DOPPIOZERO

#OccupyGezi. Revolution will be tweeted

Tiziano Bonini

5 Giugno 2013

"Se lo Scià finirà per cadere ciò sarà in gran parte dovuto alle cassette".

Questa frase l'ha scritta Michel Foucault da inviato per il Corriere della Sera in Iran, nel 1978, riferendosi alla rapida circolazione dei discorsi di Khomeini sotto forma di audiocassette facilmente duplicabili e trasportabili.

Chissà cosa avrebbe detto Foucault del ruolo che i social media stanno giocando nelle proteste di piazza che dal 2011 nascono e si riproducono continuamente dall'Egitto alla Spagna, dagli Stati Uniti alle periferie di Londra, dalla Tunisia alle 67 città turche che nell'ultimo weekend di maggio hanno visto le loro strade invase da migliaia di persone?

Primo movimento: ci vuole una prospettiva storica

In realtà questa storia delle “rivoluzioni di Facebook” è stata finora molto banalizzata, discussa, sottostimata o sovrastimata, ma mai analizzata a fondo, se non in contesti accademici.
Non credo esistano rivoluzioni di Facebook ma “rivoluzioni” che, come dei software, girano su hardware (tecnologie di comunicazione) differenti. E, metaforicamente, ogni miglioramento dell'hardware si ripercuote sulla velocità del software.



Le rivoluzioni, i movimenti sociali, le proteste di piazza accadevano anche prima dei social media, ma questo non vuol dire che i media non fossero importanti per la mobilitazione. Se allarghiamo il campo oltre i social media e diamo uno sguardo ai movimenti sociali del passato ci accorgiamo facilmente dell'importanza dei media in ogni rivoluzione e in ogni protesta. I siti di social networks rappresentano soltanto l'ultima tappa di un lungo processo storico in cui i media hanno avuto un ruolo fondamentale nella diffusione delle idee di movimenti sociali d'opposizione. Da Lutero in avanti, non c'è una rivoluzione politica che non si sia costruita sul medium dell'epoca. Soltanto alcuni esempi:
1517 la diffusione del Protestantesimo deve ringraziare anche Gutenberg e la sua rivoluzione a stampa; le idee della rivoluzione francese del 1789 si propagarono nei primi anni attraverso l'enorme aumento di pubblicazioni a stampa, libelli, pamphlet, giornali.

Sotto l'Unione sovietica degli anni sessanta la comunicazione clandestina viaggiava attraverso i giornali fatti in casa, i samizdat, che, circolando di mano in mano, impiegavano mesi a raggiungere le città più periferiche.

Nel 1968 le tecnologie di comunicazione che più supportarono i movimenti furono la radio, i graffiti e il ciclostile. Nei primi giorni di maggio del 1968 a Parigi la protesta si propaga via radio, attraverso i transistor portati sulle barricate dagli studenti, come ricorda la sociologa Evelyne Sullerot, che durante le proteste intervistò molti studenti coinvolti nelle manifestazioni:

“Le cose andavano troppo di fretta perché i giornali riuscissero da soli a calmare quella fame di conoscenza, tanto più che il maggio del '68 si svolse soprattutto di sera e di notte. Screditata la televisione, superati i giornali dalla rapidità degli avvenimenti, buoni giusto per essere degustati al mattino, a colazione, come verifica: restava la radio” (Evelyne Sullerot, Transistors e barricate, in Philippe Labro, Michel Manceaux (a cura di), Bilancio di maggio, Milano, Mondadori, 1968, p. 159.)

“Era fantastico. Dopo anni di balle e cretinate, ecco che dai transistors si sentiva venir fuori il racconto della verità...Fatti! Fatti! Quelli della radio erano stati presi in contropiede dal proprio mestiere. [...]. E noi non eravamo più in un ghetto, ma in una casa di vetro. Mi sembrava che tutta la vita pubblica sarebbe cambiata, se ci si metteva a parlarne” (Evelyne Sullerot, ibidem, p. 165.)

