

# AVIS **SOS**

Periodico d'informazione e cultura dell'Avis Nazionale

Poste Italiane Spa - Sped. in abb. post. - D.L. 353/2003/conv. in L. 27/02/2004 n.46 - art.1 comma 2 DCB MI - Anno LXIII - numero 5 - dicembre 2011

A photograph of two hands reaching towards each other against a blue sky background. A thick red ribbon is draped across the scene, starting from the top left and ending at the bottom right. The hand on the left is a darker-skinned hand, and the hand on the right is a lighter-skinned hand. The ribbon is positioned between the two hands, creating a sense of tension and connection.

## Avis e TeleThon dieci anni di collaborazione

# Formazione con l'informazione per vincere la sfida

*La cultura, nella fase liquido-moderna, è fatta per così dire a misura della libertà di scelta individuale. E' destinata a servire alle esigenze di questa libertà. A garantire che la scelta rimanga inevitabile: una necessità di vita e un dovere. E che la responsabilità, compagna della libera scelta, rimanga là dove la condizione liquido moderna le ha imposto di stare: a carico dell'individuo, ormai nominato amministratore unico della politica della vita. (Z. Bauman, 2008)*

*L'automazione è informazione. Essa pone termine, non soltanto all'epoca degli impieghi differenziati nel mondo del lavoro, ma anche a quella delle materie differenziate nel mondo del sapere; non però naturalmente, al mondo del sapere. Il lavoro futuro sarà quello di imparare a vivere nell'era dell'automazione.*

(McLuhan, 1964)

16

Qualcuno ha scritto che la comunicazione sociale è in crisi. Non soltanto per le risorse (economiche e umane). In crisi di idee! I dati sono controversi e gli strumenti aumentano. E per questo oggi è importante fare una riflessione e fotografare la situazione attuale. Facciamo prevalere l'ottimismo e proviamo a vedere cosa sta accadendo, naturalmente anche richiamando gli studi fatti, non soltanto in Italia. Una cosa è certa: dirigenti e volontari devono affrontare nuove sfide per penetrare nella cortina di informazioni che ci sommergono e, oggi, il mezzo migliore per trovare donatori è il più popolare dei social network: Facebook. Se oggi i social network sono luogo di elezione delle relazioni dei digitali nativi, gli utenti sono i donatori di sangue del domani. Il volontariato e l'impegno sociale possono essere la risposta

## Social forum: istruzioni per l'uso

- La società globale in rete è liquida, frammentaria perché crea inclusi ed esclusi, individualista
- Le reti nello stesso tempo sono una grande opportunità proprio perché mettono in rete gli individui in una logica cooperativa e collaborativa
- I digitali nativi rappresentano la grande sfida per far nascere una nuova cultura partecipativa
- Social network e videogiochi come luoghi di sperimentazione e apprendimento
- Gli adulti, le agenzie formative sono chiamate a scoprire l'autorevolezza informale per supportare i giovani nel percorso di acquisizione di consapevolezza e costruzione identitaria
- La sfida è quella di trovare un punto d'incontro tra coloro che naturalmente comprendono la tecnica e coloro che mettono a disposizione le competenze per creare nuova conoscenza.



