Italia il blog è ancora nella fase del "diario personale" tendenzialmente amatoriale. Quando questa fase terminerà il blog diverrà uno dei protagonisti della politica, come accade negli USA dove i blog più importanti hanno un ruolo politico significativo (ad esempio hanno fatto dimettere Dan Rather) e un numero di contatti che sono concorrenziali con i media tradizionali che, infatti, si stanno blogizzando.

I blog più importanti tendono a strutturarsi o restano realizzati personalmente?

I blog di "opinione", anche i più importanti, mantengono una struttura quasi inesistente, mentre diversi sono i blog multiutente che rappresentano dei luoghi dove moltissimi utenti accumulano conoscenze specifiche su singoli temi. Tuttavia, possiamo affermare che il blog resta un'esperienza "personalizzata" che,

nel momento in cui comincia ad avere contatti significativi, riesce ad "uscire" dalla rete e a diventare un soggetto protagonista del dibattito *tout court*.

Abbiamo capito che gli USA ci definiscono la strada su queste tematiche. Li, quale è stata la dinamica del rapporto internet-politica?

Tutto è nato dai blog. Inizialmente questi venivano ignorati sia dai media che dalla politica. Poi, quando hanno superato la soglia critica di contatti per cui non potevano più essere ignorati, è scattata una breve campagna di critica che poi ha lasciato il passo ad una accettazione del fenomeno, al punto che i principali blogger politici sono stati accreditati alle convention di Bush e Kerry ed ora anche alla Casa Bianca.

Attraverso i blog quali meccanismi di aggregazione politica si riescono a costruire?

Innanzitutto la raccolta fondi. Dean ha raccolto sessanta milioni di dollari dai seicento mila utenti che si sono registrati nel suo blog. Kerry ha raccolto ottanta milioni di dollari per la campagna presidenziale.

Questo è l'esempio USA. Tra quanto sarà anche una realtà in Italia?

Considerando l'insieme di tutti i fattori, direi un paio d'anni. Quindi, se per il 2006 non dobbiamo aspettarci granchè da internet, per le elezioni successive internet sarà uno strumento essenziale delle campagne elettorali.

Usciamo dall'idea di internet come semplice strumento: esiste la possibilità che la filosofia open source di internet si trasformi in soggetto politico?

Io credo di sì. Nel 2004 parlavo di open source politico e tutti mi dicevano che la politica non può essere open source, cioè bottom-up. Oggi qualcosa sta cambiando e ci si sta rendendo conto che la politica non può essere solo top-down. Nel giornalismo questo meccanismo si

sta già realizzando con la figura del reporter diffuso e del giornalismo partecipativo realizzato attraverso i blog. In politica accadrà la stessa cosa, anche se tutto l'impianto normativo e burocratico (firme, registrazioni, elezioni, etc...) rimane legato ad uno schema off-line. Questo è oggi il vero limite.

Non mi sembra un limite insuperabile...

Quello che bisogna capire è che la rete può produrre anche contatti elevatissimi, ma queste stesse persone, nei comportamenti fuori dalla rete, assumono spesso logiche non controllabili o riferibili ai fenomeni nati in rete.

L'ultima questione riguarda il rapporto con il territorio. Non è un limite l'aterritorialità della rete, se utilizzata nelle dinamiche politiche territoriali?

In internet esistono molti casi di successo "locali". Questo vale contenutisticamente, basti pensare ai CCJ (Community Citizen Journalism), cioè i siti giornalistici specifici di una città in cui le notizie vengono fornite dagli utenti di quella città. In più, sul piano tecnologico, stiamo assistendo ad un forte successo di software di localizzazione geografica come, ad esempio, le google maps o la localizzazione delle connessioni mobili. Quindi la localizzazione degli utenti sul territorio non è più un limite.