“Appena ho sentito un transistor, mi sono tirato su moltissimo. Hanno parlato di una trentina di barricate. Ho fatto un salto di gioia e tutti abbiamo gridato: “Non siamo soli!”. E' stato per via della radio che ho preso coscienza del numero, dell'ampiezza. Prima mi sentivo solo. Iniziavamo a sentire colpi d'arma da fuoco. [...] poi si è avvicinata una donna con un transistor e abbiamo sentito “trenta barricate” e ho preso coscienza – ma forse era una cretinata – che almeno, se si moriva, si moriva con dei testimoni, collegati col mondo” (Evelyne Sullerot, ibidem, p. 166)

Nel 1979, appunto, furono le audiocassette a far circolare velocemente la parola di Khomeini ma le audiocassette ebbero un ruolo importante in tutti i movimenti fondamentalisti religiosi dagli anni settanta in poi, dagli indù ai cristiani (vedi il libro “Small media, Big Revolutions").

In Italia il movimento studentesco della Pantera (1989-90) si coordinò attraverso l'uso dei fax nelle università; Bruce Sterling in un saggio racconta il ruolo del modem nella rivoluzione in Cecoslovacchia del 1989; a Seattle, la prima grande protesta che si sia combattuta anche in rete (Castells, 2001), furono le mailing list, le bbs e le prime web radio a fungere da piattaforme per la circolazione del software “rivoluzionario”. Nel 2001 a Genova un mix di internet, mailing list, telefonini, web radio (Radio Gap) e radio (Radio Popolare) contribuì alla contro narrazione degli eventi e alla mobilitazione di piazza (Boni e Mazzoleni, 2001). L'infosfera che orbita sopra le proteste di piazza degli ultimi anni si è andata arricchendo di nuove tecnologie molto rapidamente, a seconda del livello di alfabetizzazione ai media dei paesi colpiti dalle proteste.



Cosa distingue le proteste di ieri da quelle della cosiddetta Primavera Araba, dai movimenti di Occupyqualsiasicosa, degli indignados spagnoli e dei turchi di questi giorni?Al di là delle specificità culturali, politiche ed economiche di ogni protesta

(sono queste le vere cause di ogni protesta), quello che accomuna le proteste degli ultimi anni è l'uso intensivo di tecnologie basate su un'architettura dell'informazione organizzata in reti. La notizia di una carica della polizia nei confronti di pochi manifestanti in una piazza di Istanbul viaggia oggi molto più rapidamente su un tweet che attraverso un samizdat, un ciclostilato, un'audiocassetta. Solo la radio aveva lo stesso potenziale di velocità di propagazione dei social network ma senza la potenza di fuoco di tanti medium (tanti quanti sono i telefonini in mano ai manifestanti) accesi contemporaneamente. Con l'uso “tattico” dei social network (mezzi di proprietà di grandi corporations) da parte dei movimenti sociali si è realizzato lo slogan che fu di Indymedia all'alba del ventunesimo secolo: *Be the Medium*, Diventa tu stesso medium.

Secondo movimento: Istanbul, #OccupyGezi 2013

(Tenete a mente questi dati, vi serviranno più avanti: Facebook in Turchia è molto comune, ha più di 30 milioni di utenti (è nella Top Ten mondiale) e circa il 16% dei suoi utenti internet usa Twitter)

E' ancora presto per qualsiasi analisi e qualsiasi paragone con la Primavera Araba perché il movimento esploso in Turchia ha colto alla sprovvista un po' tutti, in un paese molto diverso da quelli del Nord Africa, dove il primo ministro è stato eletto democraticamente e gode tuttora di un ampio appoggio tra la popolazione, un paese in crescita economica nonostante la crisi globale ma dove è in corso una progressiva islamizzazione della società e una continua privatizzazione degli spazi pubblici. Eppure qui in pochi giorni è montata una mobilitazione diffusa in più punti e molto ampia nei numeri. Come è possibile che da una protesta molto ristretta contro l'ennesima privatizzazione di uno spazio pubblico (in questo caso, Gezi Park, molto importante per la città) sia scoppiata una rivolta (non pianificata) di queste dimensioni, che ha visto attivisti dei partiti d'opposizione, gente comune, studenti, borghesia occidentalizzata, islamici moderati e tifosi di squadre avversarie scendere assieme in piazza?