a una ricerca di partecipazione. Ma bisogna esserci, mettersi in contatto ed essere disposti a mettersi in discussione. Partiamo dai dati relativi all'uso di Facebook in Italia, resi noti recentemente dal Country Manager di Facebook Italia, Luca Colombo. Sono 19 milioni gli utenti italiani di Facebook attivi ogni mese. Ben 5 milioni accedono dal cellulare, il 54% sono uomini, il 46% donne e il 35% degli utenti ha più di 35 anni. Il terremoto dell'Abruzzo prima, la tragedia di Haiti poi, dimostrano che il passaparola su internet ha assolto una funzione centrale di mobilitazione e presa di coscienza dell'opinione pubblica, oltre che avere dato luogo ad azioni concrete come la raccolta fondi o l'organizzazione logistica e operativa. La mobilitazione sul referendum evidenzia che sulle grandi questioni la rete assolve un ruolo forte, seppur non unico. Il problema è culturale: attraverso la rete noi affrontiamo i problemi quotidiani. Il lato positivo di Facebook e dei social network è che possono fungere da strumento di mobilitazione, restituendo consapevolezza attraverso l'informazione. La conduzione della campagna elettorale di Obama è stata l'ennesima dimostrazione del grande potere di Facebook, della possibilità che offre di portare all'attenzione di una gran parte della società problemi che nascono dal basso e la cui eco giunge fino ai media, ma ha anche evidenziato la differenza dell'uso che se ne fa in Italia, dove gli argomenti nascono comunque dai media, per poi svilupparsi nella Rete. Ci vuole, però, buonsenso nell'uso di tutti i social network ed è necessario che ci poniamo alcune domande: "L'individuo è davvero protagonista? Controlliamo questo spazio di relazione? Fino a che punto posso raccontare quello che mi capita sapendo che andrà oltre la pagina del mio profilo? Mi posso fidare del mio social network?". Paradossalmente nell'epoca della convergenza culturale, come la definisce il direttore del MIT Henry Jenkins, della comunicazione multiplatforma, la manipolazione dell'informazione può essere amplificata e massificata. Jenkins osserva in una sua intervista sull'autorevolezza delle fonti internet: "E' interessante osservare che al di là di grandi nomi come New York Times o Financial Times, i siti internet davvero influenti o autorevoli non sono sempre noti. Finora abbiamo misurato autorevolezza e successo di un mezzo di informazione in base al numero di copie vendute. Ma sulla Rete non è così: l'attendibilità si conquista nelle nicchie. E non ha molto senso

chiedersi se una qualsiasi fonte di informazione sia autorevole: la domanda corretta da porsi è: autorevole e importante per chi?". Ecco che allora sul web Internet propone siti alternativi di informazione, ma "very influential", come Altnet.org con un milione e mezzo di visitatori, nato sull'iniziativa dell'Independent Media Institute che propone un mix di informazioni e servizi su diversi temi con l'intento di coinvolgere i cittadini utenti. E come Huffingtonpost.com uno dei due blog al femminile più influenti degli Stati Uniti, guidato da Arianna Huffington e per venire alla nostra Italia, potremmo citare il vituperato Dagospia. Jacques Julliard, storico editorilista del *Nouvel Observateur*, nel suo ultimo saggio "La Reine du monde" teorizza il passaggio dalla democrazia rappresentativa alla democrazia d'opinione. Introducendo un nuovo soggetto "L'uomo ordinario" Julliard sostiene che ormai siamo al crepuscolo del vecchio parlamentarismo, che la sola ratifica parlamentare senza quelle dell'opinione pubblica non basta alla reale applicazione di un provvedimento legislativo. In tutto ciò, sostiene che vi sia un ruolo fondamentale esercitato da Internet. La rete è una chance, ma anche un grande rischio: Internet abolisce la disuguaglianza nell'opinione. Veicola l'idea demagogica che siamo "tutti dotti" o "tutti giornalisti". In politica l'opinione dell'ubriacone del bistrot all'angolo è legittima quanto quella del professore al *College de France*. Nella scienza no. La scienza è impermeabile all'idea di democrazia. Se Wikipedia fosse esistito all'epoca di Galilei, avrebbe scritto che la terra è immobile e il sole le ruota intorno. Perché "questa era l'idea della maggioranza". Alla luce di queste riflessioni di eminenti studiosi di scuole filosofiche di diversa ispirazione, sorge spontaneo chiedersi quale sia la strada giusta da percorrere. Come l'informazione veicolata sul web si innesti con strumenti e nuove forme di relazione che si stanno moltiplicando attraverso i social network. Uno dei punti focali di questi nuovi modelli di informazione nasce proprio dalla relazione interazione che ognuno di noi ha nel momento in cui leggiamo una notizia e ne facciamo oggetto di discussione e di condivisione con la nostra rete di relazione, con la quale entriamo in contatto con una frequenza sempre maggiore. Tanto che in un articolo pubblicato dal *New York Times*, in cui un autorevole opinionista si chiede "cosa spinge milioni di persone a condividere incessantemente minuto per minuto la propria vita e altri a interessarsi incessantemente moment by moment della vita altrui?". L'articolo del *New York Times* evidenzia il concetto di "consapevolezza ambientale" e, a quanto pare, è per molti irresistibile, espresso più volte dagli scienziati sociali. È una specie di consapevolezza estrema del ritmo della vita di qualcun altro, un ritmo mai conosciuto prima. Il paradosso della consapevolezza ambientale è che ogni piccolo aggiornamento, ogni singolo bit di informazione sociale è insignificante di per sé, anche estremamente superficiale talvolta. Ma prese tutte insieme, nel tempo, queste microinformazioni diventano un ritratto sorprendentemente sofisticato della vita altrui, fornendo la possibilità di un'esperienza psicologica interpersonale del tutto inedita. Quanto sin qui esposto apre lo spazio ad una riflessione più ampia, legata non più solo al modo in cui veicoliamo conoscenza e informazione, ma al modo stesso in cui, come sostiene De Kerckhove in un suo recente articolo, siamo di fronte al passaggio da un'era geologica ad un'altra:

