



CIURMA!

QUESTO SILENZIO COS'È?

La serie televisiva *Think* su Youtube è sottotitolata in inglese, stiamo sottotitolando le 80 puntate di *Il pensiero economico in Caritas in veritate* e poi sarà la volta della serie *Pillole di Psichiatria* che, sempre su Youtube ha decine di migliaia di visite. Perché Caritas Ticino investe energie e soldi per sottotitolare in inglese le sue produzioni video su Youtube? Per capire queste scelte di impegno per migliorare e diffondere i video sul web bisogna capire cosa sia la rivoluzione della comunicazione ormai in atto da anni sulla rete internet, sul web.

Sul web si naviga e quindi, come in ogni mare, ci sono i cattivi. In mare i cattivi sono i pirati. Chi non ha fatto ancora il salto digitale e guarda solo da lontano il mondo della comunicazione elettronica in internet, sa comunque che i pirati sono quelli che non rispettano i diritti d'autore, cioè la proprietà intellettuale. Basta aver letto che qualche *Major* americana piange miseria di fronte a chi scarica canzonette e film togliendo il pane ai poveri autori, per aver la convinzione che la pirateria in rete sia un crimine odioso e repellente. Ma allora perché sempre più autori di libri, di musica o di video e immagini, mettono a disposizione gratuitamente i loro prodotti in rete? Perché molte testate giornalistiche sul web sono ormai disponibili senza pagare nulla?

Perché la rete è una vera rete con nodi che si intrecciano e funziona in modo molto diverso dalla comunicazione tradizionale dove vi sono invece luoghi precisi che contengono informazioni, o conte-

nuti di tutti i tipi, con cui bisogna entrare in contatto per poterne usufruire. La rete, oltre ad aver moltiplicato a dismisura l'offerta, ha rivoluzionato completamente la relazione fra chi produce un contenuto e chi vuole fruirne: se siamo interessati a un libro ad esempio, possiamo leggerne una parte scaricandola liberamente e poi forse lo compreremo di carta o come *e-book*, cioè pagando un file del testo che potremo scaricare e mettere sul nostro lettore elettronico, l'*e-reader*. Se ci segnalano un film nuovo invece possiamo scaricarlo in qualità non eccellente ma poi andremo a vederlo al cinema o lo compreremo su uno dei supporti ad alta definizione. I giornali poi li sfogliamo sempre più elettronicamente scegliendo notizie e approfondimenti che provengono da numerosissime testate, sentendoci sempre meno legati a una in particolare a cui bisogna abbonarsi. La rivoluzione principale sta nel modo di concepire lo scambio di contenuti, quindi di pensare e di pensarsi comunicatori in un universo elettronico. L'errore più grave sta nell'applicazione meccanica di un modello tradizionale non digitale a una comunicazione digitale completamente diversa. Così facendo non si colgono i vantaggi e i possibili sviluppi ma ci si arrocca su posizioni anacronistiche destinate a essere spazzate via. La prima obiezione a questo tipo di visione è che se non si difende la proprietà intellettuale, nessuno pagherà più chi produce i contenuti, informazione e produzione artistica. Rispondo riportando ciò che verifico intorno a me da anni. Si scaricano montagne di film, di pezzi musicali, di libri e di software ma di fatto non si spende meno di prima, anzi sempre di più, per acquistare "oggetti" di informazione e d'ar-

te. È aumentata enormemente la quantità di prodotti di cui si fruisce e sono cambiate le modalità di acquisto, per cui si acquistano solo prodotti di qualità che offrono davvero qualcosa in più. Bisogna cambiare radicalmente le modalità di scambio reinventandole per il web: non vogliamo tutto gratis ma vogliamo pagare ciò che ci sembra *giusto*. La difficoltà sta proprio nel dover reinventare i modi per pagare il lavoro di chi produce contenuti. Ma ci sono già dei chiari indicatori di come si ridisegnerà il futuro: un esempio sono i *click* su un sito che si traducono in indotto pubblicitario. Insomma niente è davvero gratis ma dallo scambio di merci al mercato qualche passo si è fatto. Non è vero quindi che vogliamo tutta l'informazione gratis: evidentemente però se ci siamo disabituati alla lettura quotidiana di un solo giornale, perché ormai consultiamo testi e video sull'attualità quotidiana provenienti da innumerevoli fonti, evidentemente non siamo più disposti a costringerci, pagando un abbonamento, a leggere solo un quotidiano locale. Ma se ci fosse un abbonamento in rete che, automaticamente, seleziona sulla base dei nostri interessi una serie di articoli e di video, saremmo ben felici di pagarlo. Chi compra regolarmente su shop online come *Amazon*, libri, CD e DVD, dopo un po' aprendo i siti di questi shop si troverà in primo piano una serie di proposte personalizzate, davvero interessanti, perché noi umani siamo prevedibili e non è difficile sapere cosa ci potrebbe veramente piacere. Quindi i mezzi ci sono per far funzionare una nuova era della comunicazione digitale dove invece di perdere tempo demonizzando i pirati, si potrà invece meglio usufruire di una ricchezza straordinaria di cultura e d'arte che, democraticamente come mai è stato nella storia umana, è a disposizione di tutti in rete. ■