Secondo la sociologa turca Zeynep Tufekci (@zeynep), ricercatrice della Princeton University, che conosce bene la storia politica della Turchia e ha seguito da vicino l'evolversi della rivolta, #OccupyGezi non assomiglia alle tante manifestazioni (anche più numerose) e alle tante repressioni accadute in passato in Turchia. Zeynep la definisce una protesta "alimentata dai social media", una protesta in cui i social media hanno avuto un ruolo fondamentale nella mobilitazione rapida e diffusa delle persone. Mentre fin qui le manifestazioni in Turchia erano state organizzate sempre da istituzioni tradizionali (i partiti d'opposizione, i sindacati, il partito kurdo, i movimenti per i diritti umani e civili) in questo caso la mobilitazione ha coinvolto una porzione più ampia, più trasversale e non organizzata della società. "Questa volta in piazza non c'erano solo i miei amici attivisti di sempre, ma c'erano anche i miei amici di Facebook", ha raccontato un attivista a Zeynep.

Questo è un punto molto importante: la composizione sociale dei manifestanti. Per l'inviato della BBC Paul Mason (@paulmasonnews) è stata la classe media urbana turca a scendere nelle strade in maggioranza, facendogli ricordare la Comune di Parigi mentre le interviste a giovani manifestanti via Skype mandate in onda da Occupy Gezi Radio confermano l'idea di un pubblico di non attivisti che si è unito alla piazza.

La protesta contro la costruzione di un centro commerciale a Gezi Park era iniziata in aprile e aveva finora coinvolto poche centinaia di persone. Lo sgombero violento avvenuto tra il 30 e il 31 maggio dei manifestanti che si opponevano all'arrivo dei bulldozer è stato il detonatore delle proteste. O meglio, la comunicazione audiovisiva dello sgombero, è stato il vero detonatore. Zeynep: "E' stato dopo che i manifestanti di Gezi Park si sono scontrati con il silenzio dei media tradizionali e il gas al peperoncino della polizia che qualcosa di interessante ha iniziato ad accadere". Solo dal momento in cui le foto e i video dello sgombero violento del parco hanno iniziato a girare su Twitter, Facebook, Flickr, Instagram, You Tube, Tumblr (tutti questi social media assieme, non uno solo) è scattata la mobilitazione più ampia della popolazione, indignata dalla

censura dei media (la tv di stato mandava in onda un documentario sui pinguini mentre la Cnn trasmetteva dalle strade di Istanbul) e dalla violenza della repressione.