"Stiamo slittando dall'epoca televisiva e analogica a quella reticolare e digitale. Il passaggio non comporta semplicemente un avvicendamento di strumentazioni e di modi di comunicare. Sperimentiamo, invece, una profonda mutazione che riverbera sul nostro modo di abitare, di relazionarci all'altro, di concepire il tempo e lo spazio e di definire la nostra personalità". Sorge spontaneo il dubbio: come è possibile diffamare o speculare su un'associazione di donatori di sangue? Purtroppo, non è raro incorrere in episodi del genere in cui addirittura i giornali giungono a riportare notizie non verificate che nascono dai social network e poi si scoprono fasulle e completamente opera di fantasia. Un esempio è la storia di Amina Arraf, giovane e bella blogger siriana, lesbica, perseguitata a Damasco e oggetto di violenze, conclusasi quando Tom MacMaster, attempato studente americano, che vive a Edimburgo, ha dichiarato di essere lui 'A Gay Girl in Damascus'. Il pericolo reale della realtà social è, infatti, quello di creare un'esistenza parallela in cui avviene perdita di coscienza per omologarsi e adeguarsi a un unico format imposto dall'alto. In una recensione di Zadie Smith al film "The Social Network" pubblicato sull'ultimo numero della *New York Review of Books* Generation Why?, la giovane narratrice britannica esprime la propria preoccupazione, sostenendo il pericolo di diventare 500 milioni di vittime consenzienti, imprigionate nei pensieri spensierati di uno studente. Siamo rimasti delusi dal film, da cui speravamo di trarre una spiegazione su come mettere insieme 500 milioni di persone, mentre ancora una volta l'attenzione era sul singolo, su relazioni di coppia o amicizia, concentrandosi su come vincere cause e 'fregarsi' a vicenda. Per costruire qualcosa di positivo è, invece, necessario il confronto, l'utilità dei social network deve appunto essere volta a tematiche sociali; affinché ciò accada, però, in un momento in cui le informazioni ci sovrastano, bisogna conoscere i linguaggi e le prospettive per gestire la situazione. Per dirigenti e volontari dell'Avis la sfida dei social network è affascinante, ma occorrono formazione e informazione per vincerla.

Francesco Pira

17

## Chi è il professor Francesco Pira



Nella pagina accanto ripreso con il grande filosofo Anglo-polacco Zygmund Bauman, qui accanto in "divisa" Avis, Francesco Pira è docente di comunicazione delle Organizzazioni complesse e di Relazioni Pubbliche presso il Corso di Laurea in Relazioni Pubbliche dell'Università degli Studi di Udine. Insegna Comunicazione Pubblica presso lo Iuav di Venezia Mestre (sezione aggregata dell'Università Pontificia Salesiana) e presso l'Università di Messina. È docente del Master in Comunicazione Pubblica e Politica dell'Università di Pisa. Giornalista, ha scritto una ventina

tra saggi e manuali sulla comunicazione pubblica, sociale e politica. Ha svolto attività di ricerca per Centri Servizi del Volontariato. Ha ricevuto numerosi premi, tra i quali "Athena Aurea", "Euromediterraneo", "Oscar del Web" e "Penne Pulite".