Cowbird. Una comunità di cantastorie?

. Jumpinshark
21 Marzo 2012

Il sito Cowbird si definisce una “comunità di cantastorie”. *Comunità* è un social network, un sito web dove si instaurano relazioni tra utenti e si condividono contenuti. *Cantastorie* è la traduzione dell’inglese *storyteller;* non apprezzo il termine perché risuona di armoniche micidiali, ma essendosi subito imposto nelle descrizioni italiane di Cowbird non provo neppure a sostituirlo con un più borghese *narratore*. Cos’è, però, una *storia* in Cowbird? Al contrario dei progettisti del sito, non ho di questo termine una comprensione “naturale” e “immediata”, e non credo se ne possa avere.

Una *storia* in Cowbird è una foto, accompagnata da un testo scritto di lunghezza non predeterminata ed eventualmente da un contenuto audio, per lo più un testo recitato. Il sito nella sua pagina About ne offre alcuni esempi; il più noto è forse quello da cui prendiamo anche l’immagine di presentazione di questo articolo.

In che cosa è diversa una singola storia di Cowbird da un post di blog, ad esempio da Donna palestinese, Beirut, 1976 di Ferdinando Scianna qui su doppiozero (a prescindere dal fatto che Scianna è uno dei nostri massimi fotografi)? Nelle funzioni informatiche non vi è differenza, sebbene possano cambiare di molto i formati, le convenzioni e\o costrizioni, di queste unità di contenuto; infatti, su di un blog sono possibili molti altri tipi di post oltre alla “foto con didascalia”.
In che cosa è diverso il social network Cowbird dal social network YouTube? Fate un veloce giro su Cowbird e, con un minimo di astrazione, vedrete che nelle funzioni informatiche non vi è differenza. A “*video*” corrisponde “*story*”; a “*tag di descrizione del video*”, “*tags*”; e così via.
Cosa vi è quindi di diverso e notevole in un sito che consente, rigidamente, un solo tipo di post, ma offre normali funzioni *social*? Niente meno che l’ideologia.

Cowbird si fonda, strutturalmente e senza dichiararlo, sul mito del narrare attraverso una singola immagine che contiene in sé - o meglio racconta - la

verità, e viene accompagnata da un'esegesi testuale e\o sonora. Ideologicamente e dichiarandolo a voce ben alta, si fonda invece sul mito della comunicazione autentica, divenuta sempre più difficile nell'era dei social network (ognuno di voi potrà qui inserire opportuni riferimenti, dai nostri apocalittici da operetta a Morozov, a Franzen).

Cowbird is a small community of storytellers, focused on a deeper, longer-lasting, more personal kind of storytelling than you're likely to find anywhere else on the Web.
Queste sono le prime parole della pagina About. Vogliono descrivere l'eccezionalità del sito: *Small* prevede che Cowbird rimanga per *happy few*, dove il "pochi" è più una "dimensione esistenziale" che una cifra. Qual è, infatti, la soglia massima tollerabile per un social network che, poche righe sotto, si propone di diventare "*the world's first public library of human experience*"?

Ancora più ambiguo è il richiamo a storie più profonde, durature e personali delle altre narrazioni in rete, perché ha dietro un'etica e un'estetica ingenue e volontaristiche, e identifica surrettiziamente contenuto e forma.

Un'unica immagine accompagnata da un testo o da un commento audio nella sua purezza e concentrazione tutta formale non garantisce nulla. Più polemicamente: se facesse un giro su Cowbird, Arbasino sosterrebbe che ci vuole un cuore di pietra per non ridere di fronte a molte di queste storie da tinello, con la lacrimuccia e la vocina intensa e la metafora e la morale incorporate.
Vi è quindi troppo volontarismo, un certo elitarismo piacione e un'ansia tutta borghese di "distinzione" nell'autorappresentazione. Ma questo non delegittima di per sé il progetto. L'analisi dei difetti o, se preferite, dei mali della comunicazione nell'era dei social network condotta dal fondatore di Cowbird Jonathan Harris è significativa e ci consente di presentare in forma compiuta le critiche sopra accennate. La cito, riprendendo un articolo di Marco Bittanti su Wired Italia:

> "*Compressione*. Oggi tutto avviene di fretta. Ma così facendo semplifichiamo quello che non si dovrebbe semplificare. Pensieri complessi vengono ridotti a centoquaranta caratteri. Siamo ormai incapaci di affrontare problematiche serie. Twitter è fantastico, ma è fuor di dubbio che ha contribuito come pochi altri strumenti ad

accelerare l’implosione della parola scritta.”