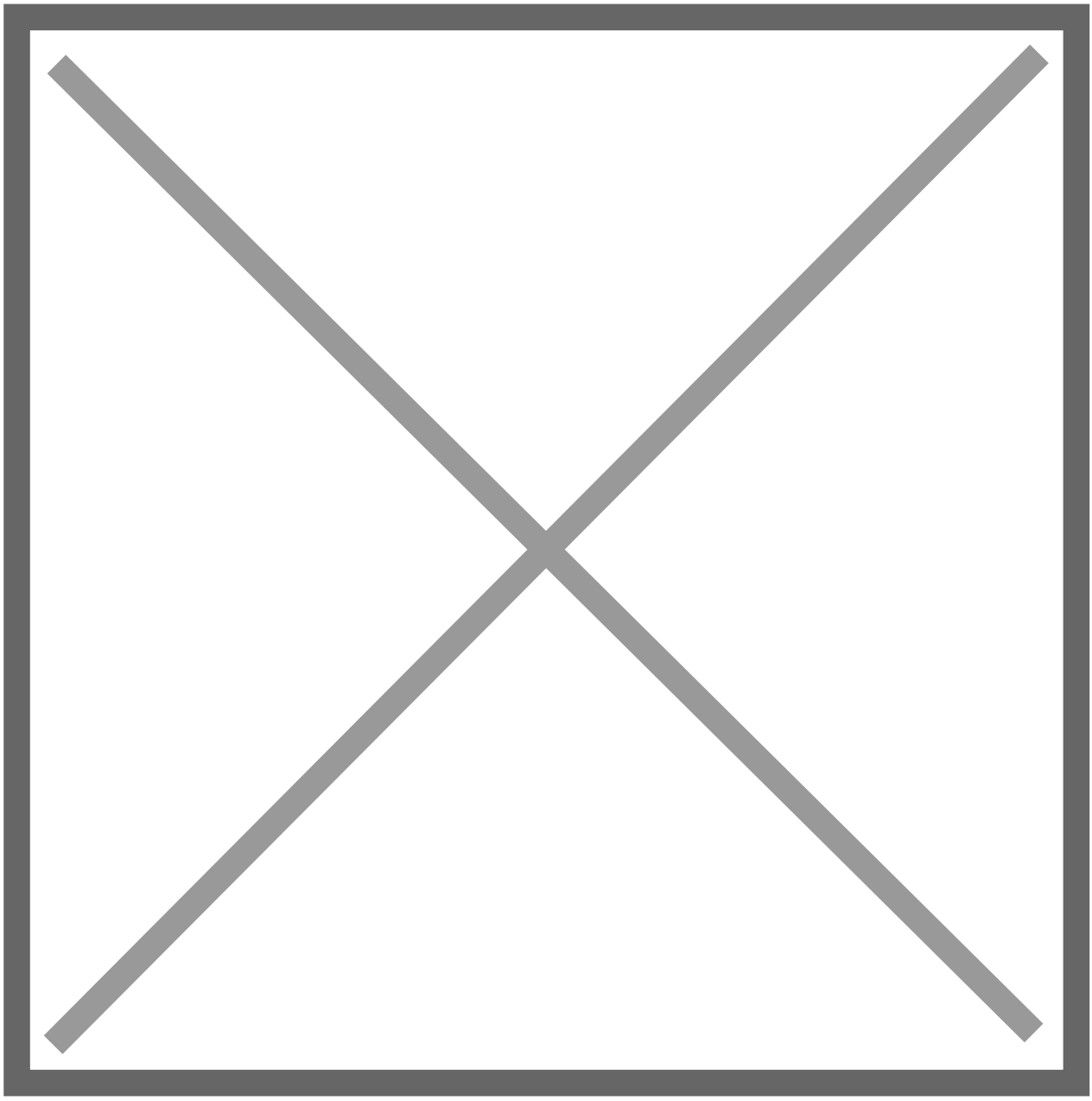
Reuters, Osmn Orsal

Come riportava ieri in un articolo Nicola Bruno (@nicolabruno) “secondo una prima analisi pubblicata da quattro ricercatori (due turchi) del Social Media and Political Participation Laboratory della New York University, circa il 90% dei tweet che contengono gli hashtag della protesta (#direngeziparkı con 950.000 tweet, #occupygezi con 170.000 tweet e #geziparki con 50,000 tweet) provengono dalla Turchia e almeno 1 su 2 proprio da Istanbul. Rispetto alla Primavera araba (dove il 30% dei messaggi provenivano dall'Egitto, mentre il restante 70% dall'estero) qui Twitter viene utilizzato soprattutto dai cittadini locali per informare e mobilitare, come conferma anche il dato secondo cui l'88% dei messaggi è in turco (e non in inglese)”



Reuters, Osmn Orsal

Come sostengono Arvidsson e Delfanti nel recente libro *Introduzione ai media digitali*, nelle precedenti manifestazioni - dalla “rivoluzione verde” in Iran del 2009, alle varie “Primavere Arabe” del 2011 - la maggior parte dei tweet provenivano da fuori i paesi coinvolti ed erano in lingua inglese, prodotti dalle elite alfabetizzate alla rete che comunicavano la rivolta verso l'esterno. Nel caso della Turchia invece, un paese dove l'accesso a internet, la diffusione di smartphone e l'educazione dei giovani sono più alti rispetto a Egitto e Tunisia, i social media stanno giocando un ruolo ancora più importante nel far girare l'informazione alla velocità dei memi.



Se nel 1968 parigino e nel 1977 bolognese i manifestanti usavano le radio a transistor per capire come non finire tra le braccia della polizia, nel 2013 a Istanbul ci sono le mappe geolocalizzate e aggiornate, da seguire sugli smartphone, a guidare i manifestanti verso punti wi-fi (molti negozianti hanno aperto le loro reti), punti di soccorso (alcune Moschee hanno aperto le porte ai feriti), barricate e blocchi della polizia. Twitter è la nuova radio del 21° secolo, ha scritto ieri il dj danese James Braun.

Terzo movimento: Non una “social media revolution” ma un software “rivoluzionario” (i vari motivi politici della protesta) che gira sull'hardware di social media e smartphone.

Zeynep Tufekci riassume così le caratteristiche che accomunano #OccupyGezi alle ultime proteste emerse in ambienti organizzati in reti:

1) Mancanza di una leadership istituzionale e organizzata. Non esistono i “leader del movimento” perché tante sono le anime che scendono in piazza.

2) Mancanza di una rappresentanza politica. Chi è sceso nelle strade non si sentiva rappresentato dalla classe politica al potere.

3) Partecipazione allargata ai non attivisti.

4) Rottura dell'”ignoranza plurale”: i social media (come le radio a transistor nel 1968) hanno fatto vedere che nelle piazze c'erano altre persone, che chi si sentiva indignato poteva unirsi agli altri, mentre la tv ignorava gli eventi.

5) Attenzione dall'estero: i social media permettono di bypassare i check-point domestici dell'informazione, gli hub tradizionali della comunicazione. Basta un hashtag per far rimbalzare un'immagine di uno studente picchiato dalla polizia fuori dal paese.

6) Social media come motori della narrazione: strumenti potenti per la circolazione rapida di immagini che raccontano una storia. L'immagine del cittadino tunisino che si dà fuoco o della studentessa turca inerte di fronte allo spray della polizia e i video della repressione che rimbalzano su più piattaforme sociali raccontano storie che sono facili da capire, con le quali è facile empatizzare e che rappresentano simboli molto forti per essere trasformati in stimoli alla mobilitazione

7) Rivolte non facilmente trasformabili in azioni politiche strategiche: questo tipo

di proteste mancano delle proprietà organizzative delle classiche agenzie dell'azione politica (partiti, movimenti, ong, sindacati...)

Ripetiamo che è ancora molto presto per parlare di Primavera Turca e per valutare il vero impatto dei media in questa nuova protesta. Finora però è chiara una cosa, che le reti di comunicazione alternative hanno bypassato le istituzioni mediali tradizionali e hanno favorito una mobilitazione sociale senza precedenti.

C'era un bel romanzo di Dave Eggers che si intitolava “Conoscerete la nostra velocità”. Ecco, non sappiamo (anche se ce lo auguriamo) se #OccupyGezi riuscirà ad ottenere dei risultati politici, ma di sicuro la classe politica turca (e quelle di tutto il mondo occidentale e informatizzato) hanno imparato a conoscere la “nostra velocità”, la velocità di una generazione cresciuta “dentro” le reti, che pensa per reti e agisce in reti.

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


REVOLUTION
WILL
NOT BE
TELEVISED
IT WILL BE
TWEETED
AKP
DÜZENİNE KARŞI
BİRLEŞELİM
TÜRKİYE'Yİ
YENİDEN
KURALIM
9