“*Cultura usa-e-getta*: l’attenzione, in rete, dura lo spazio di qualche minuto. Nessuno ha tempo o voglia di approfondire. Tutto si riduce a un *Like* o a un *+1*.[...] Ciò che stimola la nostra intelligenza viene automaticamente archiviato su Instapaper senza nemmeno essere letto.”

“*Curatela*. Sul web, siamo tutti curatori. Raccattiamo il materiale che troviamo in rete e lo riconfezioniamo senza alcun rispetto per il legittimo creatore. Tumblr rappresenta l’apoteosi di questo fenomeno. Il problema non è tanto la pirateria, quanto la mancanza di attenzione per l’ingegno, il tempo e le energie investite per creare qualcosa che prima non c’era. Un tempo il termine curatore indicava una persona disposta a prendersi cura di qualcosa.”

“*Auto-promozione*. In rete vendiamo tutti qualcosa. Siamo diventati promoter, uomini del marketing, pubblicitari. Tutti i giorni e tutte le ore. Vendiamo le stesse cose. Noi stessi. Ma non raccontiamo niente di personale, di interessante. Rispetto ai primi anni della rete, la creatività è diminuita considerevolmente.”

Queste osservazioni possono essere smontate in più modi.
In termini storici: Adorno nel 1930 lamentava l’insopportabile implosione della prosa tedesca e rimpiangeva Heine; qualche decennio dopo soffriva per come venisse stupidamente fischiata sotto la doccia la Quinta di Beethoven, concedendo tutto il fianco all’attacco critico di Eco, nell’era eroica della teoria e pratica dei mezzi di comunicazione di massa.

Una non piccola parte dei letterati italiani da secoli passa più tempo in serate mondane a promuoversi (o, come si diceva un tempo, a “trovare mecenati”) che a scrivere.

Il secondo punto di Harris descrive, più che la cultura usa-e-getta, il problema

dell'*information overload:* la "sovrabbondanza d'informazione", nome ipocrita per il *sovraconsumo d'informazione*. Il terzo punto riduce in modo ingeneroso il lavoro di curation (curatela) al clic sul bottone "reblog" (ripubblica) del social network Tumblr. Il reblog non è curation (un concetto che ho già trattato qui su doppiozero) ma semplice "condivisione".

Il puntare sulla "piccola comunità" e la purezza potrebbe essere visto come un'astuta strategia di autopromozione da parte di Cowbird; molte delle storie che troviamo nella sezione saga dei Primi Amori sono un'ottima dichiarazione di militanza bacioperuginista e di cultura usa-e-getta (con "saga" s'intende genericamente una supercategoria, un macrotema: ci torneremo più avanti).

La storia di Cowbird con foto poetica sopra e venti parole di commento sotto è un esempio di compressione non inferiore alle foto di tramonti su Facebook accompagnate dalla domandina retorica "ma quanta poesia c'è?".

L'aspetto più interessante (anche se non innovativo in sé) di Cowbird pare invece la possibilità di creare racconti collettivi, non perché la singola storia sia sempre e solo dimostrazione di egocentrismo e *attention whoreism,* ma perché un social network di storie non può che raccontare storie collettive, sia nel senso del montaggio dei singoli elementi, prodotto, nella sua forma più primitiva, dalle categorie e luoghi delle storie (secondo il venerando modello di *gente che va, gente che viene, al* Grand Hotel), sia attraverso la proliferazione di punti di vista intorno a una stessa (macro)storia collettiva, a una "saga" ("things that touch millions of lives and shape the human story. We believe the real story of a saga is the story of every single person touched by the saga").

E qui dobbiamo obbligatoriamente e in conclusione ricordare lo stretto legame tra Occupy e Cowbird, e segnalare una storia di questa saga, composta dallo stesso Jonathan Harris (arrestato a Oakland il 3 novembre 2011), che con più efficacia dell'esplicito teorizzare, suo e del sito, comunica il sogno critico e la "tensione morale" di Cowbird.

Jumpinshark

http://jumpinshark.blogspot.it/

twitter: @jumpinshark

2_10_4e0cc0cf218199.63765911-big-1.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO